

Condiciones de éxito digital, y nuevos mercados bursátiles

04/07/1999. Mensaje núm. 442

Lejos quedan los tiempos en los que hablar de Internet era hablar de filantropía informacional. Hoy, el dinero manda. El suplemento de The Economist se dedica al imperativo de la Red, o, a cómo sin la Red no hay futuro. Lo dice The Economist... (http://www.economist.com/editorial/freeforall/library/industry/index_19990626_s_u9828.html).

Hoy, también, la portada del Fortune de esta semana (05/07/1999) se dedica a las nuevas empresas en la Red, aquellas de entre las que se espera que surja la nueva Yahoo! Dos de las que se citan. Primero, ThirdVoice (<http://www.thirdvoice.com>), que ha lanzado un (polémico, según algunos) software que te permite hacer tus comentarios sobre los webs que visitas, de manera que cualquier internauta que los visite después, y esté usando el software de ThirdVoice, puede leer tus comentarios. Segundo, InterTrust (<http://www.intertrust.com>), que propone una solución de contenedor digital de contenidos (digibox), que permite al propietario de los derechos limitar lo que un usuario puede hacer con el contenido de la "caja digital". Y también Boo.com (<http://www.boo.com>), que tiene por mérito, aparte de haber conseguido un dominio de 3 letras (algo que cuesta mucho en estos días), que todo el mundo esté hablando de él, tanto por su idea (vender ropa de moda) como por las inversiones que están atrayendo. El texto del artículo está disponible en <http://www.pathfinder.com/fortune/cool/index.html>.

La pregunta, obviamente, es: ¿cuántas de estas empresas se convertirán en una nueva Yahoo? o, más simple, ¿cuántas llegarán a sobrevivir un año? Para ayudarnos a identificar cuales son las condiciones que hacen posible una iniciativa con posibilidades de éxito, la revista Business 2.0 (como veis, ya imprescindible), dedica su dossier central precisamente a este tema. Las cinco condiciones básicas para el éxito de un startup (nueva empresa) en la Red: la gente detrás de la idea, el grado de diferenciación de la misma, la especialización de su propuesta, su capacidad de avanzar rápidamente con ella en un entorno muy competitivo, y, finalmente, cual es la estructura de reparto de acciones entre los miembros de la empresa (que mejor motivador que trabajar en tu propia empresa?). El artículo no tiene desperdicio: <http://www.business2.com/articles/1999/07/content/cover-story.html>...

Seremos "nosotros" (aplíquese el pronombre a quien convenga) una empresa con posible éxito? Para averiguarlo, se pueden completar dos tests. Uno es el ofrecido por el guru Walid Mougayar en <http://www.cyberm.com/digitalscorecard/>, bajo el nombre de Digital Scoreboard. El otro es el facilitado por Cisco en <http://www.cisco.com/warp/public/750/indicator/quiz.html>, bajo el nombre de Internet IQ Test.

En cualquier caso, será difícil que lleguemos a ni siquiera poder saber si tenemos futuro, si no disponemos del capital adecuado. En este sentido, están pasando algunas cosas...

Primero, están apareciendo en España una serie de "fondos de inversión", o mejor, de "grupos de capitalización", con dinero fresco para invertir en iniciativas digitales. De los que yo tengo noticia son: Retevision, Ericsson (5000 millones, El País 12/05/1999), NetJuice (10.000 millones, El País 09/06/1999), ClickThru (El País 17/06/1999), y Argentaria (El País 02/07/1999). Lo normal es que en estos casos estas empresas inviertan cantidades moderadas, en forma de capital riesgo: la empresa toma una parte de las acciones, y se reserva el derecho de venta al cabo

de unos años. También puede ayudar en la gestión de la empresa, y, en general, lleva a cabo una monitorización precisa de su funcionamiento.

Segundo, aparecen iniciativas que buscan poner en contacto las ideas con el capital. Entre ellas destacan Forvm (<http://www.forvm.com>), que por cierto llevó a cabo una encuesta entre emprendedores y entre inversores para identificar que tipo de servicio esperan de su intermediación. También está la empresa Alta New Ventures (<http://www.altanv.com>).

Y tercero, el esquema quedaría bastante completo con un elemento que creo fundamental. Se trata, claro está, de una Bolsa dedicada a este tipo de empresas. En otros países europeos (Holanda, Bélgica, Alemania y Francia) este tipo de bolsa de inversión en proyectos pequeños pero innovadores ya ha aparecido, a la luz del ejemplo norteamericano del Nasdaq. En Italia, el pasado 17 de junio de 1999 se lanzó el NuovoMercato, creado por la bolsa de Milán (<http://www.borsaitalia.it/ing/news/nm.html>). En Europa, estos mercados reciben el nombre genérico de Euro.NMs (EuroNewMarkets, <http://www.euronm.com/>) (véase al respecto, el Business Week 05/07/1999 p24).

Bien, todo sea por probarlo, que falta le hace al Viejo Continente. Y si no, léanse las conclusiones del estudio "e-Europe" realizado por Andersen Consulting. El texto está accesible entero en http://www.ac.com/services/ecommerce/ecom_efuture.html. Me permito sólo el comentario de una de sus gráficas. La que muestra que hay una correlación directa entre gusto por el riesgo (más exactamente, "falta de aversión al riesgo") y el porcentaje de población con acceso a Internet en los diferentes países de Occidente. El mensaje es claro: "la aversión al riesgo (más presente en Europa que en los Estados Unidos) puede dificultar la experimentación y la innovación, dos motores fundamentales del comercio electrónico".

O sea, que el futuro está en tus manos...