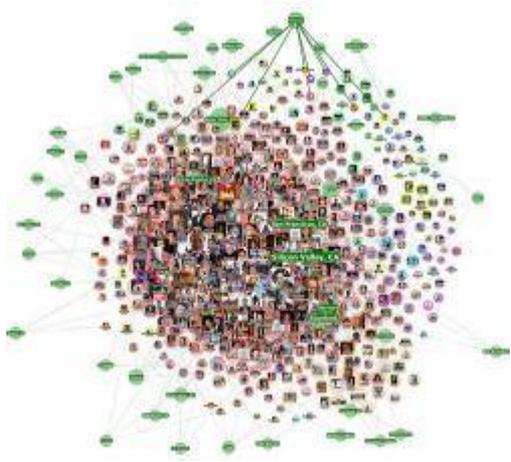


EN BÚSQUEDA DE LA DEMANDA TEMPRANA

Posted on 11/02/2011 by Naider



Es conocido que no solo en España sino también en toda Europa nos resulta especialmente difícil llevar la tecnología al mercado, hacer aquello que se tiende a llamar innovación. A mí, que en varias ocasiones he estado involucrado en la génesis de alguna idea y tecnología, más o menos innovadora, me parece crítico un aspecto en particular: **la existencia de una demanda temprana.**

¿Por qué no surgió Facebook en España? Desde luego que por muchas razones pero apuesto a que seguramente existió un *pseudo-Facebook* en España antes que el propio Facebook: una red social más o menos incipiente, interesante, que incorporaba aproximadamente las mismas funcionalidades. Seguramente nunca ganó masa crítica, nunca llegó a tener un número mínimo de usuarios que le impulsara al crecimiento nacional e internacional. Y al final, surgió Facebook, por supuesto, en los EEUU.

Recordando mis días de universidad en Valladolid, allá por el 97 o 98 (qué tiempos), en unas prácticas de programación Web, fuimos capaces de desarrollar un portal de e-Business para reservar hoteles y restaurantes a través de Internet. Unos compañeros desarrollaron un portal Web para vender libros. Es evidente que **ninguno de nosotros creamos Amazon o Expedia.** Es verdad que nos faltaban muchas cosas: capacidad de emprender, asesoramiento para ello, capital y mil cosas más... pero también es cierto que cuando nosotros programábamos aquello la empresa y la sociedad española no sabía ni lo que era el e-mail. Acercarse a unos empresarios para que apoyaran aquellos proyectos era sencillamente irreal. Algo parecido nos pasó con el proyecto fin de carrera: un sistema de navegación GPS para flotas de vehículos. Logramos desarrollar un prototipo relativamente interesante allá por el 2000 pero no encontramos ninguna empresa interesada en apoyar el proyecto, que sonaba complicado y muy lejos del mercado, ni tampoco financiación para crear un producto comercializable. **Ni qué decir tiene que no creamos Tomtom ni Garmin...**

Aflorando estos recuerdos no deseo, de ninguna forma, reivindicar mi talento (o mis fracasos) como desarrollador, que por cierto no tenía seguramente demasiado, sino subrayar el constante desarrollo de tecnologías que tiene lugar en nuestras universidades, centros tecnológicos y seguramente también en las empresas; tecnologías que **no encuentran en muchos casos esa demanda temprana necesaria.** Seguramente hoy haya muchos desarrollos de micro y nanotecnologías, de biotecnología, dentro de las TIC o de otros muchos campos tecnológicos que simplemente nunca se transforman en productos y logran encontrar esa demanda temprana.

Es cierto que hoy hay más mecanismos de transferencia pero desafortunadamente esto le sigue sucediendo a muchos emprendedores en nuestro país. **Con una demanda temprana insuficiente para los productos innovadores estos no progresan, no se perfeccionan y no dan el salto global.** Las tecnologías no se transfieren al mercado, y cuando logran hacerlo, no superan el [conocido abismo \(chasm\)](#). Mientras, en los EEUU, con una población ávida por devorar nuevos productos las start-ups pueden acceder de forma más sencilla a un primer mercado de pioneros ([early-adopters](#)) con el que probar sus productos. Después, los productos pueden crecer, y dar el salto al mercado global. Es lo que sucedió con Facebook que logró encandilar a miles de usuarios en las universidades americanas, un perfecto caldo de cultivo de early adopters. ¿Era realmente mejor Facebook que otras redes existentes? ¿O estaba Facebook en el lugar adecuado en el momento adecuado? **¿Qué hubiera pasado si Mark Zuckerberg hubiera estudiado en una Universidad española?**

¿Cómo solucionar este vacío de mercado? En España, deberíamos aprender mucho de los países escandinavos donde son capaces de crear **empresas que nacen con una ambición global desde su inicio**. En Suecia, conozco especialmente la incubadora [Chalmers Innovation](#). Muchas de las empresas que albergan nacen desde un inicio orientadas al mercado americano, al global o a los mercados emergentes. Los suecos saben que el mercado local no tiene suficiente masa crítica como para lanzar productos innovadores con éxito. En España, con una demanda temprana muy limitada, retrasada y excesivamente conservadora seguirá siendo muy difícil innovar sin buscar mercados globales más avanzados.

Imagen de cabecera Creative Commons gracias a [Jurvetson](#)

There are no comments yet.