



Estimulando la Innovación en el Ecosistema Digital

CDMX, Septiembre 2018

ASIET
Telecomunicaciones de
América Latina



Fernando López
Director Regional
México-Centroamérica



ENFOQUE

- Innovación en industrias digitales
- Impacto de la digitalización
- Innovación regulatoria



Raúl Katz. *El Ecosistema y la Economía Digital en América Latina.* CEPAL, CAF, Fundación Telefónica, cct.la. Agosto 2015.





Innovación en industrias digitales

- Apoyo financiero para la creación y escalamiento de nuevas empresas
- Incubación de *startups* en entornos institucionales como los aceleradores.

El concepto de incubadora de negocios describe un **entorno institucional que promueve y contribuye al desarrollo de nuevas empresas**, proveyendo servicios como capacitación, y consultoría, complementándolos con espacio de trabajo y equipamiento. Más allá del apoyo logístico y financiero, una de las principales contribuciones de las incubadoras es el **alto nivel de cooperación y trabajo en red**, estimulando los vínculos entre equipos de trabajo, y entre estos e inversores potenciales (Katz, 2015)



Programas Nacionales de Incubación

- **Apoyo financiero limitado**
- Portafolio extenso de proyectos apoyados
- Escalamiento
- **Orientación y criterios de apoyo**
- **Apoyo a proyectos o equipos del extranjero**



Mejorar la iniciativa

- Acompañar la iniciativa de promoción de innovación con un entorno de mejoras jurídicas y legislativas favorables al emprendedurismo y la innovación.
- Creación de un consenso institucional y político que asegure la permanencia y estímulo de la iniciativa incubadora, independientemente de los ciclos político-electORALES;
- Mantener un equilibrio geográfico y humano.



Promoción de innovación por parte de grandes empresas

Cuadro 15.1 América Latina: aceleradoras de ángeles inversores más importantes:

País	Aceleradoras	Número de startups
Regional	NXTP Labs	51
Argentina	HackLabs	15
	Start-Up Rio	---
	21212	12
	Germinadora	20
Brasil	MidStage Ventures	20
	WOW Aceleradora	12
	StartYouUp	14
	Aceleratech	14
	Aceleradora.net	-300
Chile	Magical Start Ups	10
Colombia	Founder Institute	---
	500 Mexico City	32
México	Venture Institute	24
	Smart Impact Accelerator	10
	The Pool	10

Fuentes: Fundacity. Latam Accelerator Report 2014; Heim, A. (2011).
Latin American Accelerator Programs you should know.



Escalabilidad de Startups

- **Selección**
 - **Tasa de éxitos**
 - **Sostenibilidad**
-
- Volumen total de propuestas presentadas: Start-Up Chile: 6.041 (2010-14); Wayra: 26.986 (2010-13).
 - 1,6% de propuestas iniciales seleccionadas – Wayra.
 - 14% de propuestas presentadas alcanzan un nivel aceptable de formalización del plan de ne-gocios – Start-Up Chile.
 - Entre 16% (Start-Up Chile) y 5.9% (estadística del total incubadoras chilenas) de emprendimientos incubados acceden a financiamiento privado.
 - 16% de empresas incubadas generan ventas en el segundo año en promedio de US\$ 63.000.



Recomendaciones

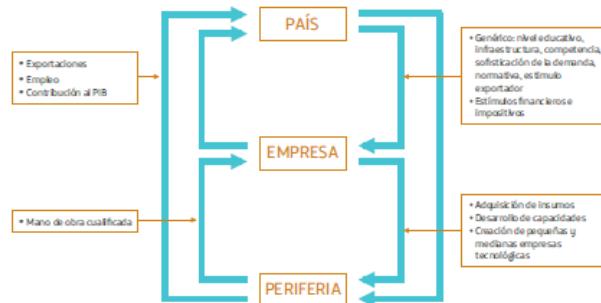
- Aumentar el nivel de selectividad de propuestas
- Seleccionar los mentores de *startups*
- Crear espacios de interacción entre desarrolladores y conocedores del negocio
- Usar empresas desarrolladas como entornos de escalabilidad



Áreas de enfoque de la innovación digital

- Masa crítica de recursos y capital humano
- Áreas de aplicaciones y servicios
- Agregación de valor local
- Desafíos de la infraestructura

Gráfico 16.1 Cluster del campeón nacional: marco sistémico de relaciones

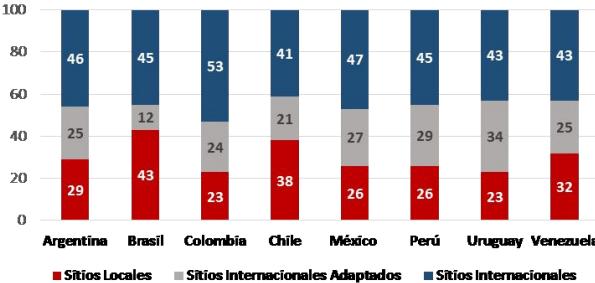


Cuadro 16.1 América Latina: emprendimientos digitales y modelos precedentes

Emprendimiento latinoamericano	Tipo de plataforma	Foco geográfico y año de lanzamiento	Emprendimiento precedente
Bebestore	Comercio electrónico de artículos de bebé	Brasil (2009)	4moms (EE.UU.) (2004)
Beleza na Web	Comercio electrónico de cosméticos	Brasil (2006)	Beauty.com (EE.UU.) (1999)
Compareonline	Distribución de pólizas de seguro	Chile (2009)	E-ssurance (EE.UU.) (1998)
Defiti	Comercio electrónico de vestimenta	Brasil (2010)	Bluefly (EE.UU.) (1998)
Despegar.com	Agencia de viajes	Regional (1999)	Expedia (EE.UU.) (1996)
Easy Taxi	Transporte de taxis	Brasil (2012)	Uber (EE.UU.) (2009)
EL07	Comercio electrónico de artesanías	Brasil (2009)	Etsy (EE.UU.) (2005)
Hotel Urbano	Reservas de hoteles	Brasil (2011)	Hotels.com (EE.UU.) (2000)
Kekanto	Guía de viajes	Brasil (2010)	TripAdvisor (EE.UU.)
Linio	Comercio electrónico	México (2012)	Amazon (EE.UU.) (1994)
Mobile	Distribución de contenido y comercio electrónico para smartphones	Regional (1998)	Tencent (China) (1998)
Netshoes	Comercio electrónico de artículos deportivos	Regional (2000)	Zappos (EE.UU.) (1999)
Ovestir	Comercio electrónico de vestimenta y artículos de lujo para damas	Brasil (2009)	Gilt (EE.UU.) (2007)
Restorando	Reservas en restaurantes	Regional (2010)	Open Table (EE.UU.) (1998)
Vivareal	Plataforma de vinculación de bienes raíces	Regional (2007)	Streeteasy (EE.UU.) (2005)
Wine.com.br	Comercio electrónico de vinos	Regional (2008)	e-Vineyard (EE.UU.) (1998)

Fuente: compilado por Telecom Advisor Services.

América Latina: Composición de los 100 Sitios de Internet más Populares



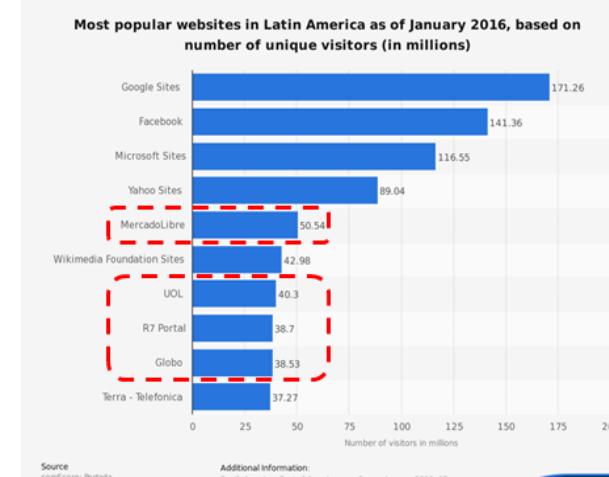
Sobre el 60 % del tráfico de la región es internacional, principalmente hacia EEUU, lo que se traduce en transferencia de rentas

En vez de crear riqueza para la región, América Latina está transfiriendo riqueza al primer mundo a través de Internet



Se requiere generar valor local

- El número de visitantes de YouTube es 7 veces mayor que el del segundo sitio de Internet más visitado
- De los 100 sitios de Internet más populares en AL sólo 26 corresponden a contenido local
- La suma de todos visitantes de los sitios de Internet latinoamericanos más populares es menor al número de visitantes de los sitios de Google





El desafío de la infraestructura

Seguridad
jurídica

Simplificación
regulatoria

Despliegue de
redes

Compartición y
Coinversión

Régimen de
licencias y títulos

Institucionalidad
convergente

Fondo de servicio
universal

Espectro
radioeléctrico



Innovación Regulatoria

“the use of new solutions to address old problems, or new solutions to address «new (or recently constructed) problems, but not Old solutions to address old problems” Black (2005:9)

- Instrumentos y técnicas
- Objetivos de política y comprensión de sus bases
- Innovación vs invención



“Creemos en la necesidad de fortalecer el diálogo multistakeholder sobre las políticas públicas de Internet, de forma transparente y basado en la confianza recíproca, poniendo en el centro del debate el cierre de la brecha digital. Para ello se requiere entender las dinámicas tecnológicas y económicas del ecosistema digital y poner el foco en los “no conectados” antes que en los que ya lo están.”

Muchas gracias!

@asiet_lat

@Latam_Digital