



Cómo hacer negocio con la opinión de los clientes

Tres españoles han desarrollado una herramienta que permite a las empresas recibir la opinión de sus clientes de forma instantánea, con pequeñas encuestas interactivas que se hacen con el 'smartphone'.

Quique Rodríguez. Madrid

Cualquier empresa está dispuesta a pagar por la opinión de sus clientes, sus gustos y preferencias, para adaptar mejor sus productos o servicios a la demanda. Pero si además lo puede tener casi en tiempo real, conociendo la ubicación de sus usuarios e incluso puede establecer un diálogo con él, se convierte casi en un objeto de deseo. Y no hablamos de las redes sociales, que pueden acarrear inconvenientes por hacerse en público.

Ese es el servicio que gestionan Antonio Rodríguez, David Solana –dos hombres de Ciencias con una larga experiencia profesional en el mundo de la informática y las telecomunicaciones–, y un tercer socio que trabaja desde Alemania, y que hace dos años decidieron embarcarse en Innology Ventures para dedicarse en cuerpo y alma al desarrollo de Opinator.

Esta herramienta permite a las empresas recibir las puntuaciones y opiniones de sus clientes de forma privada, instantánea, directa, continua y bidireccional, a través de diferentes canales: *smartphones* por medio de códigos QR *BI-DI* o una aplicación de *iPhone* y *Android*, o vía web, *SMS* o redes sociales.

Por ejemplo, los restaurantes DiBocca entregan a sus clientes junto a la cuenta una



Antonio Rodríguez, a la izquierda, y David Solana, fundadores de Innology Ventures y Opinator. / JMCadenas

tarjeta con el mencionado código para que éstos, en muy pocos segundos, puntúen sus platos, valoren sus precios, el servicio recibido, etcétera. Esa información es sobre el restaurante concreto en el que han comido, no genérica sobre la cadena. La información la recibe en sesenta segundos y puede ir cambiando el sondeo sin intermediarios cuantas veces quiera.

También perfilan un proyecto para que una gran cadena hotelera entregue a todos sus clientes, al realizar el *check out*, un iPad en el que valore distintos aspectos de su

Firmas como Banesto, The Phone House o DiBocca ya están explotando la herramienta

estancia. Y ya se está aplicando entre los visitantes de eventos como la Feria Internacional de Estudios de Postgrado, FIEP 2012, organizada por Círculo Formación.

Otras empresas clientes en sus primeros seis meses de comercialización –el desarrollo de la herramienta les ha llevado dos años– son Banesto, las franquicias Mundopan,

Xtra Telecom –operador de telecomunicaciones del grupo The Phone House– o la multinacional Scanbuy.

La empresa trabaja para que las posibilidades de Opinator vayan más allá, investigando sobre el análisis del lenguaje natural de forma que la herramienta sea capaz de interpretar las connotaciones negativas o positivas de los clientes en el pequeño campo de texto libre que tiene su encuesta interactiva. Todo un avance que aporta una valoración más realista de los usuarios y no se ciñe sólo a la literalidad del texto.

La tendencia al alza de las puntuaciones y rankings de usuarios

Q.R. Madrid

Las recomendaciones siempre han sido uno de los objetivos de las políticas comerciales de las empresas. El mundo de la web 2.0 ha venido a multiplicar las posibilidades de negocio de este fenómeno, que se ha ido extendiendo incluso a sectores como el médico o el educativo.

● Sector educativo

Para facilitar el duro trabajo de la elección de los estudios universitarios ha nacido Rate My Professors (www.ratemyprofessors.com), una firma norteamericana en la que 13 millones de estudiantes han generado ya opiniones y comentarios sobre 1,5 millones de docentes de 13.000 centros y universidades de Estados Unidos, Canadá y Reino Unido. Cada año, la web publica listas y rankings con los mejor valorados por los usuarios.

Con esta misma filosofía también se han puesto en marcha otros portales como Unigo (www.unigo.com), Yollege (www.yollege.com) o College Prowler (www.collegeprowler.com).

● Servicios médicos

Vimo es un comparador de seguros y servicios de salud (www.vimo.com) que permite además consultar los profesionales de la salud mejor valorados por los usuarios. Tanto médicos (www.vimo.com/doctor/doctorreviewsall.php) como dentistas (www.vimo.com/dentist/dentistreviewsall.php).

● Red de expertos

Es una plataforma que permite crear una selecta red de amigos para conocer sus recomendaciones expertas sobre una serie de asuntos y productos, evitando la saturación informativa característica de Internet, que hace más difícil la elección del consumidor (www.vineloop.com).

Los números del proyecto

● La puesta en marcha de Innology Ventures y Opinator ha requerido una inversión hasta ahora cercana a los 800.000 euros. Algo más de la mitad ha sido aportada por los ahorros de sus cuatro socios, sin financiación bancaria.

● Un porcentaje algo menor del 50% de la inversión se ha captado a través de un préstamo del Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI).

● En 2012, su primer ejercicio comercial completo, esperan facturar, al menos, entre 2 millones y 3 millones, y creen que el aumento de ingresos puede ser exponencial.

● Para la empresa trabajan 30 profesionales, entre el personal de plantilla y colaboradores externos distribuidos en distintos lugares que dedican al menos el 80% de su jornada a la compañía.

Se analiza el lenguaje natural de los clientes para interpretar sus connotaciones

Los consejos de un empresario empedernido

Q.R. Madrid

Se podría decir que es uno de esos profesionales de la creación de empresas que convierten el emprendimiento en su forma de vida, que tan pronto impulsan negocios como se desligan de ellos para dedicarse a otros nuevos, y que se enganchan al riesgo y huyen de la monotonía de un trabajo por cuenta ajena. Antonio Rodríguez, un ingeniero de telecomunicaciones y licenciado en administración de empresas albaceteño de 44 años, no ha dejado de embarcarse en nuevos proyectos empresariales desde que hace

12 años terminó su MBA en el IESE, después de casi una década en multinacionales.

Al terminar su formación en esta escuela de negocios se marchó a Brasil para fundar junto a cuatro socios anglosajones Mundivox, una de las principales operadoras de telecomunicaciones de aquel país, de la que se desligó por motivos personales y "porque con la crisis de las *punto.com* el proyecto iba a comenzar a ir mucho más lento de lo proyectado, por problemas de financiación", explica.

Regresó a España y junto a tres antiguos compañeros de

máster comenzó entonces a invertir en las enseñanzas de alimentación del principal grupo de franquicias de este sector, el Grupo Zena, llegando a gestionar hasta siete establecimientos, principalmente de Cañas y Tapas. No es que vieran venir la crisis, pero sí percibieron una menor capacidad de gasto en ocio de sus clientes en 2006 y vendieron el negocio. "Las grandes hipotecas que se firmaban dejaban poco margen al gasto y éste se reduce en el ocio, lo que estábamos notando ya en los *tickets*", recuerda.

Los mismos cuatro compañeros habían creado otra fir-

ma de construcciones metálicas, para gradas desmontables y casetas de obra, que también terminaron traspasando a una gran constructora. "Nos hicieron una oferta que no pudimos rechazar. Es importante no tener apego sentimental a las cosas. Al fin y al cabo, son negocios".

En su vida ha creado 14 empresas. Ahora participa en dos, Innology Ventures, junto a otros dos socios gestores y un cuarto, sólo inversor. "Nos conocimos en un fracaso, porque nuestro primer proyecto no salió, pero de esas cenizas surgió nuestra actual empre-

sa. Ideas hay muchas, equipos adecuados no", asegura.

También está ligado Astrocám, como siempre, junto a otros socios, una firma austriaca y otra estadounidense. Se trata de albergues de telescopios robóticos –los tres únicos que hay en el mundo– que reúnen las condiciones necesarias para los astrónomos y que se alquilan a científicos de todo el planeta a través de Internet. "Una vez que pruebas la libertad, la creatividad y el riesgo ya no quieres trabajar por cuenta ajena. Se gasta mucha energía en las luchas internas de las empresas".

PISTA DEL DÍA

La Ciudad Condal acoge hoy y mañana The eShow, un congreso internacional de negocios en Internet (Fira de Barcelona, recinto Montjuïc). www.eshow.com/barcelona