

'Celebs' en Silicon Valley

Lanzar un nuevo perfume o una línea de ropa es cosa del pasado. Ahora, los rostros más conocidos del mundo del cine, la música, el deporte o la moda invierten en las *start-ups* más punteras con el deseo de convertirse en gurús de la tecnología (y ganar unos cuantos millones por el camino).

TEXTO — ANA VALLS

Invertir en una *start-up* (término utilizado para describir una nueva empresa, sobre todo en el campo de la tecnología) se ha puesto de moda, y si no que se lo digan a Justin Bieber, portada de la revista *Forbes* el pasado año y con participaciones en diversos *sites*, entre ellos Spotify. Eso sí, conocer la cifra aportada por el cantante canadiense es del todo imposible, ya que por política de empresa no pueden hablar de sus inversores. Aunque este no es ni mucho menos el único caso. La gallina de los huevos de oro del clan Kardashian, Kim, lanzó ShoeDazzle, una aplicación de venta de calzado que se acaba de fusionar con su gran competidora, JustFab. Justin Timberlake ha apostado por Myspace, mientras que Leonardo DiCaprio se ha dejado ver en alguna fiesta organizada por Mobli, aplicación dedicada a compartir fotos, que también ha recibido apoyo moral y económico por parte del actor Tobey Maguire.

Según Juan Martínez Barea, fundador y CEO de Universal Diagnostics y embajador para España de Singularity University (creada por Google y la NASA y situada en Silicon Valley), coinciden dos razones que justifican esta enorme popularidad: «Las *start-ups* tecnológicas son proyectos que pueden tener una elevadísima rentabilidad. Y son un área *cool* en la que participar. Igual que a principios del siglo XX estaba de moda invertir en producciones de Broadway».

Ambos, celebridad y empresa, no solo se benefician de una forma económica con este tipo de acuerdos. Existen ventajas muy jugosas para el negocio a nivel de «imagen de marca». Luiz Sanz, cofundador de Olapic, plataforma que ayuda a firmas de comercio electrónico a incrementar sus ventas, con oficina central en Nueva York, opina: «Los famosos pueden aportar un valor más allá del capital invertido, generando oportunidades de promoción en prensa y publicidad gratuita». Un ejemplo es el de Postcard

on the Run, aplicación que convierte fotos digitales en postales físicas y que ha recibido el apoyo económico, creativo y de imagen de la cantante Selena Gomez. Lady Gaga y Kanye West también se han apuntado como inversores de Turntable.fm. La aplicación, que está lidiando en la actualidad con problemas legales en cuanto al intercambio de música, permite a sus usuarios crear *salas* donde alguien hace las veces de *dj* y pincha canciones para el resto.

Pero ¿quién puede ser inversor? Aunque parezca que cualquier famoso con una buena cuenta corriente, la realidad es muy distinta. Como comenta María Fanjul, CEO de Entradas.com, «el socio también debe aportar su experiencia, visión y contactos para cumplir con los objetivos que se fijan en el plan de negocio». Requisitos que no toda celebridad cumple.

¿Qué rostros populares son los más respetados en los círculos de Silicon Valley? Los expertos coinciden en señalar a Ashton Kutcher como la figura más representativa. Juan Martínez Barea subraya que a su gran experiencia como inversor «se une su afán por aprender nuevas tecnologías. Hace poco tiempo participó como alumno en un programa intensivo en alta tecnología impartido por Singularity University, en el que se analizaban las tecnologías que cambiarán el mundo. Esta muestra de interés va más allá de una moda pasajera».

En España parece que son los futbolistas los que encabezan la lista de personajes más interesados en la Red. Cristiano Ronaldo invirtió el pasado año en la portuguesa Mobitto, una aplicación para móvil que ayuda a encontrar tiendas con descuentos o restaurantes con ofertas especiales allá donde se encuentren sus usuarios. El deportista comentaba en Facebook que apoyar este tipo de proyectos es el futuro.

El defensa del Barça Gerard Piqué también creó Kerad Games, una empresa dedicada al diseño y producción de juegos *online*. Aunque uno de los inversores más destacados es el jugador del Real Madrid Álvaro Arbeloa, quien junto a sus dos hermanos, Yago y Raúl, expertos en tendencias en Internet, ha participado en numerosos proyectos como socio no trabajador. Entre ellos destaca Hello Media, grupo de *marketing 2.0*.

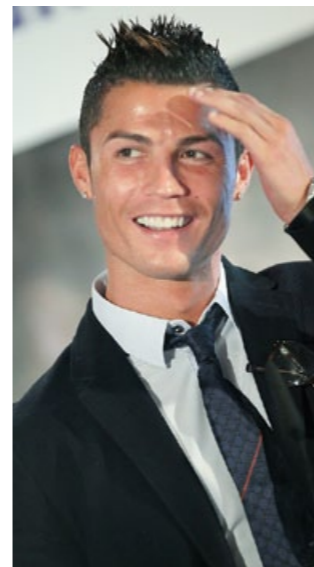
Aunque no solo los deportistas se emplean en este negocio. Antonio Banderas es considerado un referente. Como afirma el experto Juan Martínez Barea, «su inversión más relevante en el ámbito de la tecnología es la que hizo en los estudios españoles de películas de animación Kandor Graphics, con la que pretenden competir frente a gigantes como Pixar o Dreamworks. Su caso cumple ese doble papel: por un lado es su inversión como personaje conocido y también de alguien con una gran experiencia en el sector y con contactos internacionales».



JUAN M. BAREA
«La fama puede ser beneficiosa dependiendo de la *start-up*», dice el fundador de Universal Diagnostics.



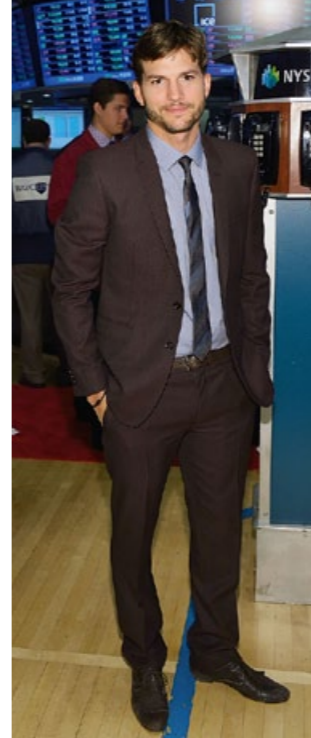
LUIS SANZ, OLAPIC
«Este tipo de inversores son atractivos, sobre todo para empresas enfocadas en el consumidor final».



01

Cristiano Ronaldo

Su imagen vende. El CEO de Mobitto, Jose Simoes, logró que el jugador del Real Madrid se apuntara a su *start-up* y se convirtiese en embajador de la firma.



02

Ashton Kutcher

Es el inversor más serio. Creó A-Grade Investments. Su perfil en CrunchBase es una muestra de su trabajo con Spotify, Airbnb, Fab.com o Flipboard.



03

Lady Gaga y Kanye West

Grandes entusiastas de las redes sociales, decidieron apostar por la aplicación Turntable.fm, que permite escuchar y compartir música en tiempo real.



04

Álvaro Arbeloa

Junto a sus hermanos ha creado Sync, dedicada al alojamiento de servidores, y proyectos muy dispares como We are Knitters, que vende kits para tejer.

Ovillo de lana de We are Knitters.



05

Justin Timberlake

El cantante estadounidense ha realizado inversiones en la red social Myspace y liderado estrategias de negocio en busca del relanzamiento de la web.



06

Gerard Piqué

El jugador del Barcelona, apasionado de los videojuegos, lanzó Golden Manager a través de su empresa de creación de juegos de fútbol *online*, Kerad Games.



07

Kim Kardashian

La hija más famosa del clan busca su pedazo del pastel con Shoedazzle, una web de venta de calzado en la que colaboran rostros como la estilista Rachel Zoe.



08

Antonio Banderas

Es socio y productor de los estudios de animación Kandor Graphics.