

INTERNET | Puntocom uruguay tras la conquista del mercado hispano de call-centers on-line

Asistencia personalizada en la Web

► El negocio de atención al usuario en la Red está en el mercado externo, donde hay un público dispuesto a pagar por el servicio

Luego del derrumbe de las empresas de Internet, la "puntocom" uruguay Operador Web está llevando a cabo una serie de prometedoras negociaciones con la poderosa empresa canadiense Webhelp, que podría significar no sólo acceder al mercado extranjero, que es su principal objetivo, sino incluso llegar a liderar la oferta en habla hispana de asistencia on-line para el uso de Internet.

La idea de Operador Web, concebida en 1999, partió de la necesidad de "humanizar" Internet; es decir, crear una herramienta que facilitara el ingreso a la Red de toda la masa de usuarios que continuamente se aventura a navegar en ella. "Eramos conscientes de que, para alguien que no está familiarizado con esa tecnología, resulta difícil ponerse al tanto de qué es Internet y cómo utilizar sus servicios, porque la interfase, o sea la cara de Internet frente al usuario, no es más que una página Web, un trabajo gráfico que se presenta en una pantalla de quince o diecisiete pulgadas, con una capacidad relativamente acotada de transmitir ideas e informaciones", explica su director Rafael Morelli. "Pensamos que, si entre el usuario común y los contenidos de Internet, había una persona entrenada en el uso de las nuevas tecnologías, entonces se le podía facilitar al usuario el ingreso a ese nuevo mundo".

En realidad, el concepto no es nuevo, al menos en el sentido de que el servicio de soporte brindado a través de un call-center telefónico es algo que existe en el mercado desde hace ya muchos años. Sin embargo, lo que ya existía eran los call-centers telefónicos, donde una persona solicita asistencia en los más variados temas: desde cómo sacar una mancha, hasta cómo utilizar un aparato celular. La novedad de Operador Web estaba en poner operadores en Internet para atender a los usuarios en forma on-line, a través del formato de conversación por chat, y facilitarles en tiempo real la búsqueda de todos los contenidos, información y servicios que la Red tiene a disposición.

"Nuestra idea era que también en la Web hubiera alguien muy capacitado que escuchase al

usuario, entendiese su inquietud y le diese una respuesta en un lapso de entre tres y siete minutos", explica Morelli.

Bajo este concepto se instaló un call-center con doce operadores cuidadosamente seleccionados, que conformaban un equipo de 23 personas abocadas a sacar adelante el proyecto lo antes posible. Puesta en funcionamiento en mayo de 2000, con una inversión inicial de U\$S 300.000, Operador Web comenzó su actividad con el objetivo de extender sus servicios a nivel regional en un corto período. "Se gastó mucho dinero muy rápidamente, porque en aquel momento la meta era poner de inmediato un sitio en Internet, con un staff de alto nivel y sin limitar los gastos, ya que estábamos creando una empresa que enseñada debía resultar apetecible para los inversionistas de riesgo", remarca Morelli.

LA CAIDA. Sin embargo, en 2000 sobrevino la denominada "explosión de la burbuja de Internet" y se llevó consigo a muchas empresas que por ese entonces comenzaban a acariciar el sueño de facturar varios millones. La caída del índice tecnológico Nasdaq se produjo cuando Operador Web no llevaba más de tres o cuatro semanas de funcionamiento en el mercado local.

"En ese momento, nadie sabía qué iba a pasar. Todo el mundo interpretó que esa caída brusca podía tratarse sólo de un acomodamiento del mercado, y que todavía existían posibilidades de que el mercado continuara creciendo. Así que seguimos trabajando", relata Morelli.

Pero la desconfianza de los inversores no tardó en hacerse sentir. Antes de transcurrido un mes, los inversores empezaron a recelar de las empresas de Internet. "Todos nos decían que nuestra idea era muy buena, que el proyecto les encantaba. Tuvimos interesados muy entusiasmados, pero querían esperar a ver qué pasaba", explica el director de Operador Web.

GRATUIDAD. En 2001 una alianza con el entonces naciente portal Mercurio, parte del proyecto de informatización digital que preten-



OPERADORES. Orientan on line y en tiempo real a los usuarios.

día impulsar Antel, hizo que ese fuera un buen año para Operador Web. Ese servicio fue utilizado por unas 3.000 personas, a un promedio de 1.200 consultas por mes. Sin embargo, las ambiciosas expectativas estatales no se cumplieron, y el sitio Web de Mercurio fue dado de baja hacia fines de ese año.

"La experiencia con Mercurio permitió a Operador Web estudiar el perfil de sus usuarios y detectar otros posibles nichos que satisficieran más específicamente las necesidades del público. Todos nuestros servicios tuvieron muy buena respuesta mientras fueron gratis, porque eso es lo que nos permitía el convenio con Mercurio: brindar servicios gratuitos al cliente", agrega Morelli.

Cuando finalizó el contrato con el portal, Operador Web ya tenía listo un modelo de negocios que se basaba en el cobro por el uso de su asistencia, mediante tarjeta de crédito. Sin embargo, un estudio de mercado dejó bien claro algo que se sospechaba: los uruguayos no estaban dispuestos a pagar por una prestación de Internet y, por tanto, si la empresa pensaba obtener sus ingresos por esa vía, entonces no sobreviviría. De todas formas, Operador Web empezó a cobrar, con el convencimiento de que el negocio no estaba en trabajar con el público local, sino —como se había planeado inicialmente— en proyectarse lo más rápidamente posible hacia la región. "El mercado interno estaba previsto que fuera, como de hecho lo fue, una prueba", dice Morelli.

MERCADO EXTERNO. La empresa comenzó un nuevo proceso de capitalización y se enfocó en el exterior. Los directores viajaron a Estados Unidos, México y España, para hacer contactos y presentar el servicio, persiguiendo la meta inicial de llegar a ser los referentes en el mundo hispano-parlante en lo que refiere a asistencia técnica y búsqueda de información y contenidos en Internet asistidos por operadores humanos.

Sin embargo, no faltaron los sinsabores. En enero de 2002 se entabló un contacto comercial vía correo electrónico con una compañía de cable muy grande de México, que vende servicios de televisión y conexión a Internet. Para superar dificultades en la negociación, los directivos de Operador Web fueron a México, en donde se sentaron las bases de un acuerdo. "Sin embargo, cuando volvimos a Uruguay y comenzamos a trabajar en la implementación del convenio, se cortó la comunicación entre ambas empresas. Cuando llamamos, nos dijeron que les había gustado mucho la idea, que el modelo de negocios planteado les servía, pero que estábamos muy lejos unos de otros y que, por tanto, preferían intentar llevar adelante el servicio ellos mismos con gente del país. En resumidas cuentas, nos 'mejicanearon' la idea", se lamenta Morelli.

CANADIENSES. De acuerdo con el director de Operador Web, en los últimos meses los inversionistas han vuelto a mirar con interés a las

empresas tecnológicas y se han abierto las puertas a muchas oportunidades de capitalización desde el exterior. Una de estas prometedoras posibilidades es la que presentan las negociaciones que actualmente se vienen realizando entre esta firma uruguay y Webhelp, una compañía canadiense que surgió casi al mismo tiempo que Operador Web y que hoy atiende al mercado de habla inglesa, francesa y alemana, con clientes como AOL Time Warner, Phillips, France Telecom y Netscape Communications.

Webhelp y Operador Web, que son las únicas dos empresas en desarrollar el concepto de asistencia on-line a usuarios de Internet, comenzaron a relacionarse hace algunos años. En 2000 la "puntocom" uruguay recibió una propuesta de trabajar junto a la canadiense. No obstante, "en ese año nuestras expectativas eran otras, y lo que nos proponían era algo así como trabajar para ellos, cosa que no aceptamos", asegura Morelli. En 2003 las comunicaciones se han restablecido y Webhelp ha reiterado su interés en vincularse con Operador Web, principalmente por el hecho de que, si bien la canadiense ha abierto sucursales en Francia, Polonia, Alemania y Estados Unidos, no cuenta con atención en español.

IMPASSE. A pesar de las buenas perspectivas, la realidad es que Operador Web se encuentra actualmente en un impasse, según lo define su director ejecutivo. De los tiempos en que los servicios eran gratuitos para los usuarios, ha quedado una base de datos con unos 4.500 usuarios, que llegaron a realizar unas 30.000 consultas, pero sólo un par de decenas de clientes optó por pagar por el servicio. En consecuencia, desde hace seis meses se dejó de brindar asistencia en tiempo real, siendo ahora diferida dicha orientación.

"Si bien tenemos alianzas muy buenas con empresas nacionales, nuestra realidad es que no estamos haciendo dinero", aclara Morelli. Aun así, Operador Web obtuvo el pasado 20 de noviembre el tercer lugar en los Premios Arroba, como empresa de innovación tecnológica, otorgado por Milenium 21, una organización que busca promover la innovación, la ciencia y la tecnología, y apoyar las iniciativas que ayuden a que Uruguay se transforme en un polo tecnológico competitivo internacional.