

En busca de negocio a California



El emprendedor español Xavier Verdaguer, con prendas de ropa inteligente de Innovalee en sus oficinas de San Francisco.

“Creamos moda española con tecnología americana”

Xavier Verdaguer cuenta su nuevo negocio en Palo Alto

M. JIMÉNEZ San Francisco

El emprendedor catalán Xavier Verdaguer, socio fundador de la empresa de innovación TMT Factory, una compañía de desarrollo de software y producción multimedia que emplea ya a 50 trabajadores en Barcelona, ha montado un nuevo proyecto, Innovalee. Esta vez directamente en Palo Alto, en pleno Silicon Valley. “Fusionamos la moda española, cuyo diseño está bien posicionado en el mundo a nivel de creatividad, con tecnología americana”, cuenta.

El resultado: Innovalee crea bolsos y mochilas confeccionados con tejido solar flexible que cargan con energía solar los dispositivos electrónicos que se lleven dentro (móviles, portátiles o cámaras). “No necesitas llevar un cargador y evitas quedarte sin baterías”, comenta Verdaguer. La empresa, que se fundó el 4 enero de este año y que

es una compañía 100% americana, también hace chaquetas y sudaderas que permiten proyectar cualquier información enviada desde el móvil (logotipos, mensajes, la hora, el tiempo...) gracias a tintas luminosas. Su producto estrella son unas zapatillas deportivas equipadas con un chip que, sincronizadas con el teléfono, actúan como un GPS guiando al usuario con pequeñas vibraciones en el pie derecho o izquierdo, según deba girar éste en su ruta hacia un lado u otro.

“La idea se nos ocurrió el año pasado, cuando vine a la Universidad de Stanford a hacer un curso de alta dirección. No conocía la zona y era muy complicado ir en bici y mirar al mismo tiempo la pantalla de un móvil para saber por dónde ir”, cuenta este emprendedor de formación ingeniero informático y arquitecto. Innovalee ha tramitado la patente de las zapatillas en EE UU, y es el pro-

ducto que más tarde sacarán al mercado porque “estamos intentando que las zapatillas se recarguen con el movimiento, que el usuario no tenga que cargarlas cuando llegue a su casa”.

Las 1.000 primeras unida-

Innovalee crea bolsos que cargan el móvil, chaquetas que proyectan imágenes y zapatillas-GPS

des de bolsos solares ya están en producción y se venderán a partir de este verano a través de su web www.innovalee.us. “Pero el objetivo es vender los productos también a través de otras plataformas de comercio electrónico como la exitosa tienda de ropa Zappos.com, que hace poco fue comprada por Amazon”.

Los socios fundadores de

Innovalee, que aportaron un capital social de 300.000 dólares, son la ingeniería BConsulting (60%), el estudio creativo Haiku-Studio (20%) y la empresa de confección Cooked in Barcelona y el centro de investigación Cetemmsa, con un 10% cada uno. “Ahora estamos negociando una ronda de financiación de tres millones de dólares con socios estratégicos y de capital riesgo para investigar más, tramitar más patentes y sobre todo crecer más rápido, porque si algo he aprendido es que aquí en EE UU se abre a los emprendedores muchas puertas pero tienes que correr mucho si no quieres que la ventana de oportunidad se te cierre”, continúa Verdaguer.

Innovalee, que cuenta con cinco empleados españoles en Silicon Valley y dos americanos, prevé superar el primer millón de dólares de facturación en su primer año y llegar al break-even durante el próximo ejercicio.

“Me apasiona ser un emprendedor en serie”

Verdaguer confiesa que le gusta ser “un emprendedor en serie”. A sus 38 años, ha creado ya varias empresas, la primera con 25 años. “Pero también me arruiné una vez en 2001 con la crisis de las *punto.com*”, dice. “Lo mío no es gestionar grandes compañías, sino tener ideas, crear compañías, lanzarlas y luego dejarlas en manos de alguien que sepa gestionarla y pasar a otro proyecto”.

Por eso, no le duele en prendas decir abiertamente que desde el principio se

plantea vender Innovalee. “Crear una marca ligada a la moda, como es el caso, es difícil y hay grandes empresas españolas que lo han logrado como Zara y Mango. Me encantaría que una de ellas nos absorbiera o cerrara un acuerdo con nosotros para convertirnos en su departamento de innovación”, dice Verdaguer, que insiste en que querer ceder la dirección su empresa “no es algo antinatural; un emprendedor no tiene que estar casado con un proyecto toda la

vida. Mi sueño es salir a la calle y ver que la gente usa nuestros inventos”.

El empresario catalán explica que decidió montar Innovalee en EE UU porque allí el comercio electrónico está más maduro. “En España falla el servicio, la entrega de correos es muy mala y las empresas que se dedican a ello son caras”. Pero hay otras dos razones. Una, que su empresa es muy innovadora y “necesitamos capital riesgo que crea en el riesgo, y en España apenas lo hay”.

Y “porque aquí hay una cultura de emprender estupenda, que hace que siendo emprendedor no te sientas como un bicho raro”.

Verdaguer está convencido de que en España hay talento. “Lo que falta es cultura emprendedora. Las universidades deben modificar sus contenidos y explicar a los estudiantes que hay una alternativa que se llama emprender tu negocio. Hay que estimular que la gente genere valor con sus ideas, más ahora con el paro que hay”.

A FONDO

La ‘googalización’ de la diplomacia

TEXTO ANA B. NIETO

Google se ha plantado en China. Según explicaba en *The Wall Street*

Journal uno de sus co-fundadores, Sergey Brin, y han confirmado otros empresarios, tras los Juegos Olímpicos de 2008, el Gobierno de China elevó la presión censora y las interferencias con su negocio. La opacidad creció y eso junto con el ataque sufrido en sus servidores abrió el debate en el buscador sobre qué hacer con este gran mercado. La decisión llegó esta semana cuando Google transgredió el pacto que tenía con Pekín, dejó de filtrar su contenido y redirigió sus operaciones desde Hong Kong.

Esta semana, otra empresa, GoDaddy.com, la mayor compañía de registros de dominios, anunció que dejaba de registrar páginas en China por la cantidad de información que deben proveer sobre la identidad de quien abre páginas. Su competidor, Network Solutions, dejó el país en diciembre.

Google, como sus competidores, tomó la decisión práctica de abrazar a un régimen que se había abierto económicamente pero seguía cerrado políticamente, siguiendo la teoría de que el cambio tenía que llegar desde una economía fuerte y en expansión. Pero en la práctica, la vía empresarial

de lo que algunos diplomáticos llaman el “constitutive engagement” (compromiso constructivo) no se está concretando a juzgar por los problemas que tienen cada vez más empresas que se quejan de una censura mayor, menor protección a la propiedad intelectual y el proteccionismo a los negocios locales.

El caso de Google y la posición que ha tomado le singulariza, máxime cuando otras como Dell, Apple o Microsoft se mantienen en este gran y, a priori, prometedor mercado. No obstante, ahora que EE UU está reexaminando unas relaciones cada vez más tensas con China, hay cada vez más firmas que muestran su frustración con el país.

La Cámara de Comercio de EE UU en China hizo público el día 22 una nota en la que se explicaba que las

políticas proteccionistas de Pekín están provocando que el 37% de las empresas americanas de alta tecnología estén viendo bajar rápidamente sus ventas. Una encuesta hecha por esta organización entre sus miembros revela que la mayoría cree que son discriminados por las empresas públicas y por el Gobierno, algo con lo que no contaban después de hacer millonarias inversiones en el país.

Según la agencia AP, el vicepresidente de la Cámara de Comercio, Myron Brilliant, advirtió el jueves ante la prensa de que la actitud de China está “perjudicando el apoyo que han brindado los abogados de una relación fuerte en EE UU y minizando los argumentos que históricamente hemos usado para cimentar esta relación”.

En el radar de Washington

En EE UU la percepción de China está pasando por uno de sus momentos menos constructivos. En círculos diplomáticos sentó muy mal que en la conferencia del clima de Copenhague, el primer ministro, Wen Jibao, mandara a una persona de su organigrama a despachar con Barack Obama.

Pero lo que más ampollas levanta es que la moneda china está muy inflacionada y eso resta competitividad al resto del mundo. El próximo 14 de abril el Tesoro hará público un informe en el

que se recogerá si la Casa Blanca juzga si China está manipulando su moneda, algo que abriría de par en par una caja de Pandora ya agitada por la situación creada con el buscador.

A juzgar por las airadas reacciones de China, cuando normalmente desestima las críticas, la salida de Google ha sentado mal. Es algo que evidencia la importancia del compromiso constructivo empresarial —frente a otras tácticas de denuncia que suelen caer en saco roto—, en un país interesado en desarrollar una economía fuerte. El alcance del desplante se verificaría si más empresas siguieran a Google y GoDaddy, es decir si se *googaliza* la diplomacia empresarial y, además, los inversores desoyeran a los analistas que recomiendan apostar por los competidores de la empresa de Mountain View.

La Cámara de Comercio de EE UU en China admite que crece la tensión