

**Buen momento** → LAS TECNOLÓGICAS URUGUAYAS SE VUELVEN ATRACTIVAS PARA EL MERCADO GLOBAL

**Operación.** La empresa especializada en desarrollo de soluciones de comunicación móvil fue adquirida por la india Geodesic, que vio la oportunidad de ampliar su negocio y complementar su oferta de productos y canales de distribución. El fundador de Interactive Networks, Pablo Salomón, continuará como CEO de la compañía

# El gran salto de Interactive Networks

Por David Gómez  
contacto@davidgomez.com.uy

**M**ontevidéo Valley” está en plena ebullición. A la llegada de un mayor número de *start ups* y el crecimiento de las existentes, se suma que algunas tecnológicas ya consolidadas comienzan a ser vendidas. A fines del año pasado SX Networks se vendió a un grupo europeo. Ahora, la transacción que llama la atención es la venta de Interactive Networks Inc. (INI) a la india Geodesic. El monto de la operación no se divulgó, pero la oportunidad de negocios que genera es todo un indicador.

INI, que se fundó en 1999, se especializa en soluciones de comunicación para empresas y operadores móviles —como aplicaciones de mensajería instantánea, que permiten conversaciones PC-celular y viceversa—. En 2006 Prosperitas la capitalizó para que despegara y pudiera ser atractiva para el mercado internacional.

No estaba en los planes ser vendida tan rápidamente, sin embargo la oportunidad se presentó en el mayor evento de la industria, el Mobile World Congress, en febrero del año pasado en Barcelona. Allí INI comenzó a conversar con Geodesic pensando alcanzar algún tipo de asociación, que finalmente derivó en una intención de compra. Todo se congeló en setiembre ante los temores de la crisis, pero se destrabó en febrero pasado. La compañía india recién comunicó la adquisición hace pocos días.

INI ahora funcionará como una subsidiaria de Geodesic, una empresa pública que cotiza en la bolsa nacional de India y en la de Bombay. En tanto, el fundador de

**EL DATO**

Las negociaciones estuvieron encabezadas por Salomón junto al gerente comercial de INI, Andrés Szafran, y Pablo Brenner, por Prosperitas. Implicaron varios viajes a EEUU e India



**EQUIPO.** En INI trabajan apuntando al crecimiento de las redes sociales móviles.

INI, Pablo Salomón, seguirá siendo el CEO, pero en lugar de delinear al 100% las estrategias se dedicará a darle la bajada a las directivas que provengan de India. “En vez de responder a mi *board* de inversores y directorio, ahora lo hago al CEO de Geodesic, pero también participo en la elaboración de las definiciones”, explicó Salomón.

**COMPLEMENTACIÓN GLOBAL**

INI y Geodesic se mueven en un ámbito similar, pues la india también provee soluciones de comunicación y entretenimiento móvil. El gancho fue que encontraron puntos en que se podían complementar. Salomón explicó que

Geodesic no tenía presencia en Latinoamérica, que es el mayor mercado de la uruguayaya. A su vez, los indios son fuertes en productos para el consumidor final y fabri-

**INI funcionará como una subsidiaria de Geodesic, una empresa pública que cotiza en bolsa**

cantes de celulares, mientras que INI se concentra en operadores de telefonía celular.

“Todo esto hacía que nos complementáramos en el tipo de canal de distribución así como en el geográfico. También encontramos alguna complementariedad tecnológica. Por ejemplo, nosotros somos uno de los partner globales de Microsoft para desarrollar soluciones de Windows Live Mobile. Además, había interés en el equipo, tanto por nuestra capacidad comercial como técnica, que les permitía expandirse también en estas dos áreas”, anota Salomón.

Si bien INI siempre apuntó al exterior, con este paso se volvió 100% global. “Hay regiones que eran difíciles de alcanzar. Tener oficinas en Japón, India y Singapur,

**MULTI-INDIAS**

Existe un fenómeno en India que nace del sentimiento nacionalista. Amén de que se ha convertido en la segunda fábrica mundial, al gigante lo mueve una actitud de “podemos hacer lo mismo y mejor, nosotros solos”. Así es que no resulta raro que existan grupos como Tata, que además del software está en la harina, las telecomunicaciones, el transporte y hasta en la medicina, y esto no genere rechazo, sino orgullo. Un camino similar recorre Geodesic, que concentra unas 500 personas en aplicaciones celulares, con una facturación de US\$ 140 millones anuales. Pero, además, tiene subsidiarias que desarrollan CRM para finanzas, contenidos infantiles o PDA’s de uso en la microbanca y educación.

nos abre mucho más cobertura mundial”, anotó el ejecutivo.

La oportunidad futura viene dada por el crecimiento de las redes sociales móviles y el contenido generado por el usuario. Las ganancias de este nicho alcanzarán US\$ 70 mil millones para 2012.

Por ello, en INI ya están investigando nuevas tecnologías. Una de las que promete es utilizar la posibilidad que brindan los móviles para la ubicación geográfica. “En las redes sociales ya no te interesará si tu amigo está *on line* u *off line*, sino que podrás saber quién está a cinco cuadras a la redonda para poder invitarlo a almorzar”, gráfico Salomón.

Más de 24.000 personas asumen un compromiso con usted: hacer de TAM su compañía aérea preferida.

Consulte a su agente de viajes o nuestra central de reservas 00040190223 los 24hs - www.tamairlines.com

**TAM AIRLINES**  
Fuerza por color y servicio