

Mi Negocio



El puente Golden Gate, en San Francisco. / Bloomberg News

Las pymes madrileñas hacen las Américas

Lanzarse a la conquista del mercado estadounidense es una aventura en la que también participan las pequeñas empresas que, con el apoyo de instituciones como PromoMadrid o Cein, utilizan tecnología propia para seducir fuera de sus fronteras.

Sergio Saiz, San Francisco

"En Estados Unidos, hay dinero para poner en marcha nuevos proyectos". Si a eso le sumamos que los inversores no miran la nacionalidad del emprendedor sino la calidad de su tecnología, California se convierte en el escenario perfecto para que las pymes españolas del sector de las TIC desembarquen en el mayor mercado del mundo.

Esta es una de las conclusiones a la que han llegado las trece empresas que han viajado a California en una delegación capitaneada por PromoMadrid y Cein, con la colaboración de la consultora StepOne. Tras una intensa semana de reuniones y conversaciones

bilaterales, el balance no puede ser más positivo y la experiencia ha servido para desterrar viejos mitos, como que las pymes no cuentan con apoyo para salir al exterior o que la tecnología nacional no goza de buena prensa fuera de sus fronteras.

Almira Labs, Bitext Innovations, Bodaclik, Cystalcom Sistemas, Datatronics, Edibon Internacional, Fractalia Software, 16NET Solutions and Technologies, The Mad Pixel

Trece empresas de la Comunidad de Madrid se han reunido con firmas de Silicon Valley

Factory, MMChannel, Realsec, TechRules y Alien Vault son las trece firmas que han participado en la primera edición de MadriTech, nombre que recibe este encuentro y

que, vistos los resultados, volverá a celebrarse, tanto en este destino como en China e Israel. Para participar, el único requisito es contar con un producto tecnológico "avalado

por clientes de referencia", explica Jesús Sainz, presidente de PromoMadrid. "Venir a EEUU no sólo consiste en que alguien te abra las puertas, hay que estar extraordinariamente bien preparado", de ahí la necesidad de acudir con servicios que hayan probado su éxito en el mercado. Aunque en EEUU hay oportunidades para cualquier pyme, eso no quiere decir que la entrada sea sencilla. "El margen de oportunidad que te dan es muy pe-

queño", y no se puede desaprovechar por no hablar el idioma cultural del país, asegura Sainz.

Idioma cultural

En EEUU, la forma de hacer negocios es diferente a la del mundo latino, donde las reuniones son infinitas. En Silicon Valley, un emprendedor tiene menos de treinta minutos para conquistar a su interlocutor, por lo que cada minuto cuenta. Además, tampoco es fácil emprender esta aventura en solitario y la búsqueda de socios puede ser decisiva. Entre las empresas españolas tecnológicas afincadas en Estados Uni-

> Pasa a pág. siguiente

Apoyo a la internacionalización

Los empresarios madrileños no son los únicos que han aprovechado su viaje a San Francisco para hacer negocios. PromoMadrid y Cein han firmado un acuerdo con el San Francisco Center for Economic Development (SFCED), por el que esta institución acogerá los próximos años un técnico en internacionalización de la empresa que sirva de antena para aquellas compañías de la región interesadas en entrar en EEUU. Este acuerdo es parte de un programa que cuenta con 75 técnicos de comercio exterior y un presupuesto de hasta 5 millones de euros para promover este tipo de iniciativas, según explica el presidente de Cein, Arturo Fernández.

En el país de las oportunidades, sólo se dispone de treinta minutos para convencer a un socio



www.laCaixa.es/empresas

Soluciones Ibéricas para Empresas

Opere en Portugal como en España

"la Caixa" y el banco portugués BPI han alcanzado un acuerdo con el que su empresa podrá beneficiarse de una gestión integrada, independientemente de su ubicación geográfica, que facilita y agiliza sus operaciones a través de una misma operativa y de una misma gama de productos y servicios.

Además, en los 80 Centros de Empresas de "la Caixa" y los 53 más del BPI en Portugal encontrará soluciones específicas para su empresa y asesoramiento personalizado.



CaixaEmpresa

Los participantes de la delegación

ALMIRA LABS

Aprovechando el crecimiento del sector de servicios de valor añadido para redes, nace Almira Labs en 2005. Esta compañía desarrolladora de software se había fijado como objetivo en el viaje "contactar e identificar socios potenciales" en EEUU, según su director de marketing, Miguel Monforte.

CYSEL.COM SISTEMAS

Cyselcom desarrolla soluciones que incrementan la productividad del contact center multicanal. La compañía madrileña ha encontrado en San Francisco a un socio que complementa su actividad y su tecnología, según su consejero delegado, Manuel Cuenca.

DATATRONICS

Especializada en servicios de movilidad, entre otros, Datatronics desarrolla soluciones para gestión de flotas y seguridad. Según Francisco López, director de Desarrollo Corporativo, la compañía está interesada en "establecer alianzas con potenciales inversores" en EEUU, como ya han hecho en Suecia o México.

EDIBON INTERNACIONAL

Edibon es una compañía familiar madrileña fundada en 1978 y especializada en suministrar equipos didácticos técnicos en todo el mundo, es decir, montan laboratorios de investigación en universidades y centros de estudio, como el Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT).

FRACTALIA SOFTWARE

Fractalía desarrolla software para la gestión remota de grandes redes de PC y entre sus clientes figuran las principales operadoras de telefonía de todo el mundo. De su visita a California, el consejero delegado, Alejandro Fernández, confía en lograr un distribuidor nacional para Estados Unidos.

16NET SOLUTIONS AND TECHNOLOGIES

16NET está especializada en ofrecer servicios avanzados de voz y vídeo interactivo, en línea con los últimos avances en telefonía. El consejero delegado de la compañía, Iván Sixto, asegura que el objetivo de ir a San Francisco es "encontrar socios y establecer alianzas", además de explorar nuevas oportunidades de negocio.

MMCHANNEL

mmChannel es proveedor de servicios digitales de entretenimiento de última generación dirigidos tanto a operadores como a medios de comunicación multimedia y entre sus objetivos en EEUU figura la búsqueda de inversores, según director comercial, Marc Ian Rose.

REALSEC

Realsec es una empresa especializada en el diseño, desarrollo y comercialización de tecnología y sistemas de cifrado y firma digital. Su interés en California se centra en la búsqueda de compañías similares que complementen su actividad, según su director de Operaciones, Sebastián Muñoz.

< Viene de pág. anterior

dos, uno de los consejos más escuchados es la establecer una sede en California. "Hay que estar aquí", asegura Santiago Araño, que hace un año se mudó a San Francisco para crear la delegación americana de Softonic. "Ayuda mucho estar aquí físicamente porque a las empresas estadounidenses les gusta la cercanía a la hora de hacer negocios".

También es importante elegir bien a la persona que se establecerá en el país, ya que tiene que ser un alto cargo de la compañía, preferiblemente el fundador o el consejero delegado para que tenga capacidad de decisión. Tras su experiencia en MadriTech, Miryam Bonilla, hija del fundador de Edibon, reconoce que se está planteando la posibilidad de trasladar su residencia a Estados Unidos "para dar un impulso a la división norteamericana", donde ya están presentes.

Los objetivos de los miembros de la delegación eran muy dispares. Mientras que nos buscaban un comprador para su tecnología, como era el caso de Bitext, otros buscaban distribuidores de sus productos en Estados Unidos, como Fractalía, y algunos sólo clientes o contactos con los que empezar a estudiar nuevas formas de colaboración. La mayoría de estas pymes ya tienen experiencia fuera de España y en su ADN tecnológico sienten que Estados Unidos y Silicon Valley representan la próxima parada en su aventura internacional.

Aunque en estos primeros encuentros prácticamente no se puede hablar de contratos firmados, la mayoría ha logrado llegar a principios de acuerdo para empezar a colaborar y si bien no todos han logrado su objetivo, sí han visto cómo se les habrían nuevas posibilidades para explotar su tecnología en las que ni siquiera habían pensado.

Vídeos interactivos con Mad Pixel Factory

La tecnología que ha presentado The Mad Pixel Factory durante su viaje a California ha sido una de las que más interés ha despertado. La compañía española ha desarrollado una aplicación de vídeo online interactivo que permite obtener información sobre cualquier objeto o persona que aparezca en una imagen, como una serie de televisión. Aunque esta herramienta tiene un sinnúmero de utilidades, ofrece la posibilidad a productoras de televisión y anunciantes desarrollar el placement en



www.madpixel.es

series y anuncios de vídeo. De las reuniones mantenidas en San Francisco, los consejeros delegados de la compañía, Koldo García e Itzi

Arredondo, no sólo han vuelto a España con contactos para explotar la herramienta, sino también con nuevas ideas para comercializarla.

No hay palabra que se le resista a Bitext

¿Se imagina un buscador inteligente que le entendiera cuando intenta encontrar cualquier tipo de información, por muy confusa que ésta pueda ser? Bitext ha desarrollado una aplicación en la que se combina la lingüística y la informática. Desarrollada por filólogos que entienden el lenguaje, esta herramienta busca comprador en Estados Unidos. Se puede utilizar para mejorar el proceso de filtrado de un buscador online hasta como corrector gramatical de programas de texto, e incluso puede hacer rastreos en la



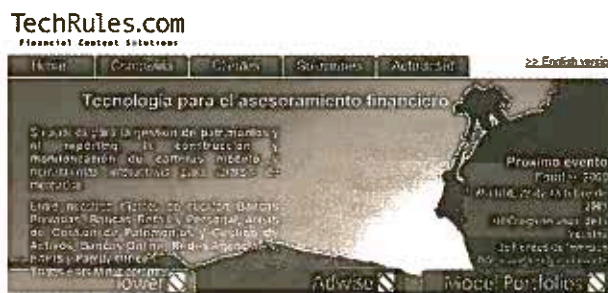
www.bitext.com

web para saber qué están opinando los internautas de una compañía. A Antonio Sánchez, fundador de la compañía, le han llegado a

sugerir que el Gobierno Americano podría ser un potencial cliente con el fin de conectar las agencias de inteligencia gubernamental.

TechRules, especialista mundial en gestión de patrimonios

El objetivo de TechRules es convertirse en el proveedor de referencia en consultoría y tecnología para la industrialización del proceso de asesoramiento financiero, es decir, lo que se conoce como wealth management o gestión de patrimonios. Su herramienta la utilizan bancos y entidades financieras de todo el mundo, como Caja Madrid, Fortis o JP Morgan. Tras años de experiencia ofreciendo servicios personalizados, han creado un software estándar que permite adaptarse a todo



www.techrules.com

tipo de empresas. Está presente en Alemania, Bélgica, Suiza, Italia, Reino Unido, Chile o Perú, entre otros. Jorge Bolívar, socio de

la compañía, asegura que "California es la primera toma de contacto con EEUU para luego continuar por Nueva York".

Una comunidad virtual de novios en Bodaclick

Bodaclick no es nueva en Estados Unidos, donde ya intentó entrar hace cinco años. Aunque la experiencia no fue bien, Luis Pérez del Val, consejero delegado de la compañía, asegura que les sirvió para aprender de sus errores y retomar ahora su apuesta con más fuerza que nunca. "Mientras copian nuestro pasado, nosotros pensamos en nuestro futuro", asegura Pérez del Val. Esta apuesta constante por la innovación les ha llevado a seguir muy de cerca la web 2.0, concepto que están integrando



www.bodaclick.com

en su modelo de negocio. Actualmente, se plantean crear una comunidad virtual para parejas de novios en la que también se involucren los

invitados, y qué mejor forma de hacerlo que conociendo de cerca Bebo, una red social afincada en San Francisco, al igual que Facebook.

Para no perderse...

- 1 Las reuniones en Silicon Valley no superan los 30 minutos y no se considera de mala educación finalizar la entrevista si se supera el tiempo acordado.
- 2 A los estadounidenses les gusta hacer negocios con compañías que tienen una sede o una oficina comercial física cerca de sus instalaciones.
- 3 El interlocutor en EEUU debe ser alguien con capacidad de decisión en la compañía, preferiblemente el consejero delegado o un socio fundador.
- 4 La forma de vestir en Silicon Valley es 'business casual', es decir, nada de traje, aunque tampoco vaqueros. La corbata, por regla general, está mejor en casa.
- 5 Los actos de 'networking' son rápidos y se va directo al grano: unos pocos pero intensos minutos con cada invitado e intercambio de tarjetas. No se habla del tiempo.
- 6 En dos frases hay que ser capaz de resumir el puesto y cargo dentro de la compañía y explicar de forma sencilla y con ejemplos a qué se dedica la empresa.
- 7 Aunque hay que fijar objetivos a la hora de acudir a Estados Unidos, es esencial mantener una mentalidad abierta por si surgen nuevos negocios.
- 8 Sólo hablar de la facturación y el tamaño de la firma si es importante, al igual que los clientes. La presencia en otros países siempre es bien recibida.
- 9 Antes de ir a Estados Unidos, es necesario convertir todas las cifras utilizando los sistemas locales, es decir, hay que hablar en dólares o en millas.
- 10 Una negociación sólo tiene éxito en EEUU si ambas partes ganan algo, por lo que hay que descartar el sistema de vencedor y vencido tradicional.