

VIDA Y ARTES »

México, tierra de 'startups'

Los emprendedores mueven al año 692 millones de dólares (536 millones de euros), más del doble que hace seis años

El 6,3% de los jóvenes entre 18 y 24 años son dueños de empresas

JUAN DIEGO QUESADA | 23 MAY 2013 - 20:49 CET

Archivado en: [Vida y Artes](#) [Silicon Valley](#) [Chiapas](#) [Emprendedores](#) [Facebook](#) [Youtube](#) [Enrique Peña Nieto](#) [Barack Obama](#) [San Francisco](#) [California](#) [México](#) [Estados Unidos](#) [Latinoamérica](#) [Norteamérica](#) [Empresas](#) [América](#) [Economía](#) [Sociedad](#)



Alumnos de la Universidad de Veracruz (México), la tercera de este país en número de estudiantes (55.000 alumnos). / KEITH DANNEMILLER

Nada más entrar en la sala, un espacio diáfano con mucha luz que se cuela a través de unos ventanales que van del suelo al techo, nos topamos con dos jóvenes disparándose flechas ventosas con pistolas de juguete. Un poco más allá otro par juega al ping pong, bastante mal por cierto. En una televisión gigantesca están conectadas todas las videoconsolas del mercado. La sensación es que estamos es una clase de matemáticas en la que el profesor salió a echarse un pitillo, pero la realidad es que es el espacio con más talento por metro cuadrado de [México](#). [Ooyala](#), una

startup —empresa con poco capital pero de gran impacto— fundada por dos hermanos mexicanos y un socio estadounidense, se ha convertido en un gran emporio que resume el momento de los emprendedores de un país. Una generación de jóvenes entusiastas que soñaban con adentrarse en la selva para hacer la revolución ha dado el paso a otra empeñada en emular a [Steve Jobs](#) o [Mark Zuckerberg](#).

En el país hay más de 520 incubadoras de empresas, organizaciones creadas para acelerar el crecimiento de los negocios. Carlos Quirarte, director de operaciones de Ooyala en las oficinas de Guadalajara, ciudad considerada el [Silicon Valley](#) mexicano por su gran cantidad de compañías innovadoras, es un hombre espigado que pasea entre las mesas con aire despreocupado. “Este país rebosa de buenas ideas y está lleno de gente muy talentosa”, explica para intentar encontrar el germen de esta fiebre emprendedora. De Tijuana a Chiapas se cuentan casos de jóvenes empeñados día y noche en crear e innovar de la nada, en ocasiones con sus ideas y una computadora como único capital de trabajo.

Este año hubo representantes mexicanos en las finales de San Francisco y Nueva York de *The Battle of the Tribes*, una competición que reúne a emprendedores de todo el mundo. Los mexicanos fueron los segundos que más inversores acapararon, solo por detrás de los estadounidenses, y lograron más menciones que nadie en artículos de prensa y redes

sociales. “Hay compatriotas que están a la vanguardia en cuanto a innovación”, resume Rocío Paniagua. Está convencida de que en cinco o seis años en México van a pasar “cosas gigantescas” principalmente por un motivo. “El nivel técnico y de negocios que hay es muy bueno”, ahonda. Paniagua considera que los emprendedores tienen que pensar en grande y ser originales. Lo primero pasa por idear negocios globales, que puedan interesar a un chino o a un neocelandés, y lo segundo huir de imitaciones, tipo el Facebook mexicano o el Youtube para los amantes del mezcal. Hay mucho camino por recorrer: las *startups* mueven 536 millones de euros anuales (más del doble que hace seis años), lo que representa el 0,6% del PIB nacional.

El Gobierno mexicano parece haber entendido la trascendencia del momento. O México impulsa la innovación y crea empresas competitivas relacionadas con la tecnología al ritmo de otras economías emergentes como La India o Brasil, o permanecerá en la sombra. El presidente [Enrique Peña Nieto](#) ha creado este año el [Instituto Nacional del Emprendedor](#), que dirige Enrique Jacob. Su intención es la de funcionar como una ventanilla única de apoyo económico y de asesoría para los empresarios y evitar así la tan famosa burocracia latina. Antes de su llegada había más de 40 programas dispersos por todo el país cuyas convocatorias llegaban a quedar desiertas. Ahora tiene fondos para nuevos empresarios y para pequeñas y medianas empresas. Cuenta para ello con un presupuesto de 432 millones de euros. “Queremos acompañar al emprendedor en sus primeros pasos”, atiende por teléfono Jacob.

El país emerge con fuerza siguiendo la estela de Chile y Argentina

Los chicos de Fontacto lo tuvieron que hacer todo solitos. Unos cuantos estudiantes del Tec de Monterrey de Querétaro, una bonita ciudad en el centro del país, idearon una solución para los pequeños negocios que no sabían a dónde derivar las llamadas, si a casa o a su móvil. Crearon un teléfono virtual para que todos estos pequeños empresarios tuvieran su propia telefonista y parecieran más profesionales a ojos de sus clientes. “Así si llama alguien interesado en tu trabajo no tiene que contestar tu mamá”, cuenta uno de los fundadores, José Antonio del Río. Sus integrantes superan a duras penas los 20 años. Contaron con un capital de 15.490 euros de inversión de Silicon Valley, la tierra prometida para todo emprendedor. Y hasta allí quieren llegar: han dado ya los primeros pasos para convertirse en una de las tres empresas mexicanas inmersas en un programa de aceleración de empresas llamado [500startups](#), en Mountain View, California. La precocidad es una virtud mexicana. El 6,3% de los jóvenes entre 18 y 24 años son dueños de empresas. En el país se crean al mes unas 35.000 pequeñas y medianas compañías.

No hay mejor síntoma sobre lo que se está viviendo que la última visita a México del presidente de Estados Unidos, Barack Obama, que dejó en un segundo plano problemas históricos como la inmigración y la violencia para centrar su discurso en la economía. “Un nuevo México está emergiendo”, llegó a decir Obama en un encuentro con estudiantes y empresarios. Ramón Scott comparte ese entusiasmo. El que fuera director de innovación con el anterior gobierno mexicano cree que ahora ser un innovador y manejar tu propio negocio de convierte en alguien interesante, cool, “buena onda”. Esa idea proviene de la actitud relajada de los jóvenes triunfadores de las puntocom, veinteañeros que acuden a reuniones con vaqueros y en chanclas. “Ahora toca aterrizar eso en México. Nos faltan quizá aquí casos de éxito muy sonados que inspiren a los jóvenes. Puedes escuchar hablar de Steve Jobs pero al final lo ves lejano, pero si te dicen que un tipo que se llama Chávez y que se parece a ti consiguió triunfar, ¿por qué tu no?”, se pregunta.

Scott quiere decir con eso que echa de menos más líderes de opinión. En Argentina hubo una eclosión de *startups* hace menos de

Se buscan

una década tras casos exitosos como el portal Alibaba y Chile importó esa frescura para desarrollar proyectos propios. México apenas está emergiendo en este sentido pero lo hace con fuerza. Para que esto no sea un espejismo, Scott cree que es necesario que en las escuelas y en las universidades haya profesores que sean emprendedores, maestros que hayan conocido en primera persona el proceso de creación de un negocio. El año pasado él impulsó la creación del primer fondo de capital semilla de México, que contaba con un presupuesto de unos 19 millones de dólares.

negocios que
funcionen a nivel
local pero también
global

En seis años el alma emprendedora del país se ha expandido mucho. En 2006 apenas dos universidades tenían vinculación con proyectos gubernamentales de apoyo a empresarios y ahora son 12. Hay más de diez fondos de capital emprendedor dedicados a impulsar ideas mexicanas y más de 45 de capital privado, que mueven unos 6.194 millones de euros al año. En este sentido Brasil es el país más destacado de América Latina, según los datos de la Secretaría de Economía. El país de habla portuguesa acapara el 62% de las inversiones en capital riesgo, seguido de México con un 13%. Por detrás van Chile (11), Argentina (7).

La cultura de montar sus propios proyectos y no limitarse a ser un empleado que cumple una jornada de nueve a seis en cualquier empresa se ha ido abriendo poco a poco en esta generación de mexicanos que se gradúa en las universidades. [Startup Weekend](#) es un evento que dura 48 horas, de viernes a domingo. En ese tiempo participantes de todo tipo de perfil se alían y desarrollan un producto. El último día se elige al ganador y se discuten las propuestas. El primer evento se celebró en México de una forma muy tímida en 2011 pero dos años después se van a organizar unos 50 por todo el país. “Jugamos un papel fundamental para crear emprendedores”, resumen Gustavo Álvarez, coordinador de la oficina en el país. Lo que se busca es que las empresas que surjan resuelvan problemas globales, desarrollen el producto, lo saquen al mercado y reciban el fervor o la indiferencia de los clientes.

El capital
emprendedor
mueve casi 6.200
millones al año

Las aplicaciones para teléfonos móviles o las plataformas webs son otros de los grandes nichos que están explotando los jóvenes mexicanos. Son dos mercados emergentes. Empresas como [Bandtastic](#), una plataforma en la que los fans recaudan dinero para llevar a su grupo de música favorito a la ciudad; [Nuflick](#), una página de cine independiente; o [Myprice](#), una app para freelances, han obtenido reconocimiento mundial.

Atentos a esas oportunidades está César Salazar, un reconocido inversor que fundó la triunfadora Mexican VC, una de las principales impulsoras de *startups*. Ahora está integrada con 500 emprendedores que buscan negocios enfocados al mercado mexicano que puedan tener éxito a nivel global. Salazar ha invertido este año en 18 proyectos, a los inyecta entre 27.000 y 38.000 euros. Destaca que al país está llegando gente de China, Canadá, Perú o Alemania con la intención de hacer negocios en alianza con mexicanos. “Buscamos emprendedores que ataquen mercados de más de 772 millones de euros que puedan escalar en Internet”, resume. Ha ayudado a crear compañías de comercio electrónico, portales médicos, películas, impresión en tres dimensiones, un poco de todo.

Entre los nichos de
mercado destacan
los programas
para móviles

Los hay que invierten todo su tiempo y dinero en intentar conseguirlo. Alejandro Santamaría, un mexicano con gafas y media melena que no aparenta los 39 años que tiene, ha iniciado más de 100 proyectos. La mayoría se caen al evaluar costos y beneficios, pero él no se rinde. En el mundillo se dice que un gran emprendedor es uno que se ha estrellado antes mil veces.

Por una Tijuana sin connotaciones negativas

VERÓNICA CALDERÓN, MÉXICO

“No hace mucho tiempo que el nombre de Tijuana evocaba de inmediato crimen, violencia y drogas. Pero esta ciudad es mucho más”, explica Claudio Cossío, consultor de startups y vicepresidente de marketing de www.interesante.com, una red social para organizar, coleccionar y difundir contenidos. “Un Pinterest latino”, lo definió Giovanni Rodríguez en la revista Forbes.

Precisamente esta web ha emprendido un proyecto con Nortec, un colectivo que fusiona la música norteña y electrónica, integrado por Ramón Amezcua y Pepe Mogt. “Aquí [en Tijuana] puedes crear muchas cosas”, sostiene Mogt. La unión entre los músicos y los empresarios (también mexicanos) no es inusual en la ciudad fronteriza, opina. “Es la típica historia tijuanaense: tienes una idea, la desarrollas y aquí hay mucha gente que está dispuesta a participar. Hay ganas de crear”.

Muchas de estas ideas han sido impulsadas por Tijuana Innovadora, un movimiento que suma más de 1.000 voluntarios decidido a consolidar la buena (y reciente) reputación de la ciudad. Si bien la tecnología ocupa un lugar preponderante, sus proyectos van desde la cerveza artesanal y alta cocina, hasta proyectos culturales y científicos. “En tres visitas que he hecho a Tijuana, he conocido tres realidades distintas. [...] Ahora encuentro una ciudad innovadora, que ha sabido apostar por sus raíces, eso tiene mucho valor”, aseguró el chef madrileño Andrés Madrigal en el encuentro anual que celebró la organización a finales de 2012.

El movimiento económico de Tijuana incluso ha relajado la otrora tensa relación con la ciudad al otro lado de la frontera: San Diego (California). Su alcalde, el demócrata Bob Filner, ha declarado su interés porque las dos ciudades presenten una candidatura conjunta para organizar unos Juegos Olímpicos. Incluso se ha discutido la posibilidad de hacer más rápido el cruce entre México y Estados Unidos. La garita de San Ysidro, que une a Tijuana y San Diego es el puente fronterizo transitado del mundo. Más de 40 millones de personas lo cruzan cada año. Las horas de espera en el control de aduana causan a Estados Unidos un coste anual de 1.546 millones de euros, según un estudio de la Asociación de Gobiernos de San Diego.

El crecimiento de la región (y el nacimiento de una identidad híbrida de las culturas de ambos lados de la frontera) se refleja en la cantidad de proyectos conjuntos que se han anunciado tan solo en unos meses. La candidatura olímpica es quizá la más ambiciosa, pero no es la única. Tijuana y San Diego están planeando estrategias coordinadas en cuidado al medio ambiente, proyectos urbanos, el ya mencionado paso fronterizo y hasta una orquesta de música juvenil.

Una anécdota ilustra la cercanía. En su discurso inaugural como alcalde de San Diego, Filner felicitó a los Xolos de Tijuana, el equipo de fútbol de la ciudad mexicana, por conseguir el campeonato de la Liga mexicana. “Nuestros campeones”, les llamó.

