



La simbiosis de internet y el móvil creará las nuevas estrellas de la red

Cinco expertos españoles hacen sus apuestas sobre qué empresas pueden convertirse en las Google o las Youtube del futuro

ADOLFO ESTALELLA Madrid

En internet siempre hay en escena "la siguiente gran maravilla". Los portales, los buscadores, los blogs, las redes sociales... pero en los últimos meses "la siguiente maravilla" parece que aún estuviera por descubrir. **Cinco Días** ha consultado a cinco expertos sobre cuál será el próximo servicio, tecnología o dispositivo que acapare la atención en la red.

1 Lo local cobra importancia. Los teóricos de internet y de las tecnologías de la información se han pasado décadas diciendo que en la web la geografía no importa. Que te puedes hacer amigo de cualquiera en cualquier parte, o comprar cualquier cosa desde cualquier lugar pero... cada vez más toda una gama de servicios crecen con una orientación geográfica clara, lo local se hace presente: el barrio, la ciudad, la calle... Juan Freire habla incluso de lo hiperlocal. Profesor de la Universidad da Coruña y atento observador de las dinámicas de la red (de hecho acaba de embarcarse en el proyecto Open Business, desde el que se promueve el desarrollo de modelos de negocio en los que se comparte abiertamente conocimiento), reconoce su debilidad por los proyectos de carácter local y cree que "aún faltan por salir a la luz empresas que exploten los mercados hiperlocales (al estilo de outside.in, por ejemplo, en EE UU)". De hecho, una de las últimas adquisiciones de una empresa española por una grande del sector ha sido la adquisición por parte de Google de Panoramio, una empresa que permite localizar geográficamente fotos.

NUEVAS ADQUISICIONES

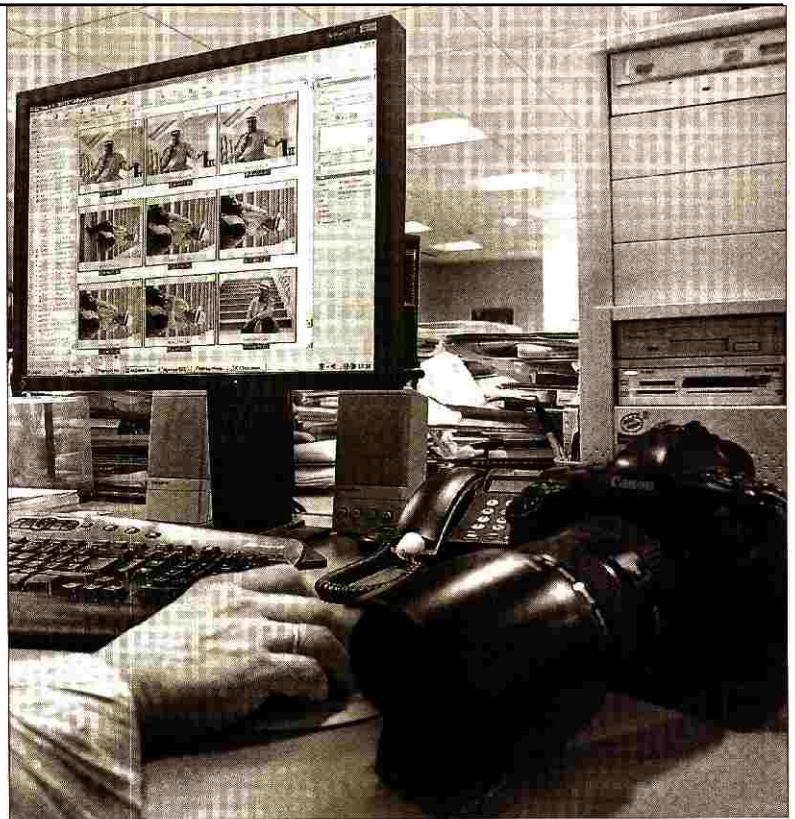
Entre las nuevas empresas de reciente creación también se ha instalado la fiebre de compras. Uno de los ejemplos más claros es el de la firma alemana Xing. En marzo compró eConozco, y a finales de junio se hizo con Neurona, hasta ahora propiedad de Grupo Intercom Factory.

2 Los nichos mínimos de mercado. La búsqueda de valor en nichos pequeños de mercado, ese es para Alfons Cornella, el presidente de infonomía, el eje sobre el que se articularán prometedores negocios en un futuro no muy lejano. Cornella lleva años metido en internet, participando en el diseño de proyecto, asesorando en otros y organizando eventos en los que innovadores y empresarios conocen sus negocios. La larga cola, dice Cornella, explotará y dará lugar a nuevos modelos de negocio. No se trata de vender mucho de un producto,

basta con vender poco de muchos productos, tener nichos muy pequeños, pero muchos y muy diferentes. Y justo ahí coincide con Albert Armengol, quien señala el tirón que tendrán los agregadores verticales que aglutinarán clasificados y otros contenidos muy segmentados. Un sitio en el que se pueden localizar todos los anuncios de coches de diferentes servicios, por ejemplo.

3 Híbridos de internet y la telefonía. Internet por un lado y la telefonía por otro... lo que toca ahora es lograr una simbiosis de ambos. Esa es precisamente la piedra angular detrás de Festuc, un servicio que mezcla las redes sociales en la red con los contactos a través de móvil en bares y locales de ocio. Los usuarios no sólo pueden relacionarse entre sí por internet, sino que pueden hacerlo en el mismo instante y lugar en el que se encuentran en determinados locales integrados en la red de Festuc. La compañía fundada por el Grupo Galenicom, detrás del que se encuentra Albert Armengol, tiene ya 100.000 usuarios. Y Galenicom logró desarrollar eConozco, la mayor red social del ámbito hispano comprada recientemente por la alemana Xing. Para Armengol cuando las tarifas móviles bajen sus precios explotará el uso de internet a través del teléfono móvil. Por ahí van los tiros, dice Patrick Raibaut, socio de la firma española Debaeque de capital riesgo. El negocio va a estar en la convergencia entre dos plataformas: internet y telefonía móvil: "lograr que la experiencia del usuario en el móvil y en la web sea muy similar", asegura Patrick Raibaut.

4 Poner a trabajar a los usuarios. Nadie podría pensar hace unos años que los usuarios hicieran el casi todo el trabajo por ti. Pero este es el modelo de negocio sobre el que están basadas muchas empresas que proporcionan la plataforma tecnológica (desde Youtube a Second Life) para que los usuarios hagan el resto. Así, Enrique Dans, profesor del Instituto de empresa cree que "lo más prometedor ahora es Linden Labs, que en lugar de vender un producto tiene una plataforma para que otros desarrollen", dice este experto. "Aunque ahora las posibilidades son limitadas, la apertura del código traerá



La generación de contenidos por los usuarios es una de las claves de los nuevos negocios. PABLO MONGE

Las promesas españolas

Varias son las promesas empresariales en el sector de internet: Weblogs SL está en los labios de varios expertos. En realidad ha dejado de ser una promesa después de casi dos años funcionando y una red de 25 blogs que atrajeron durante el mes de mayo a casi seis millones de usuarios. Promesa quizás por la singularidad del negocio basado en blogs, aunque en opinión de algunos expertos con un punto débil: depender demasiado de la red publicitaria de Google, aunque de momento las cuentas le salen bien.

Más promesa, dada su actual juventud, es la firma Tractis, una de esas empresas de internet pura. Tres jóvenes de los que llevan la web en la

sangre y que se embarcan en este proyecto desde tres geografías diferentes. Se trata de una compañía que permite "administrar el ciclo completo de vida de los contratos",

Festuc, dedicada a la gestión de las redes sociales realiza una singular simbiosis entre la red y la telefonía móvil, de forma que los contactos y las relaciones que se establecen a través de Internet puedan reproducirse posteriormente en bares y lugares de ocio.

A su vez, la empresa MobuzzTV lleva más de dos años dando guerra desde las trincheras de internet con su dosis diaria de informativos irreverentes. La idea fue de



MobuzzTV es una de las promesas de internet. PABLO MONGE

desde su redacción a su negociación y su firma, y si hay algún problema pues a través de Tractis se negocia la solución. Su declaración de intenciones es muy clara: "Queremos justicia de, por y para toda la nación internet".

Anil de Mello, que todavía sigue produciendo los programas que pueden verse en cualquier formato y dispositivo fijo o inalámbrico (desde un terminal de teléfono móvil hasta una consola de videojuegos portátil).

Empieza a crecer una gama de servicios con orientación geográfica clara; lo local se hace presente

toda una nueva gama de posibilidades a Second Life".

Y en este punto coincide completamente con Alfons Cornella, quien considera que "lo que funcionan ahora son los espacios donde puedes participar y contribuir", servicios que hacen de los usuarios *prosumers*, productores y consumidores al mismo tiempo. Y donde intuye este especialista nuevas formas de negocio es en el desarrollo de mecanismos diseñados para que los usuarios puedan vender y negociar con sus propios contenidos (una foto que han publicado, un video que han subido a internet), "el problema está en los mecanismos de pago", puesto que los precios serán muy pequeños.

5 Televisión, video, la imagen en movimiento por internet. Sclipo, es un reciente servicio orientado "a compartir videos sobre cualquier conocimiento cotidiano". Ganó el concurso organizado por la empresa Alianzo, una empresa especializada en el desarrollo de las redes sociales. Videos y televisión por internet, un filón sobre el que tienen puesta su atención en Debaeque, pero la cuestión es si el contenido va a ser adaptado justamente para este formato o simplemente se va a volcar el contenido analógico que las empresas de medios ya elaboran.