

Seguimiento de redes sociales por y para venezolanos

Carmen Sofía Alfonso A.

Periodista

Event Radar, una herramienta digital creada como una plataforma de análisis de redes sociales para eventos, evolucionó hacia una plataforma de seguimiento que incluye mediciones de cuentas de redes sociales, análisis de sentimiento, audiencia, galería, exploración e investigación de temas, y ahora se llama Metric.la.

Metric.la no es producto de la improvisación. Sus fundadores, Natasha Montero, Alfonso Rodríguez y Ricardo Rodríguez tienen vasta experiencia en ambientes digitales. De hecho, Montero y Ricardo Rodríguez eran socios en una empresa de consultoría y desarrollo de *software* en Paraguaná, estado Falcón, y Alfonso Rodríguez es un gran conocedor de diseño y usabilidad en la red. Antes de crear Event Radar inventaron TWMeet, una aplicación que mostraba una línea de tiempo y fotos recopiladas de los comentarios en Twitter de los asistentes a un evento. Como recuerda Ricardo Rodríguez:

Elaboramos esta herramienta hace dos años en 48 horas en un *hackathon*, una especie de competencia de desarrollo de *software*. Ese era el enfoque inicial, hoy es otro. Después de tantos años trabajando como consultores y desarrollando soluciones para otros, queríamos hacer algo propio. Sabíamos que la idea tenía potencial, por lo que decidimos atender la primera convocatoria que hizo Wayra Venezuela en 2011. Quedamos seleccionados, y cambió todo.

Aunque por desenvolverse en el área de tecnología de información y desarrollo de *software* era natural que los fundadores de Metric.la emprendieran en ese sector, Rodríguez reconoce que es muy diferente construir soluciones para otros (como consultores) de desarrollar y evolucionar un producto propio, que debe responder a las necesidades de un mercado.

Este proceso no ha sido fácil, pero básicamente el contacto con clientes y con personas conocedoras del área de las redes sociales es lo que nos ha permitido ir encontrando

el nicho. Nuestro aliado comercial, NegocioPyme, es genial en esto, y hemos podido tener un buen *feedback* de Metric.la de empresas importantes del país.

El modelo de negocio es simple, explica Rodríguez. Los clientes pagan mensualmente por el servicio de acceso y uso de la plataforma. Hay diversos planes y precios que varían según las funcionalidades disponibles, así como la cantidad de cuentas o temas de seguimiento que requiera el contratante.

Para ventaja de Metric.la en Venezuela existen pocos desarrollos similares y no hay un líder de mercado claro. Rodríguez explica que las compañías se han visto en la necesidad de pagar servicios de plataformas en el exterior, lo

Metric.la es una empresa de seguimiento de redes sociales que incluye mediciones de cuentas de redes, análisis de sentimiento, audiencia, galería, exploración e investigación de temas

que encarece los costos. «Metric.la es una gran oferta con la posibilidad de pagar en bolívares. Además, ofrecemos la ventaja de que hacemos los análisis en español, a diferencia de la mayoría de las plataformas en el exterior, en las que se realizan en inglés».

Rodríguez y los demás creadores de Metric.la están incorporándole a la plataforma funcionalidades de exploración e investigación de contenidos y temas. «Estas herramientas son ideales para estudios y análisis de impacto para medios de comunicación y política». Pese a estar conscientes de que la plataforma tiene mucho potencial y que no rendirá frutos de la noche a la mañana, Rodríguez reconoce que no todo sale bien siempre.

En un momento del proceso de Wayra teníamos que hacer muchas presentaciones del producto a personas importantes que, además de aportarnos *feedback*, nos traían oportunidades de negocios. Pero caí hospitalizado cinco días por

una bronquitis y una neuritis, y luego tuve que guardar reposo una semana. Perdimos muchas oportunidades en ese momento, lo que nos frustró un poco. Pero aprendimos que, como emprendedores (y para todo), no podemos descuidar nuestra salud.

Por emprender en un área que ya manejaban, los fundadores de Metric.la afirman que al inicio del proyecto contaron básicamente con sus conocimientos. Sin embargo, estar ubicados en Paraguaná les limitó la expansión hacia Caracas y el resto del país.

Rodríguez recuerda que durante casi todo el año 2012 tuvieron que viajar a Caracas todas las semanas, lo que les desgastó físicamente y consumió gran parte del presupuesto del desarrollo. Afirma que desarrollar el proyecto fue todo un reto por la distancia entre las dos ciudades: «Sobre todo porque Venezuela es un país donde está todo centralizado en la capital».

«Wayra fue vital en esto. Nos puso a conversar con muchísima gente y nos brindó formación en el área de negocios. De hecho, gracias a Wayra conocimos a NegocioPyme y, desde ese momento, comenzamos a visualizar oportunidades de alianzas», dice Rodríguez. El espíritu del programa de emprendimiento de Telefónica, Wayra, es que aporta a los nuevos empresarios formación en negocios, contactos y capital que impulsa sus ideas.

Después de un camino recorrido con Metric.la Rodríguez sabe qué repetiría en caso de emprender otro proyecto y qué no: «Saldríamos a la calle desde el primer día; es decir, tener contacto con clientes desde un principio y no esperar a tener un producto "listo". Después de todo ese esfuerzo encerrados en la oficina, puede que lo que termines haciendo no resuelva los problemas reales del cliente».

Las recomendaciones del equipo de Metric.la a los futuros emprendedores son muy claras: todos los participantes en el proyecto deben sentir la misma pasión y tener el mismo grado de compromiso, conocer las debilidades de la idea y buscar personas que las complementen. El libro *The lean startup*, es una lectura obligatoria para emprendimientos de tecnología», concluye Rodríguez. ■