

análisis madri+d

ANÁLISIS OPINIÓN REPORTAJES

 COMPARTIR 


14/06/2012

AGNITIO. El plan inicial y la realidad

En un proyecto empresarial las cosas nunca terminan siendo como uno pensaba al principio. Cuando en 2004 nos dieron el Premio madri+d al Mejor Plan de Empresa de Base Tecnológica, se lo dieron a un plan que, tal cual lo escribimos entonces, nunca se cumplió. Dio más de veinte vueltas hasta que encontramos la manera de llegar al mercado de forma repetitiva y poder crecer.



AUTOR | Emilio Martínez. CEO de AGNITIO. VIII Premios madri+d. Mención Especial a la trayectoria de una empresa de base tecnológica de la Comunidad de Madrid

Eso es normal y forma parte de la esencia de un "start-up". "Pivotar" le llaman ahora, que esencialmente quiere decir experimentar con distintas aproximaciones, y corregir según la respuesta del mercado, cambiando objetivos, canales, y todo lo que haga falta. Confrontar el modelo de negocio propuesto con la realidad de los clientes y la sociedad. "Un Start-up es una organización temporal diseñada para buscar un modelo de negocio repetible y escalable" (Steve Blank, blog que recomiendo a todos los que quieran empezar un proyecto de empresa tecnológica).

El modelo de negocio es el final del proceso de búsqueda no el principio. El plan de negocio no es más que una guía para empezar la búsqueda. Si tuviera que identificar la primera clave de éxito para Agnitio, mencionaría su flexibilidad para cambiarse y reinventarse varias veces durante nuestro proceso de crecimiento. Y eso suele implicar no solo "pivotar" o cambiar de objetivo, sino focalizar. Hacerlo mas sencillo, específico y reducir lo que pretende abarcar.

En el plan de 2004, queríamos convertirnos en una empresa de consultoría y proyectos en múltiples tecnologías biométricas. Apoyarnos en la tecnología de voz y de firma, y, usando la experiencia genérica de nuestros socios en biometría de huella, cara, etc. poder convertirnos en la empresa de referencia en España para la implementación de soluciones biométricas en todos los mercados verticales. Éramos "Agnitio: Soluciones Biométricas" como rezaba nuestro logo.

Hoy somos la empresa de referencia en el mundo de productos de biometría de voz, sólo voz. Nuestro software permite dotar a muchos tipos de soluciones para Gobierno y grandes corporaciones de un método cómodo y seguro de autenticación, usando la voz. En un proceso largo y complejo pasamos de una empresa de servicios a una de productos, de una empresa biométrica a una empresa de biometría de voz, de pretender aportar soluciones completas a proveer un SW que se integra en productos y soluciones de nuestros partners. De una empresa centrada en el mercado español a una empresa global que se basa en un 98% en lo que exporta. Hoy nos llamamos "Agnitio: VoiceBiometrics" .

Ese proceso sería largo de explicar. Solo quiero dejar claro que ese camino es precisamente lo que se espera de un start-up. Que así es como tiene que ser y que los errores en el proceso no son sino la esencia de la construcción de un start-up. La habilidad es recorrerlo en el menor tiempo posible para disminuir los costes y llegar cuanto antes a la reproducibilidad y escalabilidad del modelo. Es decir a poder repetirlo en múltiples clientes y poder aguantar el crecimiento.

EL MUNDO ES PLANO, PERO GRANDE

La internacionalización es otro de los factores claves. Una empresa de producto SW debe ser por definición una empresa global. El modelo de negocio debe centrarse en un sector del mercado específico, pero con el objetivo de vender en cualquier país. El mercado potencial crece así de manera dramática y en momentos donde la economía nacional (cualquiera, aunque en estos momentos el ejemplo de España es claro) tenga problemas, siempre tienes otras muchas naciones que están creciendo y pueden seguir comprando. Los ciclos económicos no afectan tanto.

En un mundo "plano" (en el sentido de Thomas Friedman) como el actual, usando las herramientas de la red,

notiweb

Para recibir nuestro boletín escriba su correo electrónico:

+ inf



síguenos en...



facebook twitter móvil rss flickr

alertas i+d+i



Ensayo'12: VI Certamen "Teresa Pinillos" de ensayos de divulgación científica...

Convocatorias Nacionales - Premios

Blog del día:

14/06/2012



Seguridad Alimentaria y Alimentación. Guía para evaluar la seguridad de Enterococcus faecium en la alimentación animal

agenda mi+d



Comunicación Internacional de la Innovación

FEDIT-Federación Española...

ÚLTIMAS NOTICIAS MÁS COMENTADAS

1. Físicos dan un nuevo paso para lograr la fusión
2. El coche sin conductor... a la española
3. La noche de los investigadores
4. Cuatro universidades españolas públicas entre las cien mejores del mundo con menos de 50 años
5. El terremoto de Japón también sacudió la atmósfera

ÚLTIMAS NOTICIAS MÁS LEIDAS

1. Se confirma la creación de la Agencia Estatal de Investigación

trabajando en remoto y rompiendo las barreras internas, una pequeña empresa puede hacer negocio desde España en Corea del Sur o en Brasil. De hecho, uno de los problemas es que aunque es cierto que se pueden realizar ventas en cualquier sitio del mundo, para poder escalar el proceso de venta de manera sistemática uno tiene que focalizarse empezando por áreas geográficas estratégicas. El hecho de que el mundo sea plano no necesariamente implica que podamos o debamos tratar de abordarlo todo. Significa que puedes elegir donde concentrarte en función de lo específico de tu producto, y ese lugar no tiene que ser necesariamente el espacio que te rodea físicamente.

Actualmente estamos focalizados en EE.UU. y Europa occidental. Tenemos una subsidiaria en Estados Unidos que vende en ese país desde hace años y ahora esta aportando una parte muy relevante de los ingresos totales de Agnitio. Tenemos así mismo una tradición de venta en América Latina, donde mercados como el brasileño o el mexicano continúan creciendo y ayudando a compensar las ventas casi nulas que tenemos estos últimos años en España.

Ser una empresa global no implica necesariamente ser una gran multinacional. Significa dedicar tiempo a buscar los canales y convencerse a sí mismo que un buen producto se vende igual (o mejor, diría yo) en países como Estados Unidos que en tu propio país. Eliminar las barreras de un complejo de inferioridad que no es cierto. Tu producto tiene que ser bueno para los estándares internacionales desde el primer día. Más vale que lo compares y lo pruebes en esos entornos lo antes posible y no te conformes con ser bueno en tu tierra.

Hoy día tenemos nuestros productos funcionando en soluciones instaladas en más de 30 países. Los gobiernos de todo el mundo (Incluyendo EE.UU. y los más importantes de Europa) están usando nuestra solución después de probarla contra los competidores locales. Y eso lo ha hecho Agnitio con un grupo de I+D cuyo núcleo trabaja en Madrid y que colabora con centros de investigación de todo el mundo. En uno de los cambios de timón que dimos nos propusimos que Agnitio iba a ser el mejor del mundo en su campo, o no existiría. No había suficiente mercado en España.

Era un reto importante pero estábamos convencidos que podíamos hacerlo con el espectacular equipo humano que tenemos si sabíamos elegir el mercado y la tecnología.

En los últimos años creo que lo hemos demostrado ganando en muchos concursos públicos y en muchas evaluaciones para compras de muchos clientes muy exigentes de todo el mundo. Dos recientes, una en Finlandia y otra en EE.UU. nos demuestran que esto sigue siendo así.

La flexibilidad y la internacionalización son dos de los elementos claves vistos desde ahora para poder crecer y establecernos en el lugar del mercado que tenemos ahora. No son los únicos pero son imprescindibles. El apoyo de todas las organizaciones y colaboradores ha sido y seguirá siendo también fundamental. Pero nunca hay que olvidar que el éxito o el fracaso sólo dependen de nosotros, no podemos escudarnos en nada ni en nadie.

COMPARTIR      

Añada un comentario a esta noticia

Para el envío de comentarios, Ud. deberá rellenar todos los campos solicitados. Así mismo, le informamos que su nombre aparecerá publicado junto con su comentario, por lo que en caso que no quiera que se publique, le sugerimos introduzca un alias.

Nombre:

Correo electrónico:

¿Desde dónde nos escribe?:

Ciudad:

País:

Escriba su comentario a esta noticia:

Normas de uso:

- Las opiniones vertidas serán responsabilidad de su autor y en ningún caso de www.madrimasd.org
- No se admitirán comentarios contrarios a las leyes españolas o buen uso.
- El administrador podrá eliminar comentarios no apropiados, intentando respetar siempre el derecho a la libertad de expresión.
- Una vez aceptado el envío, el autor recibirá en el mail facilitado, una confirmación de publicación de su comentario.

Enviar

Le informamos que de acuerdo a la normativa de Protección de Datos Personales, 15/99 y 8/2001, sus datos pasarán a formar parte de un fichero automatizado de acuerdo a la [Política de Privacidad](#).

2. Cinco tecnologías que acabarán con el 'mouse'
3. Cientos de empresas pugnan por cerca de 2.000 nuevas direcciones en Internet
4. Los científicos completan la identificación del microbioma humano
5. La secuenciación del genoma del bonobo puede ayudar a entender el comportamiento de los humanos



