



De izda. a dcha.: José Manuel Huidobro, Jaime Estévez (www.agoranews.es), Pedro J. Canut (www.coloriuris.net), Antonio Fumero (www.winwinconsultores.com), Jorge Pérez (Universidad Politécnica de Madrid) y Esteban Díaz (www.tyven.com)

Emprendedores en Internet

Con ocasión del interesante curso de verano de la UPM sobre “La convergencia en las TIC” que se celebró a principios de julio, organizado conjuntamente por la UPM y ASIMELEC, reunimos a cuatro de sus ponentes y al director del curso, Jorge Pérez, para abordar el futuro de Internet, en el ámbito empresarial, de la mano de los propios emprendedores.

Antonio Fumero, de WinWin Consultores, Pedro J. Canut de Coloriuris, Jaime Estévez de Agoranews y Esteban Días de Tyven, nos hablan en esta charla del futuro de los negocios en Internet, de las dificultades y los retos de los emprendedores en este campo, del funcionamiento del propio sector y de las novedades que nos deparará el futuro. Mientras Facebook alcanza los doscientos cincuenta millones de usuarios, las calles de Second Life están desiertas. ¿Alguien conoce el secreto del éxito?.

bit Hace ya tiempo que explotó la burbuja “.com”. ¿Cuáles son las lecciones aprendidas y qué cosas no se deben repetir?

Antonio Fumero. En aquel momento había una cierta abundancia de recursos, había gente proponiendo ideas de negocio en Internet, que en aquella época eran novedosas, pero lo que hizo explotar la burbuja no fue el emprendedor sino el negocio financiero asociado. Lo que provocó la burbuja fueron las expectativas que se crearon en el ámbito financiero. Hubo muchos emprendedores con muy buenas ideas, con intención de negocio, de crear valor y contratar personas y, en definitiva, crear tejido empresarial en España y en el mundo.

Por eso la principal lección aprendida es que no se puede especular con la simple exuberancia de recursos. No obstante, todo lo que ha ido floreciendo después de 2004 o 2005 ha sido sobre el terreno abonado por aquellas compañías. Tener YouTube hoy es fruto, en parte, de las expectativas de un montón de gente que nos precedió. ¿Era la única forma de llegar a esta situación? No lo sé, pero sí sé que una gran parte de la culpa de que estemos aquí ahora, la tiene toda esa gente que arriesgó y perdió en aquel momento porque querían generar algo de valor.

Jorge Pérez. De hecho, ahora que vemos la crisis del sistema financiero a mí me resulta muy natural hacer una analogía, porque a este sector le parece como algo ya vivido.

Jaime Estévez. Viví muy de cerca el estallido de la burbuja “.com”. A España llegó en los años 2001 y 2002, aunque en Estados Unidos

había explotado ya en el 2000. Internet tuvo un sano ritmo de crecimiento en todo momento durante aquellos años. El fenómeno especulativo relacionado con las salidas a bolsa o la oportunidad de enriquecimiento rápido entorno a los negocios “.com”, fue lo que hizo estallar una crisis de expectativas. En definitiva la crisis la produjo el afán de enriquecimiento en muy breve periodo de tiempo. De hecho las “.com” sólidas, bien planteadas y con buenos fundamentos que nacieron en esos momentos, hoy son líderes. Google nació en el año 2000, Idealista, en España, nació en el año 2001, y ambos son casos de empresas bien dimensionadas y bien planteadas, sin afán de enriquecimiento rápido, que supieron aguantar pérdidas moderadas durante tres y hasta cuatro años, para obtener rentabilidad a largo plazo. Tango Google, como Idealista son líderes en sus respectivos sectores. Por tanto, la principal lección aprendida es que si el objetivo es el enriquecimiento rápido, posiblemente fracasará. Si el proyecto es a largo plazo y bien fundamentado funcionará.

Esteban Díaz. Mi experiencia en aquellos años de crisis de las “.com” fue que trabajaba en una empresa que había crecido muy rápidamente, pase de tener un millón y medio de libras en papel, a tener cero. Estaba en una teleco con mucha carga de creación de software, un operador de nuevo cuño. Generalmente lo que se fue al traste eran los negocios que son muy diferentes a los que hay hoy en día, los negocios en los que tenías un alto grado de apalancamiento. Mi empresa había alcanzado esas dimensiones en año y medio. Por eso creo que lo que aprendimos es que no se puede seguir haciendo



Esteban Díaz

“Lo que aprendimos de la explosión de la burbuja ‘.com’ es que es necesario modelar empresas más centradas en la ejecución y en el equipo”

los negocios como se hacían en aquella época, con unas inversiones brutales, sino que es necesario modelar empresas más centradas en la ejecución y en el equipo.

Pedro Canut. En aquella época funcionó el fenómeno *Vaporware*¹. Ahora, después de algunos años vuelve a surgir, con matices. Parece que no hemos aprendido mucho, porque empezamos a reproducir aquellos esquemas que se daban en el año 2000. Es una lástima, porque de repente a ese afán financiero, meramente especulativo que minaba Internet en 2000 y 2001, parece que empieza a aparecer otra vez y empezamos a ver empresas de *Vaporware*, vendiendo cosas que parece increíble que convengan a



Antonio Fumero

“Hoy tenemos que asumir que no tenemos más remedio que emprender, vivir, aprender, etc. con Internet. No hacerlo ya no es una opción”

nadie. Se venden proyectos sobre un power point, y en algunos casos ideas que ya están desarrolladas y funcionando. Algunos hemos aprendido de los errores, pero todavía hay algunos, que quizás no vivieron aquella época, y están reproduciendo esquemas de especulación, y ahí hay un riesgo, aunque más controlado que en aquella época.

Antonio Fumero. Hay gente que habla de “burbuja 2.0”, situando en los mismos términos que aquella, esta de hoy en día. Ahora hay mucha gente que está fracasando todos los días con proyectos del “2.0”, aunque el golpe tiene una dimensión menor. Hay que tener en cuenta que a principios de siglo

empresarios que, por ejemplo, enterraban fibra por el mundo, con una grandísima inversión, se iban abajo. Si se hunde un negocio de ese tipo, el descalabro financiero es tremendo. Pero que se hunda un empresario que monta una web para vender ropa de moda para mascotas queda en una anécdota, en comparación.

Esteban Díaz. De hecho muchos de esos negocios fallidos, aunque caigan, generan conocimiento. El concepto americano del “fracaso” como algo de lo que se aprende, es difícil de trasladar aquí. Allí es más fácil volverte a levantar, aquí siempre queda un estigma social. En cambio este es un sector en que hasta los fracasos son útiles para descartar caminos equivocados.

bit ¿Qué característica debe tener un emprendedor en Internet? ¿Es más fácil o más difícil emprender en el mundo de Internet que en otras áreas? ¿En este momento de crisis puede haber alguna ventaja para los emprendedores en Internet?

Esteban Díaz/Pedro Canut. Pueden darse ambas cosas. Por un lado es un momento de indefinición en que pueden surgir proyectos que salgan adelante, pero también hay un caldo de cultivo para especuladores. Tras la crisis en la construcción puede haber mucho dinero que tenga que colocarse en otros negocios.

Jaime Estévez. Sobre si es más fácil ser emprendedor dentro o fuera de Internet, yo diferenciaría entre sectores maduros en declive y sectores jóvenes en crecimiento. Emprender nuevos negocios en un sector que está creciendo, siempre es más fácil, porque en sectores maduros ya hay grandes

empresas posicionadas con muy poco margen para que los pequeños puedan posicionarse. Por tanto, la cuestión es Internet en la medida que forma parte de los sectores que están creciendo y que generan nuevas oportunidades cada día.

Antonio Fumero. Yo diría que es más fácil emprender con Internet que sin Internet. Hay que tener en cuenta que la red, que es algo que forma parte de nuestra vida cotidiana en todos los ámbitos. Hoy tenemos que asumir que no tenemos más remedio que emprender, vivir, aprender, etc. con Internet. Ya ni siquiera se trata de que haya un sector de Internet, como se conocía tradicionalmente. Hablando en términos económicos sigue existiendo dentro del hipersector, un sector de Internet, con una serie de industrias que dan unos servicios específicos para el desarrollo de esa parte de la sociedad, pero tenemos que aceptar que Internet es parte de todos los ámbitos, con lo cual, emprender con Internet o sin Internet, ya no se va a plantear más, ya no es una opción.

Jorge Pérez. ¿Eso significa que entonces hay menos riesgo? Siempre sectores en crecimiento han ido aparejados a negocios con más riesgos, mientras que sectores más establecidos tenían riesgos menores. Incluso se trataba de manera distinta en cuanto a su financiación. ¿En Internet ha disminuido el riesgo en esta segunda ola?

Esteban Díaz. Yo creo que el riesgo se ha distribuido. Es más fácil arrancar tu negocio, lo que ocurre es que luego tienes una incertidumbre más a largo plazo. Se te ocurre una idea, consigues el equipo, la empiezas a ejecutar, y la barrera de entrada para el siguiente, que es tu

competidor, es muy baja. Yo no tengo claro que el riesgo aumente, creo que se ha distribuido.

Pedro Canut. Realmente los que si aprendieron de la burbuja del 2000 fueron los bancos. Ahora hay menos riesgos, Internet es más segura, hay propuestas más serias y gente más preparada. Hay gente a la que le gusta trabajar en esto y no sólo especular. Además hay más usuarios de Internet. Pero en contra, los bancos tienen más miedo del que tenían en el año 2000. Hay muy poca implicación de los bancos y de las cajas en estos asuntos. Cuando apuestan es casi sobre seguro.

bit ¿Os referís entonces a que lo más difícil es mantenerse?

Pedro Canut. Vivimos en la Sociedad del conocimiento, y es el conocimiento el que nos diferencia de otros sectores. Pero el conocimiento es frágil. En una conversación entre amigos puedes dar las pautas de tu modelo de negocio en tres palabras. Teniendo esa idea, disponer de los medios para ponerla en marcha es sencillo.

Antonio Fumero. Efectivamente, hablamos de la Sociedad de la Información y del Conocimiento, pero seguimos teniendo un tejido industrial antiguo, y se sigue funcionando en parámetros industriales. El emprendedor tiene que trabajar en ese entorno y si tu negocio es puro conocimiento, o intensivo en conocimiento, tienes bastante complicado aquilatar ese modelo de negocio que tienes en la cabeza a unas herramientas y conocimientos que te permiten articularlo que son puramente industriales.

Esteban Díaz. Es imposible controlar que no te roben las ideas. Lo

más importante cuando montas una empresa tecnológica del tipo de la que he montado yo, es cómo ejecutas las cosas y el equipo que reúnes. Lo más importante de Tyven Systems es el equipo. Eso también es una consecuencia bastante interesante de cómo funciona las empresas tecnológicas en la web 2.0. Hay que quitar valor a la infraestructura, porque la infraestructura no cuesta nada, y enfatizar el valor de las personas. Puedes robarme mi idea, pero a ver si la ejecutas como lo hace mi equipo. Hay mucho espacio para la innovación en todos los sitios y muchos de los desarrollos que se hacen tienen que encontrar su localización. Eso se ve, por ejemplo, con las redes sociales. Facebook triunfa en algunos países, Tuenti triunfa en España, Orkut en Latinoamérica y, sobre todo, en Brasil...

Jorge Pérez. En otros sectores de crecimiento, de riesgo, su modelo de innovación está organizado para que la patente o la protección de la idea sea un elemento básico y esté muy regulado. ¿En ese sector eso sirve para algo?

Esteban Díaz. Nosotros lo estuvimos considerando, pero cuesta dinero y tiempo patentar las cosas y el sistema es demasiado riguroso y rígido.

Pedro Canut. Hay que tener en cuenta que la herramienta básica para nuestros negocios es el software. El software en Europa y en España está sujeto a normas de propiedad intelectual. No estamos en el caso de los Estados Unidos que pueden patentar cualquier línea de código, aquí esto se traduce en propiedad intelectual, ¿es bueno registrarla?, pues quizás, pero a efectos prácticos no sirve para nada.



Pedro Canut

“Vivimos en la Sociedad del Conocimiento, y es el conocimiento el que nos diferencia de otros sectores. Pero el conocimiento es frágil”

Esteban Díaz. Yo he trabajado catorce años en software y hemos visto casos de empresas muy importantes que denunciaban estos asuntos, invirtiendo muchísimo dinero y todas las demandas se perdían. Al final se reduce a un asunto de marketing. Grandes empresas tienen números importantes de patentes al año, y así se da esa imagen de innovación, aunque a efectos prácticos patentar no sirva para nada en el sector del software sobre todo.

bit ¿la Ley de protección de datos o la Ley de protección de derechos de autor limita a la idea?

Jaime Estévez. Los medios suelen intentar proteger el contenido. Yo quiero que cuando más se propa-



Jaime Estévez

“La esencia del nuevo paradigma es compartir y cuanto más se comparte, más se difunden, no sólo las ideas, sino también los contenidos, la imagen de marca y la influencia”

que mi contenido mejor. Mis videos están ahora mismo presentes en diarios digitales, en blogs, en webs... El 90% de mis videos se ven fuera de mi sitio web y eso a mí me interesa. Yo me he inspirado en el modelo que, por ejemplo, utiliza Youtube. Entiendo que la esencia del nuevo paradigma es compartir y cuanto más se comparte, más se difunde, no sólo las ideas, sino también los contenidos, la imagen de marca y también la influencia. Al final, cuando en breve ponga en marcha los ingresos por publicidad, voy a ser audiencias que no he tenido que trabajar yo desde mi sitio web, sino que vienen del conjunto de mi comunidad y los principales contribuidores de esas audiencias, participaran en los ingresos genera-

dos gracias a esa publicidad en los videos. Yo tengo el primer sitio periodístico en español que hace esto y mi negocio está creciendo por ahí. El modelo tradicional de los medios está cambiando y creo que será en esta dirección.

bit Ser emprendedor en Internet, ¿es más fácil ahora con las tecnologías actuales de lo que era hace diez años? ¿Cómo influye a la hora de constituir equipos de trabajo?

Esteban Díaz. Es más barato y más fácil, porque hay más estandarización. Uno de los grandes problemas que teníamos antes eran los sistemas propietarios. Yo trabajaba en una empresa en que todo era propietario, y claro, no podías plantearte el buscar un negocio para competir contra ellos.

Pedro Canut. Aquí volvemos al concepto de sociedad intensiva en conocimiento. Ahora buscar talento, buscar conocimiento en todo el mundo es muchísimo más sencillo. El conocimiento y el talento es muchísimo más accesible. Lo difícil es retenerlo y muchísimo más difícil ponerlo en valor.

Esteban Díaz. Tengo una anécdota a este respecto. Tenemos un proyecto específico y los recursos para hacer el proyecto, pero hay una parte del proyecto que es muy específica que está relacionada con temas de video en casa. Buscamos en Internet, en foros, a una persona que hubiera hecho unas extensiones para los drivers en PHP, que se podían integrar en nuestro entorno y contactamos con él, que estaba en Rusia. Hablamos a través de mensajería instantánea, consultamos referencias de él a través de Internet, y se establece una relación de confianza. No hay fronteras. En este proyecto, en particular, proba-

blemente nos suponga un ahorro de veinte mil o treinta mil euros. No es un proyecto grande, pero estamos hablando de un ahorro interesante.

Pedro Canut. Pero esto no sólo pasa con ingenieros informáticos. Nuestro negocio, por ejemplo, es de servicios jurídicos. Gracias a la ayuda de Internet, hoy tenemos juristas en todo el mundo. Es algo parecida a lo que ocurre en telemedicina, en que un doctor puede revisar los datos de un paciente en otro país. En nuestro caso lo que necesitamos son juristas que conozcan muy bien el derecho de cada país, que además conozcan Internet y sean usuarios de las herramientas de Internet, para comprender como interactúa la informática con el derecho.

Pedro Canut. Sales a buscar gente y te encuentras con unos pocos candidatos que se conocen en todo el mundo. El número de expertos es muy limitado. Quiero decir que lo que nosotros necesitamos, en el caso de un jurista no se enseña en la facultad de derecho, pero es que en el caso de un informático, tampoco.

bit ¿La legislación española apoya? ¿Qué habría que cambiar en ese sentido para favorecer que surjan nuevos emprendedores?

Pedro Canut. Siendo políticamente correcto, afirmaríamos que un nuevo paradigma necesita un nuevo derecho, pero eso es falso. Europa lleva años con una política legislativa que es más que suficiente para regular todo tipo de situaciones, a excepción del derecho penal. Así como el derecho civil o mercantil nos permite acudir a la legislación y actuar, el derecho penal, por su propia naturaleza, entiende que si no hay un delito

tipificado no podemos penalizarlo. Todo lo que ocurre en Internet, a excepción de los delitos informáticos, puede resolverse con las herramientas jurídicas que tenemos desde hace veinte siglos. Es más, en Europa estamos más preparados que en Estados Unidos para resolver estos conflictos. En el año 2000 un proyecto como el que tenemos en Coloriuris sería imposible, porque era imposible que la gente accediera a un contrato con firma electrónica, por ejemplo, pero la normativa ya lo contemplaba. El derecho en este caso ha llegado antes que internet, en lo único en lo que vamos detrás es en derecho penal y es lógico.

bit ¿Pero la legislación impone dificultades a la hora de emprender?

Pedro Canut. A mí me duele mucho ver como nuestros políticos a veces ponen la alfombra roja a determinadas empresas de fuera de España, o de fuera de Europa, y no se da cuenta que esas empresas que vienen desde fuera, lo hacen con una excepción de impuestos y con unas obligaciones mínimas en materia de derechos civiles, en comparación con las nuestras. Para competir con Google, por ejemplo, la empresa española debería invertir diez veces lo que Google invirtió por hacer lo mismo. Aquí las empresas de Internet están sometidas al mismo régimen fiscal que cualquier otra empresa. No hay ningún incentivo de fiscalidad para las empresas que operan en Internet, con lo cual, la desventaja competitiva que tenemos en materia fiscal con las empresas de Estados Unidos, es abismal.

Jaime Estévez. Desde mi experiencia te diría que en el ámbito estatal no existe ni una sola norma orien-

tada a favorecer a los emprendedores. Se nos trata absolutamente con los mismos criterios que a cualquier otra empresa por grande que sea. El problema es que trabas que superan las empresas grandes, a los emprendedores nos pueden resultar insalvables. No existe ningún tipo de medida específica que favorezca la actividad de los emprendedores. Además si quisieran poner una medida que favoreciera tanto a los grandes como a los pequeños, pero que para los pequeños fuera crítica, sería favorecer el pago rápido de las Administraciones Públicas. Que esté prohibido pagar a noventa, a ciento veinte, o a ciento cincuenta días, y que, en caso de que se pague en estos plazos, se exija una multa de importante cuantía.

Antonio Fumero. El problema de las ayudas que se articulan es que no están acompañadas del cambio en la mecánica del instrumento. El instrumento sigue estando pensado, diseñado y desarrollado, por una estructura industrial e industrialista y funciona con esos plazos, eso no va acompasado con las exigencias competitivas del mercado.

Jorge Pérez. Me gustaría sacar en el coloquio el tema de las multitudes inteligentes. Yo observo a los grandes y se ve que últimamente ponen en marcha instrumentos para que cosas que antes se hacían desde su laboratorio de I+D, sean desarrolladas por sus propios usuarios. Se está creando un nuevo modelo de innovación, de generación de valor bastante innovador en cuanto a procedimiento. ¿Lo veis como una amenaza?

Esteban Díaz. A mí me parece bien, porque al final da lugar a que muchas ideas se pongan en práctica. La idea no es tan importante, porque hay millones de ideas, el

problema es saber qué idea te van a comprar, cual va a ser aceptada. El que Google, Nokia o Apple, vayan educando al consumidor para que se posicionen a mi me es útil. Lo único que provoca esto, y yo que estoy orientado a procesos lo he vivido, es que nunca sabes con este sistema cuándo se da por concluido un proyecto. Yo he hecho proyectos que iban a durar tres meses y luego se prolongan siete meses. Si no estás seguro de lo que va a pasar con el proyecto, porque crees que puede enriquecerse es mejor sacarlo en versión beta.

bit ¿Cuál es vuestra opinión sobre los debates surgidos en la red sobre canon y derechos de autor?

Jaime Estévez. Los medios de comunicación han visto como sus audiencias tradicionales cada vez les dedican menos tiempo y menos atención. Están desesperados viendo como la gente pasa más tiempo en Facebook, Youtube o Tuenti que en cualquier otro medio de comunicación, cuando hace cinco años la gente pasaba la mayor parte de su tiempo de consumo de medios delante del televisor, con la radio puesta, leyendo revistas, leyendo el periódico... Ese tiempo de consumo de medios está cambiando. Los medios tradicionales están desesperados porque observan cómo se les ha escabullido esa audiencia entre los dedos. Nuevos sectores han pulsado las teclas adecuadas para tener la preferencia de la gente.

Pedro Canut. Mucho de lo que se llama inteligencia colectiva o de contenidos generados por usuarios, detrás de las cuales hay modelos de negocio de lo más tradicionales, están alimentados por esa tendencia que es la conversión de ese tiempo de consumo en un consumo productivo. La interactividad va a gener-



ar producción implícita y eso va a tener un impacto clarísimo en los contenidos. Todo ese tiempo de consumo, que se está transformando en tiempo de interacción productiva es una tendencia consolidada, muy clara. Y parece que nadie comprende todavía el modelo de negocio. Creative Commons² para mí es un proyecto muy relevante, importantísimo en la historia reciente de la red, un proyecto que ha querido dar a conocer al mundo que es posible liberar un mecanismo técnico, jurídico y tecnológico que permita a las personas que crean contenido, que somos todos, gestionar como se consume ese contenido.

bit ¿Hacia dónde creéis que va a evolucionar Internet en los próximos años? ¿Qué novedades vamos a ver? Y a este respecto: ¿Qué significa web 3.0?

Jaime Estévez. Pensemos en el proceso que ha atravesado la televisión: blanco y negro, UHF, llegada de las privadas, la TDT, alta definición... Ahora estamos viviendo otra revolución y parece que no nos es evidente. El teléfono móvil es lo más paradigmático en cuanto a integración absoluta de la tecnología con la "vida real". Con Internet debe suceder eso, porque

se ha convertido en otra parte de la vida real. El día en el que no hablemos de Internet como si nos asomáramos a un mundo distinto, ese día habremos llegado a integrar Internet en nuestra vida.

Jaime Estévez. En un estudio recientemente publicado por Intel, se indica que en el año 2012, el 93% del consumo de la web va a ser audiovisual. Sobre esa tendencia yo baso mi trabajo y la orientación de mi empresa. Yo insistiría en la parte de audiovisual profesional, porque ahora vivimos un momento en que hay mucho video generado por el usuario, pero poco video profesional a disposición en Internet. Digamos que se potenciará un contenido audiovisual de alta calidad.

Antonio Fumero. El contenido audiovisual en Internet crecerá sin duda. El hecho de que crezca el volumen de contenidos en audiovisual no sólo es una tendencia estructural, es que además este cambio va a provocar cambios en la dinámica de consumo, en la dinámica de producción, en toda la red. Lo más relevante es que seguimos evolucionando y cada vez más rápido en la aprensión de esta tecnología, socialmente

hablando, y en cómo se integra en todos los ámbitos. En unos años tendremos una población mucho más educada en general, mucho más preparada para informarse con ese tipo de contenido. Esto, que parece una manera muy natural de interactuar, en nuestra educación no lo es, ni creo que todavía lo sea para nuestros hijos, que siguen siendo de la cultura de leer y escribir. En cuanto empiece a cambiar de forma sustancial ese tipo de educación, el cambio no va a ser exponencial, sino mayor aún. No podemos ni imaginar la rapidez con la que va a cambiar la dinámica a la que estamos acostumbrados en la red. El cambio sustancial y cualitativo lo va a dar la dinámica social de las personas en la red, y todo esto evidentemente, en movilidad. ♦

¹ **Vaporware** es un término peyorativo utilizado para denominar al software o hardware anunciado por un desarrollador mucho antes de realizar el desarrollo, pero que después no llega a emerger, ni a tener un ciclo de desarrollo más o menos estable.

² **Creative Commons** es una organización no gubernamental sin ánimo de lucro que desarrolla planes para ayudar a reducir las barreras legales de la creatividad, por medio de nueva legislación y nuevas tecnologías. Fue fundada por Lawrence Lessig, profesor de derecho en la Universidad de Stanford y especialista en ciberderecho, que la presidió hasta marzo de 2008.

Creative Commons (en español: «bienes comunes creativos») es también el nombre dado a las licencias desarrolladas por esta organización.