

LA GRAN CITA ANUAL DE LA TELEFONÍA MÓVIL

Ventana de lujo para las tecnológicas catalanas

HOY ARRANCA EL MWC/ La feria del móvil es un escaparate a nivel internacional en el que las compañías buscan darse a conocer, saber las últimas novedades, captar más clientes y encontrar a socios que les permitan implantar sus negocios en el exterior.

Tina Díaz. Barcelona

Agendas ocupadas y grandes expectativas. Con esta idea empiezan hoy las empresas el Mobile World Congress (MWC). Este año acuden a la cita mundial de la telefonía móvil unos 2.000 expositores, de los que 167, son compañías españolas; de éstas, 95 son catalanas, y 60 de ellas asistidas de la mano de Acció, el organismo público de promoción económica de la Generalitat.

Tras un proceso de selección, Acció ha elegido a las empresas según su nivel de innovación, la originalidad del producto, las posibilidades de desarrollo en el futuro, el grado de internacionalización y el potencial de crecimiento en los mercados, enumeran desde la entidad.

“Es espectacular la dimensión del congreso, en cantidad y calidad, así como la potente resonancia y la atracción que despierta”, afirman desde **Xopik**, que acude de la mano de Acció. Creada en 2013 por Lluís Martín y Rubén Cruells, esta plataforma online especializada en campañas de marketing móvil quiere “encontrar *partners* comerciales de largo recorrido, conocer las últimas soluciones tecnológicas y las tendencias de futuro”, puntualiza. Xopik ingresó 50.940 euros en 2014 y calcula que crecerá hasta el medio millón este año.

El congreso de los móviles celebra su décima edición consecutiva en Barcelona, en la que espera recibir a 90.000 congresistas y 160 delegaciones gubernamentales. Más del 50% de los asistentes son altos ejecutivos.

“Cada vez hay más gente y el nivel de los directivos es muy alto”, opina Ana Maiques, cofundadora y consejera de **Starlab**. “Es rara la ocasión en la que los directivos de las empresas más grandes del mundo se reúnen en nuestra ciudad: el MWC es un escaparate perfecto al mundo para enseñar la innovación y las tecnologías *made in Barcelona*”, añade la directiva de la firma de tecnología espacial y neurociencia, que

Las empresas ayudadas por Acció solo pagan 2.000 euros más IVA para asistir al MWC



Ana Maiques, consejera delegada y cofundadora de Starlab.



Bruno Sagner, cofundador de Eyetok.



Rubén Ferreiro, consejero delegado de Viko.



Jaume Rey, consejero delegado de M2M Cloud Factory.



Juan Zamora, consejero delegado de Signaturit.



Rubén Cruells, sociofundador de la aplicación móvil Xopik.



Laura Urquiza, consejera delegada de Red Points.



Joan Carles Bartra, cofundador de Flirtie.

asiste por primera vez al evento.

El congreso empieza hoy lunes y se celebrará en el recinto Gran Via de Fira de Barcelona hasta el próximo jueves. Paralelamente, tiene lugar el 4 Years From Now (4YFN) en el recinto de Montjuïc, un evento enfocado al sector emprendedor e inversor, que contará con 175 *start up*.

Son solo cuatro días de congreso. Sin embargo, los participantes llevan semanas pensando en el evento. Por ejemplo, **Bismart**, que facturó dos millones de euros en 2014, tiene 50 reuniones cerradas, además de las que se improvisan en el stand, dicen en esta compañía de 47 empleados creada en 2009.

“El trabajo para ir al MWC comenzó hace semanas programando visitas y reuniones, y eso ha hecho que tengamos todos reuniones programadas los cuatro días de la feria”, comenta Joan Carles Bartra, consejero delegado de la aplicación móvil **Flirtie**. La *start up*, fundada

hace un año, tiene dos empleados y prevé ingresar 500.000 euros en 2015.

La cita mundial de la telefonía móvil atrae a personas de 200 países y de ámbitos distintos con los que muchas empresas ya habían establecido contacto telefónico o vía correo electrónico. “Que se celebre en Barcelona es una gran oportunidad para conocernos personalmente y fortalecer esos lazos preexistentes”, explica Juan Zamora, directivo de **Signaturit**.

Contactos y clientes
El escaparate del MWC se aprovecha para presentar las novedades. Es el caso de **Red Points**, que quiere mostrar sus servicios móviles y “la campaña en la lucha contra la piratería en aplicaciones móviles”, dice su consejera delegada, Laura Urquiza. contactar con posibles clientes y *partners*

es un objetivo común para las firmas. Y si son internacionales, mejor, dicen la mayoría. Casi el 80% de los congresistas son de fuera y esto es un gancho para las empresas.

“Estamos en plena internacionalización y esperamos encontrar buenos *partners* para exportar nuestros sistemas de carga a su país”, dice Branco Calleja, creador de **Yup!Charge**. La firma –que en 2014 dio servicio de carga en el 4YFN– fabrica y distribuye cargadores con múltiples conectores para que los ciudadanos carguen sus dispositivos en lugares públicos, como bares, aeropuertos y centros comerciales. Las empresas se reunirán con congresistas internacionales. **Eyetok**, que acude al MWC por segunda vez, se verá con clientes chinos, indios y serbios. **Validated ID** lo hará con delegaciones oficiales para ver dónde puede crecer fuera. Y **King of App** tiene una cita con un grupo de empresarios de Hong Kong, dice Oriol Riera, su responsable de marketing.

“Cada año han salido

Las cifras del congreso

- Se prevé que el congreso genere un impacto económico de 436 millones de euros.
- En 2014, el evento generó 397 millones de euros.
- Desde que llegó a Barcelona en 2006, el salón ha dejado más de 3.000 millones.
- En diez ediciones, la feria ha creado 75.000 empleos temporales.
- Este año se calcula que el MWC dará trabajo temporal a 12.672 personas.
- Hay unos 4.000 periodistas acreditados, frente a los 3.800 del año pasado.
- En la última edición se superó la asistencia de 85.000 personas.

El precio por estar en el MWC

Asistir al Mobile World Congress (MWC) no es barato, pero hacerlo bajo el paraguas de Acció resulta más económico. Las 60 empresas catalanas elegidas entre las 150 que se presentaron, “han pagado 2.000 euros más IVA, mientras el coste para ir por libre es de 14.000 euros más IVA”, dicen fuentes de Acció. El importe incluye un stand de seis metros cuadrados dentro de la zona expositiva del Govern; tres entradas de expositor –las más económicas del MWC– que valen 749 euros cada una; y una entrada **Gold Pass**, que tiene un coste de 2.699 euros. El abanico de precios para ir al evento incluye otras dos categorías, una de 2.199 euros y la más cara, que vale 4.999 euros. Se intenta renovar las empresas, aunque algunas repiten experiencia en el congreso, según Acció.