

“Classora evita tener que bucear entre los resultados de Google o Wikipedia”

Iván Gómez Caderno, socio fundador de Classora

Crear un buscador que pueda competir con el gigante Google parece unha idea descabellada. Pero Classora, una iniciativa gallega en internet, va mucho más allá. Se trata de una base de conocimiento que almacena información, con el valor añadido de que es capaz de entender el significado de los datos guardados. Esto permite ofrecer a consultas complejas respuestas concretas y dotadas de cierta inteligencia. Directamente y a golpe de clic podemos situar en un mapa los rascacielos más elevados del mundo, saber qué países de Europa poseen una extensión mayor que España o comparar gráficamente la evolución del Deportivo y el Celta a lo largo de la historia de la Liga. En la actualidad, el proyecto se encuentra en fase beta cerrada [www.classora.com].

tenido desde el principio: la búsqueda de financiación. Afortunadamente hasta el momento nuestro proyecto siempre ha tenido una muy buena acogida entre inversores, especialistas y críticos. También nos hemos enfrentado a importantes retos técnicos debido al componente I+D+i del proyecto.

¿Qué ventajas comparativas tiene una empresa que ofrece sus servicios por internet con respecto a una convencional?

Una ventaja común en muchas aplicaciones de internet es la relativa facilidad para traspasar fronteras, lo que permite un crecimiento exponencial con unos costes fijos muy controlados. También es muy frecuente que la inversión inicial necesaria sea menor, sobre todo en infraestructura. Por otro lado, las estrategias competitivas son completamente diferentes a las de una empresa convencional: en internet todo está a un clic de distancia, así que hay que optimizar el posicionamiento en los buscadores y la imagen general que se percibe de tu empresa y tus servicios. Además, desde el principio hemos intentado que Classora sea una herramienta accesible para varios países. Ya está disponible en inglés y español, lo que abarca prácticamente una audiencia potencial del 70% de los usuarios de internet de habla no china.

¿Cómo valora el panorama gallego del sector TIC de empresas en internet?

Nos encontramos probablemente en el mejor

momento de la historia. En Galicia existen tres escuelas de informática, una de telecomunicaciones y algunas disciplinas técnicas adicionales. Estas circunstancias, unidas con el emergente repunte de la web como vía de negocio, están generando un cultivo de emprendedores que intentan apostar por proyectos en este sector como nunca antes había sucedido. Las nuevas generaciones están conduciendo el espíritu emprendedor gallego hacia la innovación tecnológica. Creo que esto es algo positivo y muy común en regiones y países más industrializados que el nuestro.

¿A qué retos de futuro se enfrenta el sector?

Es necesario afrontar un profundo cambio de mentalidad, no sólo en la administración, sino también en la sociedad, para crear y potenciar empresas realmente innovadoras y con mercados en el exterior. Las tecnologías disruptivas de hoy en día, casi todas procedentes del extranjero, no se basan en ideas felices que fabrican tres personas en tres meses con sus ahorros. En la mayoría de los casos es necesario más tiempo, esfuerzo, talento y suerte. Por lo tanto, el gran desafío es que, entre todos (emprendedores, universidades, administración y empresas consolidadas) seamos capaces de crear un contexto favorable para desarrollar hasta el final iniciativas de estas características. ☺

por M^a Jesús Méndez | fotos Luis Díaz Díaz



¿Cómo nace la idea de Classora?

Classora surgió de trasladar una idea que estaba funcionando en un contexto a otro totalmente distinto. Se trata de aplicar técnicas y herramientas de *Business Intelligence* a las principales fuentes de información de internet. La mayor parte de las empresas que conocemos cuentan con herramientas informáticas inteligentes que les permiten acceder a su información interna, crear gráficos espectaculares y llegar a conclusiones de marketing sorprendentes. Curiosamente este concepto no se había aplicado todavía a la información disponible en la red y, en muchas ocasiones, los usuarios tienen que bucear entre los resultados de Google o Wikipedia para solucionar muchas de sus dudas. Nosotros habíamos trabajado en consultoría para grandes proyectos de estas características. Nos dimos cuenta de que existía un hueco muy importante y de que teníamos el *know-how* para intentar cubrirlo. Así que nos decidimos a emprender. El proyecto empezó oficialmente en enero de 2008.

¿Cuáles son sus bazas para afianzarse en el mercado?

En nuestro caso es necesario hacer una distinción entre mercado (clientes) y audiencia (usuarios). Esperamos que el crecimiento de ambas variables vaya de la mano, aunque representan escenarios y técnicas distintas. En ambos casos, los puntos fuertes de Classora se basan en la innovación en el acceso a la información. De hecho, uno de los objetivos de la plataforma consiste

en crear nuevo conocimiento, no evidente, partiendo de datos básicos y aparentemente superficiales. En este sentido, Classora logra resolver tres problemas independientes y de gran complejidad: la carga, integración y actualización automática de datos, la comprensión del lenguaje natural y la representación de la información en múltiples formatos: analítico (tablas), gráfico y geográfico (a través de mapas). Además, permite una navegación OLAP.

¿Para qué público está orientado el proyecto?

El perfil de usuario es muy amplio ya que está dirigido a gente que necesita manejar datos históricos u obtener una visión alternativa de la información disponible en internet. Es importante destacar que el enfoque de Classora no se basa en crear una herramienta meramente informativa, sino también una plataforma de entretenimiento. Gracias a su enfoque colaborativo, los usuarios pueden comentar, compartir, valorar, recomendar e interactuar con todos los contenidos.

¿A qué dificultades se enfrentaron como emprendedores en la red?

Hemos tenido dificultades pero preferimos verlas como retos. De hecho, nos hemos encontrado con un patrón general muy curioso: a excepción de casos puntuales, cuanto más lejos de Galicia explicábamos nuestro proyecto, más sencillo resultaba la comprensión de su potencial. Esto influyó de manera decisiva para enfrentarnos a uno de los mayores desafíos que hemos