

EMPRESSES

El paper del Facebook

OPINIÓ



Guillermo de Haro

L'altredia em preguntava un alumne al Facebook sobre el significat de Legacy Systems. Ah, sí, «els sistemes llegats». La seva emoticona va ser tan expressiva que vaig deduir que la seva cara real, en aquest moment, havia deixat de coincidir amb la del seu carnet d'identitat. «Sí, ja saps, els sistemes d'informació antics que et trobes a les empreses quan et poses a instal·lar un nou sistema o simplement a mirar el que tens».

Res, no havia vida intel·ligent en aquest planeta. Vaig començar a preocupar-me. Havia d'haver-hi alguna manera d'explicar-li el problema que suposaven aquestes aplicacions a mesura que algú havia fet en algun moment, que unes quantes persones usaven, i que normalment era impossible integrar en el nou programari, o simplement quedaven obsolets i condicionaven el creixement de l'organització, o l'automatització de processos. És un dels problemes més típics dels sistemes d'informació, d'altra banda.

Així que em vaig posar a pensar, però per més que hi vaig donar tómb, com la nena de l'exorcista, no se m'acudia res. Molt em temia, com sempre, que l'insondable món de la tecnologia perdria una altra batalla per a la causa dels comuns mortals.

Així que em vaig oblidar del tema però no d'ell, i vaig començar a pensar en per què tenia alumnes meus al Facebook. Quan vaig entrar en la xarxa social va ser perquè tot el món en parlava, i per peer group pressure (la pressió del ramat). No en feia gaire cas, i acceptava totes les propostes d'amistat que em sol·licitaven, alumnes inclosos. Sóc un home fàcil, ho sé. Fins i tot em vaig inscriure a Màfia

Wars per jugar, paret amb paret, amb la meua benvolguda Connie a Munic! Encara sort que em deslliuri de Farmville, per cert, el tamagotxi de tota una nova generació que va dels 18 als 48. No obstant això, passat el temps, i superats els 300 amics, vaig començar a plantejar-me més de debò la utilitat de Facebook per a mi. Vaig començar considerant que els meus dies només tenen 24 hores (quan treballa a Technicolor els 9 dies de la setmana tenien 40 hores, almenys en les setmanes tranquil·les). Així que havia de pensar en la manera d'aprofitar els sistemes per reduir costos de temps o automatitzar processos.

Però espera! Sí! Hi havia una opció. Una epifania digital. Ho vaig veure clar. Podia deixar Facebook només per a la meua família i amics, reduint el cost i temps d'enviar fotos de la meua filla de 3 anys: n'hi havia prou de pujar-les al perfil. Per fi s'acabaria d'omplir comptes de Gmail a força d'enviar desenes de fotos de Lucía a desenes d'amics i família! I ja

Quan vaig entrar a la xarxa social va ser perquè tothom en parlava

posats, segmentant millor, utilitzaria LinkedIn per als contactes professionals, a més de Xing per als contactes a Alemanya (el seu precursor, Open BC, hi va néixer i hi té més presència).

Perfecte! Problema resolt. Ara bé: com els dic a tots els que vaig acceptar abans de prendre aquesta decisió que ara no entren dintre de la meua estratègia? D'altra banda, alguns a qui no accepto em diuen que hi ha no-amics i no-família en la meua xarxa de Facebook. És complex, cal pensar-hi més, segueixo donant-hi voltes...

Soci Expansió Internacional d'Avangroup

Gimage promou un nou sistema de comunicació interna a les empreses

ACORD INTERNACIONAL. Introdueix a l'Estat espanyol un *software* de Nova Zelanda que garanteix a les empreses que els treballadors reben els seus comunicats

ANDREU MAS
SABADELL

Gimage és una empresa de Sabadell que ha consolidat la seva activitat en només cinc anys, convertint-se en una referència en el camp de la tecnologia i la consultoria de la comunicació pel fet, precisament, de combinar aquests dos vessants. Com diu un dels seus fundadors, Francesc Font, el que els diferencia de la competència és que són «una empresa de 360 graus, que ofereix als seus clients un *software* de comunicació, un canal on aplicar-lo, continguts i assessorament». El punt fort de la companyia és el desenvolupament d'aplicacions i sistemes de comunicació digital dinàmica i interactiva mitjançant pantalles d'informació i consulta. El primer projecte de la firma sabadellenca va ser la creació de Canal-farma.TV. Actualment, més d'un miler de farmàcies de tot l'Estat anuncien productes farmacèutics i emeten consells mèdics als seus clients mitjançant unes pantalles instal·lades per Gimage que, a més, proporciona els continguts i el programa de gestió informàtic i arriba, fins i tot, a gestionar la publicitat que s'hi emet. Els sabadellenca, a més han instal·lat pantalles i gestionen continguts en universitats, ajuntaments, hospitals i empreses. Entre els seus clients hi ha l'Hospital Universitari de Bellvitge, el de Granollers, l'Ajuntament de les Franqueses i les fàbriques de Nestlé, per citar-ne alguns.

ACORD ESTRATÈGIC. Gimage ha continuat la seva política d'expansió i diversificació de producte arribant fa poques setmanes a un acord amb la neozelandesa



Una pantalla de les que integren Canal-farma.TV en una farmàcia catalana. L'ECONÒMIC

GIMAGE
FACTURACIÓ 2009
2,3 M €
TREBALLADORS
35
FUNDACIÓ
2005

● Gimage és una empresa amb una estructura de comandament molt jove. Tres companys d'universitat van decidir fundar el 2005 la companyia; només tenien 25 anys, però creien en el potencial de la tecnologia.

Snapcomms per implantar en exclusiva el *software* d'aquesta multinacional a l'Estat espanyol. La gran virtut del programa d'Snapcomms és que permet una comunicació directa entre la direcció de l'empresa que l'aplica i els

seus treballadors. Els empleats reben els comunicats, notícies, enquestes i notificacions de tota mena directament als seus ordinadors, ja sigui mitjançant alertes o salvapantalles que emeten els missatges de la firma. Francesc Font la defineix com «una eina molt potent que garanteix a la direcció d'una empresa que els treballadors han rebut els seus missatges», a diferència del que passa amb els comunicats que s'envien per correu electrònic «i que moltes vegades acaben a la paperera o no s'obren».

MULTIPLATAFORMA. La crisi també s'està notant en l'àmbit tecnològic. El 2009, Gimage va facturar 2,3 milions d'euros i espera tancar l'exercici de 2010 arribant als tres. Malgrat aquest bon resultat, les previsions inicials situaven el resultat de l'any a l'entorn dels quatre milions. Fa escassament un mes, i arran de les mesures d'austeritat imposades pel govern

i les retallades que s'han produït en el sector farmacèutic, empreses i institucions han decidit congelar les comandes de compra de pantalles que tenien previstes per a aquest 2010. Francesc Font, però, no s'inquieta: «A l'Estat hi ha

Gimage instal·la pantalles en farmàcies, hospitals i empreses

un mercat potencial per instal·lar mig milió de pantalles i entre totes les empreses del sector arribem només a les vint mil; hi ha molt de camp per córrer», conclou. Mentre no arriba la reactivació, Gimage continua invertint en R+D (600.000 euros el 2010) i desenvolupant aplicacions multiplataforma que els permetin portar continguts als *smartphones* i desenvolupar l'anomenada web TV.