

La responsabilidad social empresaria es parte del negocio

Jueves 7 de mayo de 2009

[RSS XML](#) [Cronista.com como página de inicio](#)
CRONISTA.COM

 Buenos Aires
 17°C | Humedad: 67.7%

 Ingresar | Registrarse
 Mapa del sitio


 Buscador avanzado
 Ediciones anteriores

[Últimas Noticias](#) [Edición Impresa](#) [Mercados Online](#) [Herramientas](#) [Blogs](#) [Videos](#) [Cartelera](#)

CRECEN LOS NEGOCIOS CON INTERNET M6VIL

Las empresas tecnológicas capean la crisis

Emprendedores jóvenes de la era posterior a la burbuja de las puntocom están creando nuevas empresas basadas en la expansión del acceso a internet y la telefonía celular. Baja inversión inicial, alto conocimiento y un mercado sin fronteras parecen ser la fórmula para el éxito en un año difícil.

 Imprimir
  Recomendar

03:00

Noche de jueves en el Planetario de la ciudad. Centenares de jóvenes con celulares de última generación, netbooks en mano y anteojos cool. Hay música, algunos tragos y luces láser. No es una fiesta rave, aunque el escenario se presta. Se trata de Palermo Valley, el "encuentro de la comunidad Web 2.0" de Buenos Aires, como ambiciosamente consta en su sitio web (www.palermovalley.com). En su primera reunión del año (a mediados de marzo), unos 500 "emprendedores de la segunda ola de internet" (web 2.0 o participativa, la de los blogs, wikis y redes sociales), se dieron cita bajo la cúpula estrellada del planetario en una conferencia sobre "los negocios en tiempos de crisis" a cargo de Andy Freire, creador de Officenet y presidente de la Fundación Endeavor, y de Carolina Piber, encargada de los servicios de Adwords de Google. "En tiempos de escasez se puede ver con más claridad", disparó la rubia Piber, con munición de cifras: "Hay en el mundo 1.400 millones de personas conectadas a Internet, 3.000 millones tienen celular, las transacciones por correo electrónico (e-commerce) ascienden a \$ 420.000 millones, se realizan 1.530 millones de búsquedas en Google por día, se suben 10 horas de video a Youtube por minuto y se mandan 2 millones de mails por segundo".

Damián Voltés, del fondo de Capital de riesgo Patagonia Ventures y ex ejecutivo de Fox, arenga a la tribuna: "Es un buen momento para invertir. A pesar de esta tormenta perfecta, el acceso a internet, la telefonía móvil y la pauta on line están creciendo", apunta. Voltés apuesta sus fichas a emprendimientos de nicho en telecomunicaciones, entertainment y medios. "Lanzar hoy una empresa tiene costos más bajos que un año atrás". Y remata con una cita a lo Warren Buffet: "Hay que ser valientes cuando otros tienen miedo, y tener miedo cuando otros son valientes..."

Soloingles.com es una de las compañías afiliadas a Palermo Valley. El emprendimiento se creó en medio de la crisis de 2001, cuando los profesores Rodolfo Llanos y Carla Albinati comenzaron a dar clases del idioma a distancia, desde un locutorio, a través de Netmeeting, un programa de videoconferencia gratuito. Primero apuntaban al público joven, naturalizado con las nuevas tecnologías. Luego descubrieron que el negocio estaba en los puestos gerenciales, que no suelen asistir a las clases convencionales por falta de tiempo. El sistema funcionó. Hoy cuentan con un staff de 40 profesores, y han capacitado en los últimos ocho años a más de 3.000 alumnos. La innovación será la clave para capear este año difícil: están a punto de lanzar un sistema de clases de inglés a través del celular, un mecanismo que ya se implementa en otros países de América Latina con excelentes resultados.

"Nuestra receta para la crisis es atacar otros mercados globales, ir a otros países con creatividad y talento argentino. Ya estamos en seis países de América Latina y este año queremos abrir sucursales en seis más", dice Llanos, quien recuerda que empezaron con u\$s 500 y un equipo de profesores dando clase desde el cyber. "El secreto del crecimiento fue invertir todo lo que íbamos ganando", apunta. El año pasado recibieron la primera capitalización externa: vendieron el 20% de la compañía global a un grupo de inversores uruguayos para desarrollar la plataforma mobile para Inglés y Español. "A nosotros nos hubiera llevado tres años. Los inversores, además de aportar capital, nos contactaron con socios en otros países", apunta Llanos. Para este año, también desarrollaron la red social "Talkpipl" para enseñar y aprender en forma colaborativa y gratuita, no sólo inglés, sino también

Imágenes



* Haga click en la foto para abrir la galería

Notas Relacionadas

Con ayuda de los grandes

Herramientas



09:49:15 P.M.

 Hora de suscribirse
 a El Cronista
 Ingrese aquí


inversionesrecomendadas09.co

 Inversiones
 Recomendadas
 2009

Gane 20% mensual

APLICAR AHORA

Anuncios Google

Otros medios

Apertura
INFO TECHNOLOGY .COM

 Recibí
 alertas de
 noticias
 personalizadas

Click aquí

otros conocimientos. "En épocas de crisis, las personas tienen que salir más equipadas para reinsertarse laboralmente", asegura.

Diferenciarse en la web

"Comenzar un emprendimiento en la web hoy no tiene barreras, ya sea un blog o una red social. Sin embargo, lograr que sea rentable no es sencillo. Hay mucha competencia y es preciso diferenciarse", destaca Fernando Johan, profesor de Emprendimientos en Nuevos Negocios en la UCA y en el ITBA. "En 2002 tener un blog hacía una diferencia, hoy no. Estamos en la era twitter (microblogging)", apunta. No obstante, según el especialista "es un buen momento para volcarse a las nuevas tecnologías ya que "cada vez más, consumimos a partir de internet". El crecimiento de los sitios de e-commerce y entretenimiento on line es constante. "A diferencia de las compañías surgidas en la burbuja de las puntocom, cuando internet no era un fenómeno masivo, hoy sí lo es".

Lotustech es una compañía creada en 2003 por un grupo de estudiantes de ingeniería del ITBA, dedicada al área de seguridad electrónica. Sus servicios están orientados a la industria e incluyen sistemas de control de acceso y presentismo por huella dactilar, video vigilancia, automatización y ahorro energético, entre otros. Tres años después de creada, en 2006, recibió su primera ronda de capitalización con inversiones del Banco Santander Río y Mark Ventures, por lo que actualmente su capital es nacional e internacional. Para este año prevén seguir creciendo a pesar del contexto adverso que los jóvenes toman como una oportunidad. "Las empresas están hoy enfocadas a bajar costos -dice Franco Galán, uno de los socios fundadores- y nuestras soluciones apuntan justamente a optimizar los recursos, adaptando los servicios según los requerimientos de los clientes".

Negocios móviles

Lunes por la noche, otra vez Palermo. La cita es en un restó atestado de ejecutivos, tan pendientes del auricular y la pantalla de sus móviles, como del escenario. Dos sobrevivientes de la era puntocom ofrecen su receta para triunfar en medio de la crisis. Se trata de MoMo (Mobile Monday), el evento que reúne mensualmente a profesionales y emprendedores de la telefonía móvil en 60 ciudades del mundo. Los que hablan desde la tarima son Santiago Bilinkis, CEO y socio fundador de Office-net, dedicada a la provisión de artículos de oficina vía web, y Roby Souviron, CEO y socio fundador de Despegar.com, la empresa pionera de venta de pasajes on line.

"El celular se convertirá en un canal fundamental para la comercialización, y en poco tiempo más todo va a pasar por acá", asegura Bilinkis, mostrando su teléfono inteligente. "Con la masificación de la telefonía móvil, cada vez hay más contenidos y desarrollos wap (plataforma de internet para telefonía móvil)", aporta Souviron. Basados en su experiencia, los empresarios derribaron algunos mitos respecto de los negocios en el sector de tecnologías y enumeraron una serie de consejos:

z En primer lugar, Bilinkis desestimó la idea de que "todos los emprendimientos basados en web requieren poca inversión", ya que para crear Officenet se invirtieron u\$s 4 millones, y otro tanto requirió Despegar.com en el arranque, que los fundadores consiguieron apelando a inversores profesionales. Una vez conseguido el capital, la clave para el éxito no parece ser otra que la planificación y el trabajo arduo: "Hay que prever los escenarios futuros y planificar anticipadamente las acciones. Tener un plan alternativo armado para aplicarlo cuando llegue el momento", coincidieron.

z Las crisis son una buena oportunidad para posicionarse y ganar mercado (aunque no necesariamente dinero), porque otros competidores se retiran. Para esto, "hay que ser capaces de reinventarse permanentemente", señaló el CEO de Officenet, y enumeró una serie de claves:

z Trabajar con criterio de "business intelligence", aprovechando toda la información que se tiene del cliente.

z Diversificar los riesgos: en la crisis de 2001 Officenet se expandió hacia Brasil.

z Buscar capital cuando hay disponibles no cuando se necesita.

Souviron, de Despegar.com, aportó sus propias recomendaciones:

z Aprender a tomar decisiones, aunque sean desagradables. Es parte de la vida empresarial

z Mantener una buena relación con los inversores, para ser privilegiados en momentos críticos. "Los directores de Despegar

estuvieron nueve meses sin cobrar sueldo cuando hubo épocas difíciles”.

z La eficiencia de la venta por internet permite crecer en el momento en que los comercios tradicionales se achican o desaparecen.

z Avanzar mucho en los buenos tiempos para no retroceder demasiado en los malos.

María Gabriela Ensínck

María Gabriela Ensínck

0 Comentarios

No Existen Comentarios asociados...

Ingrese su comentario

Ingrese código de Validación

Nombre

Comentario

Enviar Comentario



Copyright 2007 - Cronista.com - Todos los derechos reservados

