

INTERNET | Es una herramienta económica de difusión en comparación con los costos de los medios de comunicación tradicionales

El contenido es lo que más importa

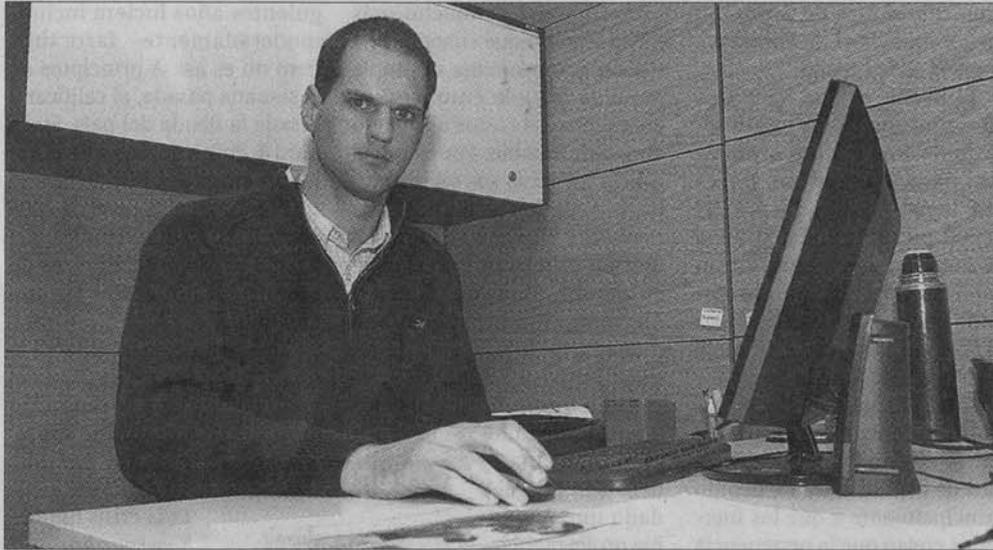
► El sitio digital refleja las actividades de la empresa. Si no se actualiza, se da a entender que la compañía permanece inactiva

Internet es el sector que más crecerá en el mercado mundial de medios de comunicación, ocio y entretenimiento durante los próximos cinco años, hasta alcanzar una facturación aproximada de US\$ 10.000 millones en acceso y publicidad, según el internet Observatory Report. Tal como lo señala este informe, "la red ha cambiado radicalmente durante los últimos años; en la actualidad, lo más importante son los contenidos".

En este contexto tan favorable para el desarrollo y expansión de ese rubro, una pequeña empresa uruguaya, CW Contenidos, está dedicada a proveer servicios de actualización de sitios web corporativos. Este método es utilizado a menudo por las grandes compañías para aumentar el número de visitas a sus páginas web a efectos de captar negocios y clientes a través de internet sin incurrir en mayores gastos en publicidad.

Una empresa u organización puede disponer del servicio de actualización por sólo US\$ 5 diarios, que es un monto muy bajo en comparación con los beneficios que aparea instalar y mantener un sitio web con contenidos siempre al día, ya que esa es una de las variables que mejoran el posicionamiento del sitio en los resultados de búsqueda, explica el fundador de la empresa, Sebastián Haro.

Si bien internet constituye una herramienta de difusión económica en comparación con los costos de los medios tradicionales, el mantenimiento del sitio debe ser constante porque refleja las actividades de la empresa. De lo contrario, los efectos



CW CONTENIDOS. Muchas empresas grandes tercerizan la tarea de actualizar los sitios web

serán contraproducentes. Según Haro, "es pésima la imagen que transmite una compañía, que no actualiza su sitio web durante uno o dos años porque da a entender que está inactiva". Por otra parte, una página con buenos contenidos consigue mantener un mayor vínculo con los clientes y logra una mayor fidelidad con la organización.

El servicio de actualización que ofrece CW Contenidos consiste en la redacción y publicación de noticias, artículos, eventos, actividades, casos de éxito, información sobre nuevos productos y servicios, nuevos clientes y proyectos, comunica-

dos e invitaciones, newsletters corporativos, etc. También se brindan otros servicios vinculados al rubro como, por ejemplo, la redacción de contenidos iniciales para un nuevo sitio web, redacción de publicaciones institucionales, consultoría en materia de posicionamiento en buscadores y redacción de artículos SEO, es decir artículos optimizados para palabras claves, con el objetivo de generar tráfico en un sitio digital.

ORÍGENES. La idea de CW Contenidos comenzó a gestarse en 2008 bajo la dirección de Sebastián Haro, un joven emprendedor con una licenciatura en

comunicación periodística de la Universidad ORT. Hace seis años trabajaba en el área de comunicación organizacional de una institución privada, realizando las mismas tareas que hoy cumple en su empresa. Fue ahí donde descubrió un nicho de mercado para explotar ya que muchas veces las organizaciones producían información de interés general que no se publicaba por distintos factores, entre ellos, por falta de tiempo del personal designado para ese trabajo. "La generación de contenidos web es una labor que insueme mucho tiempo y práctica",

afirma Haro. Agrega que la tercerización de esta tarea es compatible con empresas grandes, que tienen un departamento de marketing encargado de organizar eventos y saben que información es relevante, "pero su gente no tiene tiempo para sentarse a escribir y publicarlo".

En 2008, Haro presentó su idea en la segunda edición del certamen "Emprender" y obtuvo el primer premio. Este logro significó la validación del proyecto que, poco tiempo después, lo ayudó a conseguir la financiación para su puesta a punto mediante el "Programa de apoyo para jóvenes emprendedores" de la Agencia Nacional de Investigación e Innovación (ANII), que le facilitó el 80% del capital.

OPERATIVA. En la actualidad, CW Contenidos funciona con doce personas: tres trabajan en las oficinas del LATU y hay nueve empleados a distancia con carácter de "freelancers". Su clientela está formada por empresas, tanto del sector público como privado, siendo el 70% del exterior. Entre sus principales clientes, figuran es-Publico, el principal portal de contenidos jurídicos de España, el LATU, Cuti, Ingenio, el Centro de Ensayos de Software (CES), el Plan Ceibal y el Ministerio de Industria, Energía y Minería para su Proyecto de Internacionalización Productiva (PIEP).

La empresa registró un aumento del 115% en sus ingresos en dólares en los últimos doce meses. Según su reciente plan de negocios, su propietario proyecta un crecimiento sostenido del 50% anual de la facturación durante los próximos cinco años, llegando a captar en el quinto año de ejecución un 15% del mercado objetivo. Esto es empresas y firmas con perfil exportador que comercian a través de internet, además de gremiales y cámaras empresariales que dependen del financiamiento externo.

Un país propicio para los negocios en la web

■ Uruguay tiene condiciones óptimas para el desarrollo de negocios en Internet porque cuenta con un buen desarrollo tecnológico a nivel de infraestructura para aumentar la operativa de las empresas locales en la web, de acuerdo con el fundador de CW Contenidos. Afirma que esta empresa trabaja mucho con empleados a distancia porque su modelo de negocios

se basa en tener una estructura fija relativamente pequeña y crecer en base a colaboradores. De esta forma, el crecimiento del emprendimiento no se ve limitado por sus instalaciones, sino que a medida que surgen los proyectos, se incorporan nuevos "freelancers".

Además, en el mercado local hay mano de obra calificada para este tipo de tareas. Se-

gún Haro, cuenta con colaboradores que son "muy buenos en lo que hacen". Les exige que "redacten muy bien y que tengan algunos conocimientos técnicos en lo que refiere al manejo de internet", aunque su complejidad se ve reducida mediante el know how que desarrolla la empresa, dejando las tareas más complejas en manos de la dirección.