

# esfuerzo

responden hoy a nuestros pedidos porque están vendiendo a Europa, en donde tienen un tratamiento arancelario preferencial del 6%-7% y reciben un 30% de valor adicional en el precio debido al fortalecimiento del euro. Como si esto no fuera poco, el precio del flete a Europa influye menos en el costo final del producto que a Sudamérica dadas las menores distancias que separan a los puertos africanos de los del Viejo Continente.

En las últimas semanas Isusa sólo ha conseguido cerrar una compra de fertilizantes procedente de Rusia que arribará a fines de marzo. En conclusión, una mayor demanda en origen y el encarecimiento de un 100% en el costo de los fletes se están reflejando en un aumento del 20%-24% en el precio en dólares de los fertilizantes, con el agravante de que no hay disponibilidad en los mercados proveedores.

—¿Pueden los productores agrícolas uruguayos costear el aumento del precio de los fertilizantes?

—Los productores no pudieron adquirir fertilizantes para los cultivos de verano de 2002 porque carecían de dinero. Como habían perdido la cosecha de trigo y cebada por el *fusarium*, en muchos casos ni siquiera levantaron la cosecha; simplemente dieron vuelta la tierra y plantaron encima soja o girasol, que tienen la virtud de cortar el ciclo de dicha peste. Los productores están hoy en una situación diametralmente opuesta al haber saneado sus cuentas. En diciembre de 2003 vendieron lo mínimo necesario para terminar de pagar sus deudas y se han quedado con el resto del trigo a la espera de una mayor suba en los meses venideros, lo cual, de cumplirse, significará una ganancia neta total.

—¿Cómo evalúa la demanda de fertilizantes en Uruguay?

—No hemos encontrado dificultades en la venta de fertilizantes en el mercado local, incluso en el caso de la urea, cuyo precio subió prácticamente un 100% a fines de 2003. Los fertilizantes se han vendido bien porque cuando el producto final vale, que es lo que en definitiva importa, el productor no tiene inconveniente en pagar un precio más alto. Por el contrario, durante la pasada crisis del sector agrícola, el precio de la urea era muy barato pero no se vendía, porque la cotización de los granos estaba en niveles bajísimos. La soja valía U\$S 130 por tonelada y hoy se paga a U\$S 280, mientras que el trigo, que se cotizaba a U\$S 90-95 por tonelada, ahora vale por parte baja unos U\$S 145; pero se estima que su precio va a estar en el eje de los U\$S 170 en los próximos meses.

INTERNET | Empresa uruguaya exporta un software de mensajería instantánea para corporaciones

# Tecnología que utilizan millones

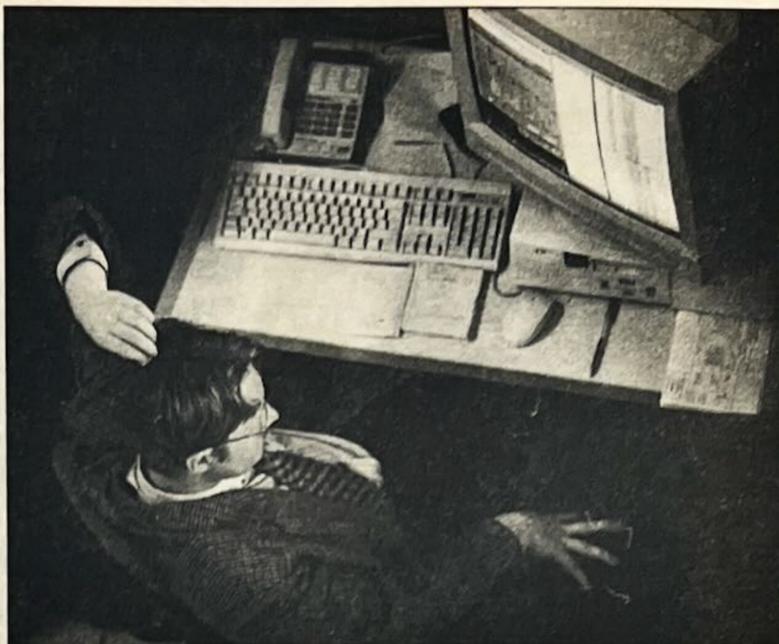
► La mensajería instantánea (IM) representa un punto intermedio entre el teléfono y el correo electrónico que gana terreno en el ámbito empresarial

La compañía tecnológica Interactive Networks Inc. acaba de lanzar al mercado la última versión de su *software* de mensajería instantánea, un sistema de comunicación ampliamente utilizado por usuarios particulares de Internet de todo el mundo, que está ganando terreno rápidamente en el ámbito empresarial. El Instant, ahora en su versión 4.0, es exportado a empresas de Estados Unidos, Canadá, España y Noruega y cuenta también con varias representaciones en Latinoamérica.

Distinguido en 2002 como finalista en los premios que otorga Comdex, una de las ferias de tecnologías de Internet más grandes del mundo, el Instant comenzó a comercializarse en marzo de 2001, cuando "prácticamente no existía la mensajería instantánea (IM, por sus siglas en inglés) corporativa, sino que era algo que sólo usaban los jóvenes en su hogar y algunas personas en sus empresas, pero muy informalmente", afirmó Pablo Salomón, presidente de Interactive Networks Inc.

La empresa inició su actividad en junio de 2000, con el producto Espacio Interactivo, un *software* que permitía a cada usuario crear su propio "lugar" en Internet, donde se podían realizar foros, tener canales de *chat*, compartir archivos e imágenes, e incluir enlaces a páginas externas. Si bien este producto fue un gran éxito a nivel de usuarios, se trataba de un modelo de negocios basado en la publicidad, que —al igual que muchas promotoras empresas de Internet de aquellos años— no funcionó, ante lo cual la compañía decidió aprovechar los desarrollos tecnológicos logrados hasta el momento y lanzar un nuevo producto.

Desde su lanzamiento al mercado, el mensajero Instant ha ido experimentando sucesivas mejoras. En esta última versión, además de innovaciones en la parte administrativa, se le han agregado funcionalidades "colaborativas" destinadas a mejorar las comunicaciones en el



IM. Es la aplicación de Internet que más ha crecido en el mundo.

ámbito corporativo, las cuales permiten efectivamente una colaboración entre dos o más personas en las tareas de una empresa, como ser la posibilidad de realizar una presentación *online* en la pantalla de otro usuario, pensada para actividades de venta o capacitación de personal, o también la posibilidad de permitir a otro usuario tomar a distancia el control de una computadora a través de Internet, con lo cual se vuelve realmente sencilla la tarea de solucionar problemas técnicos o de trabajar dos personas a la vez en un mismo documento.

El uso de la IM con fines domésticos ha experimentado un crecimiento impresionante en los últimos años, pasando de unos veinte o

treinta millones de usuarios en 2001 a un estimado de quinientos millones en la actualidad. Se utilizan principalmente los mensajeros instantáneos gratuitos que ofrecen los gigantes del mercado, como Microsoft, AOL y Yahoo! Estas empresas, como una forma de fidelizar a sus usuarios, han hecho intencionalmente que cada uno de sus mensajeros sea incompatible con el de la competencia. Ese problema no existe con el Instant, que habilita las comunicaciones con los principales programas de IM, y que —como una forma de mostrar su tecnología y capacidades— dispone también de una versión "freeware" (gratuita), que es actualmente utilizada por unos 200.000 usuarios de todo el

mundo y puede descargarse sin costos desde Internet.

**MERCADO.** El mercado mundial de IM para empresas también está cambiando rápidamente. Mientras que hace dos años existía apenas una decena de firmas que proveían este tipo de soluciones, hoy en día fácilmente superan la centena. Para el año 2005 habrá unos 300 millones de usuarios corporativos utilizando este servicio, según previsiones de IDC, consultora internacional especializada en nuevas tecnologías.

De acuerdo con el presidente de Interactive Networks Inc., desde hace poco más de un año, fundamentalmente en Estados Unidos, se despertó un gran interés por la IM corporativa, porque las empresas comenzaron a ver la utilidad y sentir la necesidad de tener su propio sistema de mensajería. "Todos esos jóvenes que en los últimos cinco años han utilizado la IM a nivel hogareño, comenzaron a entrar al mercado laboral. Para esas personas la mensajería instantánea es una de las formas de comunicación más intuitiva y que más utilizan; entonces eso seguramente va a hacer que empiece a despegar el uso de esta tecnología a nivel empresarial", explicó Salomón.

Si bien la firma ha mantenido reuniones con algunos potenciales clientes en Uruguay, no se reconoce al mercado nacional como un objetivo interesante. "No salimos a buscar clientes activamente en el país, ya que el mercado uruguayo, por un lado, está aún inmaduro en la penetración y el interés en la mensajería instantánea corporativa. Todavía son muy pocas las empresas a las que se les despertó el interés. Y, por otro lado, el mercado es bastante chico", señaló Salomón.

Es así que la compañía está enfocada, en una primera instancia, en Norte América, donde se encuentra la mayor parte de los clientes actuales, que van desde sitios *web* y proveedores de acceso a Internet, hasta compañías de transporte camiónero y de desarrollo de productos para la salud.

También se han empezado a hacer negocios en Latinoamérica, aunque principalmente con la idea de formar una red de distribuidores que posibiliten a la firma estar bien posicionada una vez que el mercado comience a despegar. En este sentido, ya se han cerrado los primeros acuerdos con varias empresas que venden el Instant en Chile, México y Ecuador, entre otros. La firma está realizando proyecciones para ampliar el mercado europeo.

## Un fenómeno masivo

■ La mensajería instantánea (IM) consiste en un *software* que permite la comunicación en línea de uno o varios usuarios a la vez, a través de mensajes de texto, y en algunas aplicaciones, a través de voz y el envío de imágenes. Este *software* es la aplicación de Internet que más ha crecido, y es la segunda herramienta más empleada por los internautas después del correo electrónico. Se habla de que representa un punto intermedio entre el teléfono y el correo electrónico, pero en ningún caso se menciona la posibilidad de que alguna de estas formas de comunicación llegue a desaparecer dentro del ámbito empresarial.

Entre los beneficios que representa la IM para las empresas, se destaca la necesidad de utilizar sistemas de comunicación seguros, ya que los mensajeros públicos, como MSN, ICQ o Yahoo! Messenger, no pueden garantizar la identidad de la persona con quien se mantiene comunicación, como así tampoco encriptan o protegen los contenidos de los mensajes.

Otra ventaja constituye el ahorro de tiempo, ya que se evitan las formalidades y esperas de un correo electrónico, permitiendo respuestas rápidas y menores tiempos de diálogo. La IM permite, asimismo, saber si la persona con la que se desea comunicar está o no conectada, posibilita acceder al *software* desde cualquier computadora del mundo y evita la recepción del indeseable pero bastante frecuente *spam* o correo basura.