

EXPANSIÓN

■ Atendemos en Silicon Valley

Desde febrero unas 25 empresas mexicanas ofrecen sus productos en la Meca de la alta tecnología.

por: Jorge Villalobos

¿Cómo hizo Pierre Omidyar, fundador de la famosa tienda de subastas eBay, para crear un emporio que facturó \$3,000 millones de dólares en menos de una década? Cuentan que su compañía nació del capricho de su novia Pamela Wesley, que coleccionaba los caramelos de menta *Pez* creados en Viena en 1927, y necesitaba contactar a otros fanáticos. “¿Por qué no hacerlo por internet?”, pensó Pierre. Con el impulso de Pamela y la ayuda de The Enterprise Network (TEN), una prestigiada incubadora de negocios en Silicon Valley, desarrolló la plataforma tecnológica para hacerlo.

Ahora, TEN también será el conducto para que 25 empresas mexicanas ofrezcan sus productos en el mercado de alta tecnología más importante del mundo. Por eso, desde el 28 de febrero pasado la incubadora abrió las puertas de México –Silicon Valley Technology Business Accelerator (TechBA), la primera aceleradora de negocios de este tipo–. Gracias a ello, empresas nacionales como Tralcom, un proveedor de servicios de enseñanza y capacitación electrónica, o Innovamédica, una compañía que diseña corazones artificiales y sistemas médicos de vanguardia, tendrán sus oficinas cerca de las de Cisco Systems, Intel o Apple.

La aceleradora, nacida por iniciativa de la Secretaría de Economía (SE) en conjunto con el Tecnológico de Monterrey, el Instituto Politécnico Nacional y la Universidad Panamericana, transfiere a las empresas prácticas de negocios para que puedan desarrollarse con mayor velocidad. Es parte de un esfuerzo para convertir a México en un centro tecnológico en donde sus empresas puedan competir con las de China, India y Canadá. Lo que intentan es atraer a aquellas empresas que tienen instalaciones propias en terceros países (*offshoring*) o en países vecinos (*nearshoring*), o incluso captar a los clientes de *outsourcing* tecnológico, un mercado valuado en \$10,000 millones de dólares, según Meta Group del grupo Gartner.

Esta aceleradora será el combustible para alcanzar la meta. La idea es que “las empresas fortalezcan o reorienten sus prácticas de negocios en México, que establezcan alianzas comerciales y tecnológicas con otras empresas en Estados Unidos y que tengan acceso a capital de riesgo”, describe Lilia Arechavala, directora de Sistemas de Investigación Regionales de la Fundación México-Estados Unidos para la Ciencia (Fumec), la entidad operadora del programa.

Las elegidas

Luis del Signo está eufórico. Como director general de Tralcom quiere penetrar el mercado estadounidense de *e-learning* estimado en \$45,000 millones de dólares. Para eso vende un portador de contenidos de aprendizaje para usuarios finales de instituciones académicas o gremios de profesionales como médicos o contadores.

La firma sólo tiene un representante de ventas en San José, California, pero aprovecharon de tal forma la red de contactos que facilita TechBA que cerraron tres tratos en un mes, cuyos detalles se reserva Del Signo debido a que tiene firmadas “cláusulas de confidencialidad” sobre estos negocios.

Como otras tantas empresas, Tralcom ha pasado varios filtros para estar en el programa. Es una de las 25 empresas que aportaron \$100,000 dólares al proyecto y es una de las 12 que ya están físicamente en los 650 m2 del Sobrato Innovation Center, el espacio que TEN renta a TechBA. De esta forma, el proyecto ha iniciado con \$6 millones de dólares (40% aportado por las empresas) que se utilizarán para marketing y desarrollo de negocios.

Todas ellas surgieron de un listado compuesto originalmente por 79 empresas seleccionadas por consultores e inversionistas de capital de riesgo como Intel Capital, Darby Technologies, Visionaria y Endeavor. El saldo de esa evaluación fueron compañías de los *clusters* mexicanos con mayor potencial de innovación tecnológica: Baja California, Nuevo León, Chihuahua, Jalisco y el DF.

Además de Tralcom e Innovamédica, figura también un fabricante de software para asegurar transacciones en línea (SeguriData), una empresa especializada en acelerar el desempeño de aplicaciones de internet (JackBe), un proveedor de soluciones para plantas generadoras de electricidad (PESS) y una firma que produce animación digital en tercera dimensión (3dmx), entre otros.

Todo apunta a que estas seis empresas son las más atractivas para captar inversión extranjera: venden más de \$1 millón de dólares al año, su modelo de negocios es original y cuentan con objetivos claros y equipos

cohesionados.

El programa se extendió a otras 19 empresas que diferían tanto en fortalezas y debilidades como en su grado de desarrollo. Lo que se pretende es “apoyarlas para que todas lleguen a un punto de madurez (rentabilidad, prácticas comerciales sólidas y un producto terminado) con el que puedan tener éxito en los mercados globales”, explica Alejandro González, director general de capacitación e innovación tecnológica de la SE.

Los tres factores decisivos para elegir aquellas empresas que tienen potencial fueron “poseer un producto innovador, tener un mercado potencial de \$100 millones de dólares y un equipo directivo que escuche, con capacidad ejecución y de ajuste a los cambios”, apunta Mauricio Santillán, experto en desarrollo de negocios de alta tecnología y director general de Visionaria, una aceleradora privada que inyecta capital de riesgo a este tipo de empresas.

Con estas bases, Fumec ha implementado dos programas: uno para empresas que ya cuentan con un producto terminado y otro para las que aún se encuentran en fase de desarrollo. Por eso, el primero está destinado a compañías consolidadas o en vías de hacerlo (rondan el millón de dólares en ventas y ya generan utilidades), listas para ubicarse físicamente durante un año en las instalaciones de San José y que cuentan con el equipo y los recursos necesarios para iniciar su expansión internacional. Para estas empresas, la experiencia en San José implicará alianzas o relación con inversionistas de capital de riesgo.

Para crear la infraestructura del centro y desarrollar los proyectos de las compañías, la SE otorgó \$1 millón de pesos a cada una de estas firmas y cada una de las empresas aportó alrededor de \$1.62 millones de pesos.

Después de esta inversión, cada una de ellas podría generar cerca de \$19.5 millones de pesos en ventas y un promedio de 9.3 empleos, de los cuales, 30% serían de alta especialización, según estimaciones de la dependencia.

Incubadora de proyectos

En el segundo programa, por cada compañía que cuenta con un buen producto, pero que aún está en la fase de desarrollo, el gobierno aportó \$500,000 pesos y cada firma destinó otro tanto de su bolsillo. Fue así como Simitel ingresó a este esquema. La desarrolladora de tecnología para automatizar y optimizar sistemas telefónicos pretende desarrollarse en el nicho del *outsourcing* de servicios. El año pasado vendió casi medio millón de dólares y desde este año espera obtener una rentabilidad atractiva.

Simitel empezó como una empresa de reconocimiento de voz, compitiendo contra empresas como Nortel y Alcatel. Pero después de desarrollar su plataforma tecnológica, vio limitada su venta por la falta de compañías de adopción rápida de tecnología (*early-adopter*). Entonces se enfocó a las pymes de *call centers* para ofrecerles marcación automática, manejo de llamadas en espera y sistemas estadísticos a precios accesibles. Ese giro impulsó sus ventas.

Ahora está avocada a desarrollar una plataforma similar al inicial de reconocimiento de voz llamada IceCap, “una plataforma que rentas, pero que te da todos los servicios de *call center*”, explica Marcus Dantus, su director general. Ello evitará que el cliente compre la tecnología pues, aprovechando avances como la transmisión de voz y datos vía internet, podrá tener agentes que atiendan llamadas desde su casa con una computadora en línea.

En la actualidad hay seis millones de agentes en el mundo, un negocio que en 2008 podría valer hasta \$2,800 millones de dólares. Dantus estima que en cinco años, hasta 80% de los *call centers* podrían usar este tipo de tecnología.

En ambos programas las firmas destinaron 15% de la inversión total a capacitación y costos por las instalaciones en TechBA. El resto del dinero se aplicó a la innovación de productos, servicios o procesos, a sondear un nicho de mercado o a la realización de pruebas beta de productos. Cada empresa decidió con antelación para qué usaría sus fondos.

Fue así como Seguridata, especializada en seguridad para tecnologías de información y criptografía, destinó parte del capital a conocer el mercado estadounidense para comercializar un software para la firma multilateral de contratos BSigned.

Éste es su segundo intento para internarse en la jungla estadounidense de la alta tecnología, luego de que en 2003 debió retirarse, debido a que carecía de una visión clara del mercado y sus exigencias.

A partir de ese estudio SeguriData, evaluada como la segunda empresa más atractiva en esta parte de la convocatoria, generará un plan de negocios junto con estudiantes de la maestría de negocios de San Jose

State University (SJSU). Este plan servirá para definir su estrategia y el lugar de sus operaciones. La colaboración entre la universidad y TechBA representa 2,000 horas de consultoría en un mes, una inversión equivalente a \$300,000 dólares.

Aunque las empresas tendrán acceso a capacitación, asesorías, consultorías y el *networking* de Silicon Valley, se pretende que la capacidad de investigación y desarrollo permanezca en el país. "El departamento de desarrollo se queda aquí", confirma el CEO de Simitel, firma que llegará a San José en junio próximo.

Más que patriotismo hay otra razón para eso: los costos. De acuerdo con TEN, desarrollar tecnología en México tiene dos ventajas: la hora laboral es de \$18 contra \$20 dólares en India, y la otra es que, a pesar de que los chinos son más competitivos (\$16 dólares por hora), el tiempo de vuelo de la Ciudad de México a Silicon Valley es de sólo cuatro horas. Además, el horario de la Ciudad de México es el mismo que el central de Estados Unidos, lo que evita inconvenientes por el cambio de horario (lo cual es una desventaja para otros).

Camino inverso

TechBA también pretende convertirse en puente de las empresas estadounidenses. De este proyecto se valdrá Stakeware, un desarrollador de software especializado en manejar relaciones con accionistas involucrados en proyectos con impactos sociales y ambientales. La empresa de San Francisco pretende realizar el proceso opuesto al de sus vecinas establecidas en México, incrementando así su capacidad de investigación y desarrollo en Guadalajara.

"Nos conviene desde el punto de vista financiero", dice Natan Zeidenweber, director general de la empresa. En las zonas de alto desarrollo tecnológico como Boston, Redmond (sede de Microsoft) y el propio Silicon Valley, la competencia es muy dura: los fondos de inversión reciben propuestas de un centenar de empresas por semana, de las cuales sólo tres resultarán beneficiadas por su dinero y finalmente una o dos tendrán éxito.

Por este escenario y porque México no está considerado como un país creador de tecnología, el único boleto de entrada para las pequeñas y medianas empresas mexicanas es con apoyo gubernamental, presentándose en forma de *cluster* y dentro de un programa que les ahorre gastos y les permita el acceso a la red de contactos. "Presentarse solo es prácticamente imposible", afirma Santillán.

Aun con toda esa contención, ¿pueden tener éxito compitiendo en un mercado que alberga a empresas de la talla de HP, Cisco Systems, Intel, Apple, Oracle, Yahoo y Google?

"La única manera es entrando en nichos específicos que complementen la oferta de los grandes proveedores de tecnología", dice Santillán. En la industria de tecnologías de información, "la barrera de entrada es muy baja cuando se tiene una innovación".

El ecosistema de satélites girando alrededor de grandes conglomerados es de unas 100,000 empresas en el mundo que en lugares como Silicon Valley realizan innovación intensiva. Cuando el nicho de la pyme se vuelve crítico para una gran empresa, ésta invierte en ella, la compra o se asocia con ella. También jugará a favor de estas firmas el conocimiento de las necesidades de un mercado local en un nicho específico, con reglas distintas al estadounidense.

"La mitad de las empresas que ya se encuentran en TechBA podría infiltrarse con éxito en Silicon Valley", calcula Santillán. Por su parte, la directiva de Fumec no descarta que algunas de ellas lleguen a cotizar en Bolsa y que otras sean compradas por grandes corporativos.

Santillán, quien trabajó en Microsoft durante 16 años, cree que aun cuando una empresa grande compra una pyme hace las inversiones necesarias para expandir el negocio en la zona o país de origen. "Esto, para no perder la participación que la pyme ya ha ganado".

Más allá de la promesa de aumentar sus ventas o cotizar en el mercado de valores estadounidense, la ideología de Silicon Valley enseña que el fracaso no sólo es una opción, sino una experiencia de rigor para el siguiente intento, y en esta base se instala TechBA. Aunque claro, siempre será mejor no equivocarse.