

Innovación y empresa

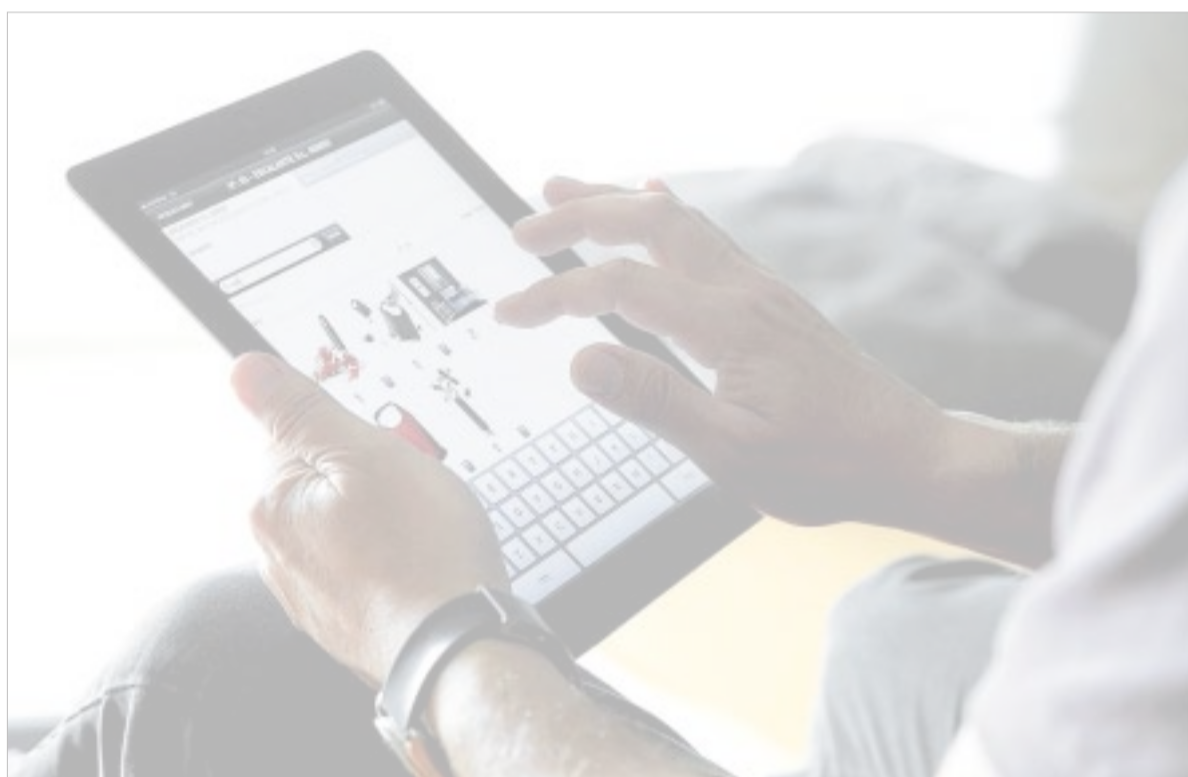
Desarrollo informático

Las tabletas electrónicas como herramienta de trabajo

Una empresa informática de Ontinyent, Inase, desarrolla una aplicación para «tablets» que permite activar los procesos comerciales con una única visita

TEXTO
Víctor Romero

INACATÁLOGO
Desarrollo
La aplicación de la firma de Ontinyent para tablets y smartphones permite mostrar catálogos y activar órdenes de venta y puesta en marcha del proceso de distribución y logística con la empresa proveedora.

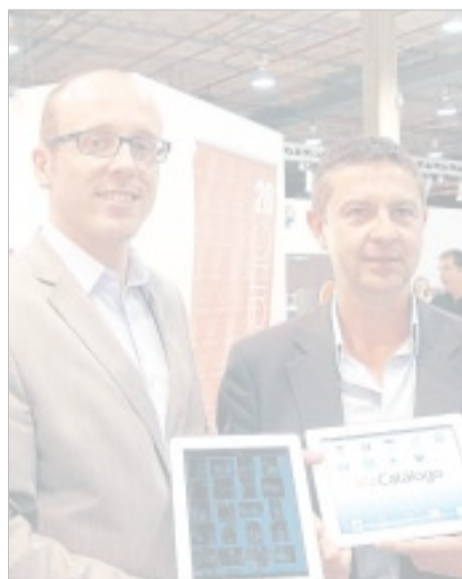


El Inacátlogo en un iPad de Apple.

LEVANTE-EMV

Fue de las sensaciones de una feria de moda infantil celebrada en Florencia hace una semana. Inase decidió lanzarse desde el punto de vista comercial y presentar allí el Inacátlogo, una aplicación para tabletas como el iPad o «smartphones» que da un paso más en los catálogos electrónicos al mostrar no sólo el producto sino que permite concluir el proceso de compra directamente desde la propia herramienta. La aplicación, que firma de moda infantil como la alcoyana Tutto Picolo, emplea este fin de semana en la Feria Internacional de la Moda Infantil (FIMI), aporta como innovación que permita al comercial conectar con el ordenador de su empresa y lanzar las órdenes de venta y activa de forma automática los procesos de distribución y logística. «Los catálogos digitales ya existían para tablets, pero ninguno permitía hacer la conexión con el RPE, el programa y base de datos de la empresa de gestión comercial. Nuestro sistema va un paso más allá: Gestiona el pedido, la factura y el proceso posterior de lo que sería la venta», explica Jorge Peinado, uno de los responsables de Inase que participa en el desarrollo de la aplicación.

A la postre, el sistema supone para la empresa un ahorro de tiempo y de costes. Peinado explica que el sistema existía para entornos «windows» y ahora han logrado licenciarlo para los productos de Apple como el iPad, otro tipo de tabletas y teléfonos de cuarta generación. «Teníamos la experiencia de clientes de windows, pero el Inacátlogo va dirigido a usuarios avanzados de otro tipo de plataformas. Los tablets pesan menos de medio kilo, no tienes que cargar baterías y ofrecen una buena calidad de imagen», dice Peinado. «Conseguimos ahorrar en costes y agilizar mucho la venta. Todo se realiza en el momento de



Antonio Micó y Jorge Peinado.

Inase tiene como clientes a firmas de joyas como Majorica o de moda infantil como Tutto Picolo, además de otras de complementos de diseño

establecer la visita con el cliente. Evitas los procesos típicos de primera visita, presentaciones y posterior pedido.

El resultado para Inase es ampliar su abanico de clientes. Además de Tutto Picolo ya cuentan con la aplicación varias firmas de joyería como Majorica o Salvatore Joyeros, de complementos de diseño o de decoración como Modernhaus. Inase también negocia con Interflora cerrar una licencia para adaptar su tecnología al mercado de flores.

Según la propia Inase su lista de clientes alcanza los 300.

El éxito de esta empresa radicada en Ontinyent reside en la fuerte apuesta por la investigación y el desarrollo y la constante innovación de sus productos y sus aplicaciones informáticas. Inase nació en 1989 de la mano de Antonio Micó como empresa de desarrollo y programación, pero pronto orientó sus productos hacia el mercado de aplicaciones comerciales dirigidas a empresas. Destina entre el 30 y el 40 % de sus recursos a innovar en sus propios productos, aunque en la empresa trabajan más de 20 personas y la fase de crecimiento que está experimentando la está llevando a tener que ampliar plantilla. «Apple tiene la política de actualizar productos. Nosotros funcionamos como ellos. Si el iPad sale tridimensional nuestras aplicaciones también lo serán, nuestro sistema no se va a quedar obsoleto. Los clientes a tener la última versión incluida en el contrato y la licencia la actualización del producto».

Esa necesidad de constante innovación es la que lleva a Inase a buscar programadores para poder ejecutar sus planes de crecimiento. «Nuestra filosofía es no quedarnos quietos —dice Jorge Peinado— y estudiar siempre nuevas posibilidades para permitir ahorros a nuestros clientes. En el caso del Inacátlogo nuestros estudios dicen que en tres meses se puede recuperar la inversión porque permite ser más rápidos, ahorrar y vender más».

Curiosamente, pese a su carácter innovador, Inase ha conseguido salir adelante sin ayudas públicas —incluso le ha sido denegada alguna solicitud— reinvertiendo sus propios recursos en investigación. «El capital riesgo lo ha aportado la propia empresa», señala Jorge Peinado.

Alejandro Suárez

CEO OCIO NETWORK



Visiones

¿QUÉ LE PASA A FACEBOOK?

En los últimos meses, Facebook ha sido portada de periódicos más veces por sus problemas de seguridad y privacidad que por su inminente posible salida a bolsa. Sin embargo, la red social sigue creciendo en datos globales, conquistando nuevos países y, hace pocos días, podíamos constatar que Facebook había superado los 700 millones de usuarios. Si lo analizamos, realmente son cifras que pueden marear: uno de cada tres usuarios de Internet en el mundo tiene una cuenta y eso representa el 10% de la población mundial. No creo que muchas otras empresas tengan ese número de adeptos, con consumos superiores al 50% de su actividad diaria en Internet.

Así, estos datos no han dejado indiferente a muchos inversores que están valorando en unos 100.000 millones de dólares su salida a bolsa. Pero algo preocupa a Mark Zuckerberg desde principio de año: la curva de crecimiento de Facebook ha comenzado a perder inclinación; sigue avanzando globalmente, pero no tan rápido como antes y, lo que es peor, perdiendo usuarios en su propia casa. En Estados Unidos, el país con más usuarios de la red social, en el último mes se pasó de 160 millones a 150 millones de usuarios, una caída drástica. Las razones son muchas: saturación del mercado, graves problemas de privacidad y multitud de campañas contra el uso de este rey de redes.

En cambio, Facebook alega otros motivos: limpiezas internas para eliminar usuarios spam, menores que no tienen permitido el acceso a la red e incluso personas fallecidas. Pero no nos engañemos, esta caída tiene un trasfondo social: los mismos usuarios que hacían crecer el imperio de Mark Zuckerberg ahora le recuerdan que Facebook también puede tener pies de barro, que puede estar perdiendo la magia y se tiene que reinventar. Zuckerberg pensaba que convertir la configuración de la privacidad en un hecho siempre cambiante no les iba a provocar ningún enfrentamiento con sus usuarios; que realmente era más importante «estar en facebook» en lugar del «como estar». Pero le ha salido el tiro por la culata: los usuarios tienen que mantenerse vigilantes y en permanente estado de alerta sobre el próximo paso de la empresa.

Y eso no gusta. Facebook ya no es capaz de mantener crecimientos mensuales de 20 millones de usuarios. Sus datos actuales se acercan peligrosamente a cifras de un solo dígito y, con estos datos, veo muy difícil que la cifra soñada de 1.000 millones para finales de 2012 no la veamos hasta finales de 2014. Quizás, valorar en 100.000 millones de dólares una empresa que ya no genera la misma alegría a sus usuarios como hace solo un año sea pedir demasiado a los inversores.

Por ahora, la que sí ha llegado a las 1.000 millones de reproducciones ha sido Shakira en YouTube, a través de sus canales. Un valor en alza que por desgracia no cotiza en bolsa.