



Octavi Uyà posa para 'Forbes' en el Puerto Olímpico de Barcelona.

SOLTAR AMARRAS PARA SER RENTABLES

Tras meses parados, ¿por qué no darle una segunda vida a los barcos alquilándolos? Nautal cree que es posible hacerlo: en menos de dos años ya son 1.500 las embarcaciones que buscan arrendador.

Octavi y Roger son habituales del puerto de Barcelona. El primero es un aficionado a la náutica y el segundo es capitán de yate. Amantes del mar, 'viven' en sus instalaciones. En esos paseos de los últimos años detectaron que el movimiento de barcos era, cada vez, más escaso. Los amarres estaban ocupados por embarcaciones que apenas se usaban unos días al año. Eran recursos caros e infrautilizados. Facilitar su

alquiler de manera sencilla y rápida a través de Internet podía convertirse en un negocio, que ya se estaba testando en otros segmentos como el turístico o el transporte. Dos meses después de la primera conversación sobre el proyecto, Nautal, una *web* que pone en contacto a propietarios con personas que quieren disfrutar por unos días del mar ya estaba *online*.

200.000 embarcaciones era el mercado potencial en España. Sus propietarios izaran las velas entre 15 y 20 días al año. El ob-

jetivo: convertirse en intermediarios entre aquellos y quienes buscan pasar unos días en alta mar sin afrontar una inversión casi inalcanzable. La competencia directa no era numerosa, más allá de *webs* particulares y las propias empresas chárter 'tradicionales'. Ante este escenario, la propuesta de Octavi Uyà y Roger Llovet era una plataforma *web* que ejerciera de centro de operaciones. El modelo es similar al de otros reconocidos actores de la economía del alquiler. El anuncio es gratuito para el dueño de la embarcación y sólo se ingresará una comisión si se cierra el acuerdo. "Si el propietario gana, nosotros ganamos", explica Uyà.

El negocio estaba pergeñado, pero restaba lo más importante: encontrar los clientes potenciales. Lo hacen de dos fuentes principales. La primera, las propias empresas chárter para las que Nautal es un canal de alquiler más. La segunda, los propietarios de una o varias embarcaciones que pretenden ponerlas en el mercado. Esta última es más compleja porque exige un proceso burocrático por el que el dueño ha de tramitar el cambio de matrícula del barco para poder ser arrendado. "Tiene algo muy positivo: ese cambio obliga a la visita de un inspector oficial que le pasa una ITV y revisa que el barco esté en perfectas condiciones", resalta el cofundador.

"NUESTRO MERCADO OBJETIVO SERÁ DE 30 MILLONES DE BARCOS EN LA PRÓXIMA FASE DE CRECIMIENTO", APUNTA UYÀ

Arrancaron con un equipo fundador de cuatro personas y un número escaso de barcos. Hoy son nueve trabajadores y gestionan un volumen mensual de 600 peticiones de alquiler con 1.500 embarcaciones españolas, alemanas y francesas. Presentes en estos tres mercados, esperan incorporar en los próximos meses a clientes de todo el arco mediterráneo europeo gracias a acuerdos con particulares y compañías del sector en Grecia, Turquía e Italia. "En las siguientes fases de crecimiento, nuestro

mercado objetivo va a pasar a ser de 30 millones de embarcaciones", precisa Uyà. Hoy, los puertos nacionales representan el 60% de su negocio, mientras que Francia roza el 30% y Alemania el 10%. La entrada en territorio galo ha sido más compleja al ser un mercado mucho más competido por su gran tradición náutica. Sin embargo, la incursión en los puertos alemanes ha abierto más posibilidades pues la competencia es menor y la actividad muy alta.

Entre esas 1.500 embarcaciones es posible encontrar desde barcas que pueden ser arrendadas por 100 euros durante medio día, hasta un catamarán con el que pasar en alta mar tres semanas seguidas. Pese a que cubren un rango muy amplio, la factura final media se acerca a los 2.000 euros. Quienes pagan son, según explica Uyà, familias jóvenes que buscan una forma diferente de pasar una semana de vacaciones.

Con (buenas) vistas

Este es el presente. El futuro se deberá conquistar en el competido mar de una economía más pujante, donde la crisis se vaya dejando atrás. ¿Será este el final de negocios como el de Nautal? "La crisis ha podido ser el detonante y nos ha podido ayudar, pero quien pone en alquiler su barco no lo hace por la coyuntura sino por un cambio de mentalidad", recuerda el emprendedor, quien recalca: "Si tienes una visión empresarial, tu objetivo siempre será rentabilizar ese bien que es caro y está infrautilizado".

Los propios fundadores dudaron en un primer momento sobre lo que ocurriría en la era poscrisis. Sin embargo, el mercado les ha demostrado que cuando amaine la tormenta no desaparecerá la conciencia de alquiler para mantener en uso las embarcaciones –y evitar su desgaste– logrando así una rentabilidad. Y para muestra, Uyà reconoce que estudian acuerdos con fabricantes de navíos para que el servicio de Nautal se ofrezca desde el mismo momento de firmar el contrato de compra.

Los retos inmediatos pasan por consolidar los dos mercados europeos y dar el salto definitivo a Estados Unidos, Australia y Latinoamérica. Su ancla está alzada, las amarras soltadas y las velas izadas. Ahora sólo queda que sepan aprovechar el viento para conquistar los mares.

➔ EN 2013 HABÍA EN ESPAÑA 132.930 AMARRAS; HACE CUARENTA AÑOS APENAS SE SUPERABAN LOS 24.000.