

La semántica de la competitividad

La valenciana Antara implanta su plataforma de inteligencia competitiva semántica al líder de fabricación de envases de celulosa

INNOVACIÓN

EVA PALOMARES

VALENCIA. La empresa valenciana Antara ha desarrollado un software de inteligencia competitiva semántica con el que conseguir que las empresas mejoren su rendimiento, gestión e, incluso, producto. Su función es aplicarse a las empresas para que mejoren su gestión de la inteligencia externa—saber qué hacen los demás— y de su inteligencia interna—qué se sabe internamente en la empresa—, mejorando su negocio desde múltiples perspectivas a través de una plataforma de Inteligencia Competitiva Semántica que capta información relevante y la analiza de forma automática.

Se trata de una plataforma que está en la nube y que entiende el negocio de la empresa para captar las oportunidades y tecnologías del ámbito y sector en el que trabaja, para ofrecer información competitiva. Pero a nivel interno, también consigue poner en valor las ideas que tienen los clientes de la empresa. Su software y consultoría externa en estrategia permite que los profesionales hagan proyectos a medida de los clientes y compartan toda la

información estratégica para que los profesionales hagan proyectos a medida de los clientes.

Hace casi un año que se ha puesto en funcionamiento y ya prevé una facturación de medio millón de euros, según su gerente Miguel Borrás. Antara tiene como objetivo cambiar la forma en que las empresas gestionan la inteligencia. Para ello, forma a sus clientes en sólo dos días en el uso de la plataforma. Posteriormente se ofrece un servicio de aplicación de la

plataforma cuyo seguimiento es de cinco a seis semanas, a través de una hora de conexión mediante videoconferencia. En la plataforma están tanto la empresa que ha contratado la plataforma, como sus clientes, distribuidores y proveedores. «Ya contamos con un millón de usuarios en España e Hispanoamérica, y el 98% de ellos van a renovar contrato», explica Borrás.

La empresa la forman 12 profesionales procedentes del ámbito de la consultoría y

la informática. El resto de servicios están externalizados, sobre todo el legal o el de asesores líderes como Ken Morse o Laura Baker. Ambos aportan un concepto de negocio para empresas nuevas. Han superado el programa de aceleración Valencia Global Growth Program 10x20 y mantienen a Ken Morse como coach. Uno de los clientes que está utilizando la plataforma de Antara es la navarra Cemosá.

Se trata de la empresa líder de fabricación de envases de celulosa moldeada para huevos. También fabrican otro tipo de envases como bandejas de frutas o envases para botellas de vino.

La compañía quiere diversificar su actividad y ha creado una unidad de I+D, en la que principalmente se buscan las tendencias de consumo y diseño, así como materias primas alternativas. Es en este punto, donde se establece la colaboración con Antara.

A pesar de su liderazgo en el sector, la compañía que este año ha celebrado su 50 aniversario, quiere ofrecer un producto con un mayor valor añadido. «Hemos preparado

el proceso de modo de trabajo del departamento de I+D. Nuestra base es centrar un plan estratégico en el que se contemplan: inteligencia competitiva, generación de ideas, gestión de selección de ideas para hacer proyectos así como gestión de proyectos de innovación», explica Aritz Ruiz, responsable Desarrollo de Producto de Cemosá.

En la primera fase, la compañía quería hacer una vigilancia tecnológica, no sólo en cuanto a competencia sino que tuviera en cuenta la calidad, producción, el mantenimiento, y definiera los puntos críticos de la empresa para definir las fuentes que iban a vigilar y quién las vigilaría. «En este momento es cuando decidimos colaborar con Antara porque no era factible hacerlo manualmente porque nos quitaba mucho tiempo», explica Ruiz. La intención de la compañía de celulosa era reducir los tiempos y vigilar el ámbito de las ideas para diversificar en producto sin cambiar de tecnología, y siempre utilizando papel reciclado. Y le está funcionando.

La empresa precisamente acaba de sacar un nuevo pro-

La plataforma de Antara analiza de forma automática la información interna y externa relevante para mejorar los procesos

ducto. Se trata de una escobilla de baño con celulosa moldeada de un solo uso que se está comercializando en las cadenas hoteleras. El Hotel Londres de San Sebastián es uno de sus clientes.

Según entiende Ruiz, esta herramienta, la plataforma de Inteligencia Competitiva Semántica es «vital» para cualquier sector. Sin embargo, valorar su efectividad en la empresa, todavía es pronto, porque se empezó a aplicar en febrero. «Ahora nos está llegando información, luego la gestionaremos, y posteriormente vamos a recomendar a los clientes las noticias que les afectan», valora el responsable Desarrollo de Producto de Cemosá.



IMAGEN

Aido y Planet Media traen el campo de juego al salón

Las nuevas tecnologías van a transformar por completo la manera en la que percibimos las jugadas de fútbol y nos relacionamos con este deporte de masas. El Instituto Tecnológico de Óptica, Color e Imagen (Aido) participa junto a

Planet Media, en el proyecto Livestats. Se trata de una iniciativa que desarrollará una plataforma de generación bajo demanda de contenido en tres dimensiones en tiempo real para potenciar la interactividad entre el espectador y un

evento deportivo mediante la sincronización entre dispositivos Tablet y Smart TV (Second Screen).

Además, el espectador disfrutará de una experiencia audiovisual completa gracias a un innovador sistema de reconocimiento de imágenes en tiempo real que puede posicionar a cada jugador en una zona del campo para ofrecer una recreación exacta de la jugada. Se trata de una plata-

forma orientada a mejorar la experiencia lúdica del usuario en su hogar mediante la introducción en el mercado audiovisual de un concepto innovador de acceso a una información enriquecida.

El contenido tridimensional generado constará de una recreación de un momento específico del partido congelado en el tiempo y podrá ser manipulado por el espectador con su dispositivo inteli-

gente, rotando el campo, modificando ángulos y alejándolo o acercándolo para poder disfrutar con mayor precisión cualquier momento del partido. Por otra parte, la sincronización entre dispositivos permitirá que todo esto ocurra simultáneamente mientras la televisión sigue retransmitiendo el partido, mejorando así la experiencia multiplataforma del espectador.

La participación de Aido en

el proyecto gira en torno al desarrollo del sistema de análisis de imágenes en tiempo real y la creación de un sistema de generación de gráficos 3D multiplataforma. Está previsto que los resultados de esta investigación puedan comenzar a implantarse dentro de dos años. La iniciativa cuenta con el apoyo del Ministerio de Economía y Competitividad a través del Subprograma Inn Pacto.