

INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD

# El abismo entre las ideas y el éxito comercial

John Hoffman

Consejero Delegado de la GSM Association y Miembro de la Fundación de la Innovación Bankinter

**En el sector de la movilidad**, las mejoras graduales a un servicio vigente no son suficientes para mantener una posición de liderazgo y ofrecer un crecimiento significativo en el negocio de una empresa. Con nuevos participantes que tratan constantemente de cambiar el panorama competitivo, sólo la innovación real puede mantener el margen competitivo de una empresa y permitirle hacer crecer su negocio.

La innovación es vital para que las empresas alcancen la llamada 'oportunidad especializada' desarrollando servicios y productos atractivos específicamente dirigidos a un grupo de clientes. Si se ejecuta bien, la innovación puede conducir a un liderazgo del mercado sostenible. El innovador dispositivo y servicio BlackBerry, que permite a los trotamundos acceder fácilmente a su e-mail, transformó a Research in Motion de una empresa start-up a una empresa líder en nuestro sector.

Los grandes progresos en tecnología están alimentando la convergencia del sector de los móviles con Internet, el sector del ocio y los servicios financieros, permitiendo a miles de pequeñas empresas desarrollar de forma similar aplicaciones, productos y servicios innovadores para usuarios de móviles. Sin embargo, estos innovadores a menudo luchan por seguir las huellas de Research in Motion.

Es difícil para estas pequeñas empresas comercializar con eficacia sus innovaciones para las más de 700 operadoras móviles en todo el mundo y cruzar el abismo que separa las ideas prometedoras del éxito comercial. Las operadoras son organizaciones grandes y complejas y es difícil para las pequeñas empresas poder presentar sus ideas, productos y servicios a las personas adecuadas dentro de estas organizaciones.

Como resultado, algunos de los inversores de capital-riesgo y privados que respaldan a estas pequeñas empresas se han visto decepcionados por la rentabilidad que han recibido del sector de los móviles. Es probable que vacile el apoyo de la comunidad inversora para operaciones relacionadas con móviles salvo que el sector del móvil pueda encontrar una vía para eliminar el cuello de botella entre una buena idea y el producto comercial con éxito.

Las empresas jóvenes en España, según el foro de expertos de la Fundación de la Innovación de Bankinter, encuentran dificultades para obtener la inver-

sión inicial y para las primeras etapas que necesitan para llevar una innovación hasta el mercado.

Este es un problema que España debe afrontar. Es probable que muchos de los atractivos nuevos servicios y productos sean concebidos por empresas start-up más pequeñas que no tienen un patrimonio dentro de un único sector o una visión atrincherada del mundo. Esta tendencia es muy evidente en el Mobile World Congress del GSMA, dónde hay cada vez más conferenciantes y expositores de otros sectores.

Este año, el GSMA organizará un evento centrado en la innovación durante el Congreso en Barcelona. El Mercado de Innovación Móvil, que está diseñado para ser un foro en el cual operadoras, inversores de capital-riesgo e innovadores de todo el mundo puedan intercambiar ideas y hacer negocios, forma parte de un Mercado de Innovación Móvil más amplio específicamente para ayudar a los innovadores a llegar hasta las operadoras móviles e inversores.

## Innovaciones prometedoras

A través de un portal online, de reuniones personales y de un programa continuado de premios diseñado para identificar las innovaciones en móviles más prometedoras de todo el mundo, el Mercado de Innovación del Móvil proporciona a los operadores una visión temprana de las tecnologías de vanguardia. El objetivo es asegurarse de que la innovación esté ampliamente alineada con las necesidades del sector de los móviles y de sus clientes, lo que llevará a una adopción más rápida y amplia de soluciones innovadoras por parte de los operadores.

Antes del Mobile Asia Congress del GSMA en Noviembre, altos ejecutivos de operadoras móviles e inversores de capital-riesgo revisaron las presentaciones de innovadores e identificaron a las 50 primeras pequeñas empresas que se dirigen al sector de los móviles. Las empresas líderes en cuatro categorías y el ganador global, Consilient de Canadá, fueron distinguidos en la ceremonia de premios del Mercado de Innovación del Móvil.

Este proceso se repetirá en otros eventos en el futuro, porque la comercialización sistemática de la innovación es la vía para ofrecer un crecimiento sostenible tanto a las empresas como a los países. No es suficiente crear nuevos productos y servicios innovadores, también hay que venderlos.