

REMITIDO POR ICEX

"Aprendiendo a Exportar"
TECNOLOGÍA

LA GRAN CITA

para las pymes tecnológicas

Algunos de los mejores gurús tecnológicos y conocidos empresarios del mundo de la tecnología analizarán las claves que influyen en el sector durante la jornada Aprendiendo a Exportar Tecnología, del ICEX, el 7 de noviembre en IFEMA, coincidiendo con el SIMO. Además, mantendrán reuniones informales con los asistentes al evento. Empresarios como Ana Patricia Botín, presidente de Banesto,

Joaquín Cuenca (Panoramio), José Antonio Tazón, (Amadeus IT Group), Antonio Garrigues o Carlos Barrabés (Barrabés Internet), y expertos como James Wales, fundador de Wikipedia, Soumitra Dutta, académico en el INSEAD, o David Kirkpatrick, editor de tecnología de Fortune Magazine, entre otros muchos, participarán en esta gran cita tecnológica.

David del Val, vicepresidente de tecnología de Techfoundries:



En la Jornada Aprendiendo a Exportar Tecnología, David del Val aportará su

"Es inútil intentar salir al **MERCADO GLOBAL** sin tecnología de calidad mundial

experiencia como creador de nuevas empresas y exportador en el sector tecnológico.

En 2005 Techfoundries acaparó importantes titulares al convertirse en la única compañía española elegi-

da entre las 100 más innovadoras de Europa, en los premios Red Herring, publicación norteamericana con sede en Silicon Valley.

Innovadora incluso en el propio modelo de negocio. Techfoundries es una metacompañía, es decir, una compañía que crea otras empresas, desde la idea inicial hasta su lanzamiento y gestión del día a día. "Nosotros entendemos que la innovación en el modelo de negocio es tan necesaria (y tan difícil) como la innovación en el producto o servicio", afirma David del Val.

Techfoundries es un holding de empresas. Una de ellas, InOut TV, se dedica a la creación y comercialización de decodificadores para televisión digital (TDT) y de grabadores de televisión con disco duro (PVR). "Nuestro modelo de internacionalización no es el tradicional de montar una comer-

cializadora en países extranjeros y vender allí los productos. Lo que hacemos es vender software a fabricantes de electrónica de consumo en Taiwán, China y Alemania, y estos fabricantes se encargan de distribuir sus productos por todo el mundo. Exportamos tecnología (software y bases de datos), no productos físicos, para que sea incorporada a los productos por otras empresas internacionales", explica David del Val.

Comenta que el proceso de internacionalización ha sido intrínseco a su negocio tecnológico, "pues nuestro software necesita funcionar en unos equipos que no se fabrican en nuestro país", señala.

En su caso, el partenariat tecnológico con empresas de otros países es lo que les ha permitido salir al exterior.

Para ello, "ha hecho falta inventar

primero tecnología de primera calidad", afirma del Val.

- ¿Qué necesita una firma tecnológica para tener capacidad de empresa global?

"La principal es que la tecnología que se desarrolla sea de calidad mundial y pueda competir sin problemas con cualquier empresa del mundo. Si no es así, es inútil intentar salir al mercado global, pero es que además lo vas a tener también complicado en el local".

- Televisión a la carta, la casa digital... ¿qué será lo próximo?

"Lo próximo es la popularización de estas tecnologías entre el gran público. Los productos tecnológicos simplifican mucho la vida, pero primero hace falta que la gente sepa que su vida es complicada ahora".

"La clave para ser una empresa global es tener la **MENTE ABIERTA**"

David Kirkpatrick, editor en temas de Internet y tecnología de la prestigiosa revista norteamericana Fortune y uno de los más influyentes especialistas en la industria tecnológica, ha creado y desarrollado Brainstorm, una convención anual multidisciplinar que convoca a líderes mundiales con el fin de identificar las tendencias que formarán el futuro. Tendencias que nos adelanta: "Entre las principales, la Web 2.0; la idea de que los negocios por Internet tendrán más posibilidad de éxito si se diseña una estructura que permita que la utilice más gente. Social Networking es un gran ejemplo. La importancia de la Ley Moore ("el número de transistores en un chip se duplicará cada dos años") es otra tendencia fundamental que continúa. Por otra parte, como la banda ancha es cada vez más importante, y países como Singapur ponen una red a 1 Gb por segundo en todos los hogares del país, crecen las oportunidades para crear un contenido más rico que compita directamente con la televisión.

David Kirkpatrick, editor de tecnología de Fortune Magazine:



Otra tendencia obvia es el acceso a Internet a través del móvil. Por otro lado, se está realizando un esfuerzo para proporcionar a cada niño del mundo un portátil barato como en un proyecto encabezado por Nick Negroponte en el MIT (Instituto Tecnológico de Massachusetts). También enviaremos vídeo en cualquier soporte tecnológico, wireless, móvil...".

- ¿Cuál va a ser su mensaje para las pymes tecnológicas que acudan a la Jornada Aprendiendo a Exportar Tecnología, y se planteen su globalidad?

"Me gustaría transmitirles que los dos grandes asuntos claves para una pyme tecnológica son tener un punto de vista global y entender cómo tu empresa encaja en la ecología de la

industria. También que las empresas con el mayor entusiasmo, aquellas lideradas por las personas más ansiosas por hablar a sus competidores y a la prensa, y por asistir a congresos y dar charlas alrededor del mundo serán las más predispuestas para triunfar. Hay empresas españolas que se han establecido en San Francisco porque se han dado cuenta que la proximidad a Silicon Valley es importante incluso si quieren operar principalmente en España. Un ejemplo es Openbravo de Pamplona".

- ¿Una empresa tecnológica necesita tener una visión global para crecer?

"Es crucial. Si eres una empresa tecnológica, incluso aunque tu objetivo no sea vender fuera de tu país, debes emplear un montón de tiempo pensando sobre el entorno internacional porque tus competidores pueden venir tan fácilmente de China o de la India como de España".

- ¿Cuáles son las claves para que llegue a ser global?

"Elegir empleados con currículos diferentes, que deseen viajar y asistir a congresos; visitar clientes alrededor del mundo; pensar cómo asociarse con empresas de tecnología global, desde Google a IBM; obtener capital de empresas de diferentes países, para adquirir distintos puntos de vista... En definitiva, tener una mente abierta".

- ¿Cuáles son los productos tecnológicos más innovadores actualmente?

"Me han impresionado el iPhone y el XO laptop de OPLC, en el área de hardware. Por otra parte, en mi opinión, Facebook es la empresa de Internet que mejor progresa en este momento, y Salesforce.com, la empresa líder".

- ¿Las TIC continúan siendo estratégicas?

"Son primordiales para el éxito de una empresa. Las compañías que no se lo toman en serio tienen grandes problemas".

Capital riesgo para EMPRESAS TECNOLÓGICAS

¿Cómo identificar empresas con capacidad para convertirse en globales?

En el espacio First Wednesday de la Jornada Aprendiendo a Exportar Tecnología del 7 de noviembre, organizada por el ICEX, dos prestigiosas entidades de capital riesgo y tres conocidos empresarios con gran éxito debatirán los factores diferenciales que permiten identificar empresas con potencial de expansión y con capacidad para convertirse en globales. José Ramón Morales, socio de Garrigues, moderará el coloquio.

Esta mesa redonda contará con la participación de Joaquín Cuenca, cofundador de Panoramio, David del Val, fundador de Vxtreme y vicepresidente de Techfoundries y con Javier Pérez Dolset, fundador y presidente de Grupo Zed. Por su parte, el capital riesgo estará representado por Manuel Uribarri, Directivo de Najeti, y Javier Ulecia, Directivo de Bullnet.

En opinión de José Ramón Morales, experto en capital riesgo y socio de Garrigues, dentro de una economía crecientemente globalizada, el acceso a mercados y áreas geográficas lo más amplios y con la mayor celeridad posibles resulta imprescindible para hacer creíble y atractivo un proyecto empresarial de base tecnológica.

- Después del pinchazo de las punto.com, ¿se miran con otros parámetros más exigentes las inversiones en empresas tecnológicas?

"En el ámbito específico de las compañías TIC y, en particular, los negocios relacionados con la Red, la burbuja de las punto.com de principios de nuestra década se caracterizó por canalizar un gran volumen de inversión no sólo desde inversores profesionales (especialmente compañías de Capital Riesgo) sino también desde pequeños ahorradores que compraron acciones en las salidas a