

## Picotea.com. Microblogging en castellano

Muchos son los alumni con caracter emprendedor que se lanzan a la aventura empresarial. Ese es el caso de la noticia que nos ocupa.

Nuestro compañero José Luis Fernández Frontelo, nos presenta su nuevo proyecto empresarial: Picotea.com, una nueva herramienta de microblogging en castellano.

Le agradecemos su amabilidad al concedernos esta entrevista y ayudarnos a conocer mejor esta nueva alternativa que nos ofrece.

¿Qué es picotea.com?

Básicamente picotea.com es un nuevo servicio de microblogging en castellano. Se trata de publicar mensajes de 160 caracteres, que son vistos por los usuarios que te siguen, mientras que tú ves los mensajes de la gente a la que sigues. Para facilitar la tarea de encontrar usuarios que hablen de temas de tu interés, también se puede &ldquo;picotear&rdquo; en grupos y en eventos, dónde ves los picoteos de todos los usuarios de ese grupo o evento, los sigas o no.

¿Cómo nació la idea de crear una herramienta de microblogging?

Como toda idea, nació de una necesidad. Vimos que existía la necesidad de tener un servicio de microblogging en español y con nuevas funcionalidades que dieran un valor añadido sobre las herramientas existentes. En ExpanSoft nos dedicamos normalmente al desarrollo de aplicaciones web de gestión para Pymes, y también conocíamos la necesidad de tener herramientas que permitieran mejorar la comunicación interna en las grandes empresas. De esas dos necesidades surgió la idea de hacer Picotea.com, una aplicación web que permitiera satisfacer ambas necesidades, y aquí estamos.

En qué se puede diferenciar Picotea.com de otras opciones disponibles en la Red como el archiconocido Twitter? ¿Qué experiencia diferente me aporta como usuario?

Como dicen algunos de nuestros usuarios, partimos con ventaja de 20 puntos, tenemos 160 caracteres del picoteo contra los 140 del tweet&hellip;, es broma. Hay que reconocerle a Twitter el increíble éxito que ha tenido gracias a su idea innovadora, han conseguido cambiar muchas cosas en la red y tener una relevancia impresionante. La primera vez que entré en Twitter, me maravilló su potencial, su velocidad como medio para comunicarse y su sencillez&hellip;; Después un tiempo en Twitter, te das cuenta de las carencias que tiene, sus debilidades al fin y al cabo. Principalmente, la dificultad para encontrar usuarios que hablen de lo que tú quieres hablar y que luego te sigan para poder intercambiar opiniones. Pero también la lentitud, caídas y mal funcionamiento en ocasiones, el idioma, su dificultad para buscar otros usuarios y el Spam, uno de sus principales problemas ahora mismo.

Otros competidores se han centrado en añadir la posibilidad de poner fotos o videos, pero para mí eso ya no es microblogging, microblogging es comunicarse con mensajes cortos de texto, y si quieres aportar otra cosa como una foto o un video, pones un enlace.

Nosotros hemos querido hacer un servicio de microblogging puro y centrarnos en las debilidades que te comentaba de Twitter. Para solucionar la dificultad de encontrar usuarios con intereses similares a los tuyos, hemos creado los grupos y los eventos, que te permiten picotear con otros usuarios sobre una temática concreta sin necesidad de seguirlos ni que te sigan. Dentro de los grupos y eventos se pueden establecer 3 niveles de privacidad, en los grupos públicos, todos los usuarios pueden unirse, picotear y ver los picoteos. En los grupos y eventos protegidos, la admisión la supervisa un administrador, pero todos los usuarios pueden ver los picoteos, mientras en los grupos y eventos privados, la admisión es supervisada pero sólo los miembros pueden ver lo que se picotea dentro. Como te puedes imaginar, esta funcionalidad tiene múltiples aplicaciones prácticas para los usuarios.

Para solventar los problemas de rendimiento del portal hemos apostado por un Framework PHP llamado Symfony, que nos garantiza estabilidad en situaciones de muchas conexiones simultaneas. Para poder buscar a otros usuarios, hemos implementado un buscador que te permite buscar por cualquier dato del usuario. Y para evitar el Spam, hemos diseñado un sistema de denuncias en el que colaborarán nuestros propios usuarios para no permitir este tipo de conductas.

Sobre la experiencia diferente para el usuario que aporta picotea.com con respecto a Twitter, además de todo lo comentado anteriormente, con mención especial a los grupos y eventos y al idioma, te diría que creo que para el usuario es importante saber que cada vez que picotean están aportando su granito de arena para cambiar el mundo, ¿cómo?, con nuestra política de responsabilidad social. De cualquier beneficio neto que se consiga con Picotea.com, donaremos el 10% a obra social, ¿por qué?, porque queremos cambiar el mundo aunque sea un poquito haciendo algo diferente.

¿Es Picotea.com una herramienta destinada a usuarios personales o las empresas van a poder asumir cierto protagonismo? Si es así ¿Qué se ofrece a empresas e instituciones usando Picotea.com?

Picotea.com es una herramienta destinada a todo el que tenga algo que comunicar, ya sean personas, empresas, instituciones públicas u organizaciones de cualquier tipo. La comunicación es una necesidad intrínseca al ser humano y extrapolable a cualquier tipo de organización, con picotea ofrecemos un servicio que permite satisfacer esa necesidad. En el caso de empresas y organizaciones, utilizando Picotea.com podrán mejorar tanto su comunicación interna como su comunicación externa. Por ponerte un ejemplo, una empresa puede crearse un usuario en Picotea que comunique sus noticias a nivel externo y reciba el Feedback de otros usuarios que pueden ser clientes o potenciales, pero también se puede crear un grupo privado en el que sus empleados se puedan comunicar sin que nadie más lo vea, mejorando su comunicación interna, que es un gran problema en muchas organizaciones. Haciendo hincapié sobre el problema de comunicación interna de muchas organizaciones, desde ExpanSoft vamos a ofrecer la posibilidad de personalizarles e instalarles en su red interna la aplicación sobre la que está Picotea.com, de manera que puedan mejorar ese aspecto garantizando su privacidad.

¿Qué expectativas tenéis en este proyecto en cuanto a evolución de número de usuarios, perfil de los mismos, etc? Es muy pronto para decir las expectativas sobre número de usuarios, el portal lleva como Beta pública una semana y prácticamente no lo hemos promocionado, sólo con amigos y conocidos, y por ahora los resultados son muy buenos en cuanto al interés que está despertando en la gente. Estamos recogiendo las diferentes sugerencias de nuestros usuarios para mejorar el servicio antes de dar un paso más en la promoción.

Sobre el perfil de los usuarios, inicialmente pensábamos en blogueros y en usuarios de otras redes sociales, como Tuenti o Facebook, pero la verdad es que estamos viendo usuarios de todo tipo, gente que tiene algo que comunicar. En cuanto acabemos el periodo de pruebas y mejoras de Picotea, y lancemos la campaña de comunicación que estamos ultimando, tendremos más datos para hablar de esos aspectos.

Últimamente se ha abierto un gran debate en cuanto a los modelos de retorno de inversión en las redes sociales. ¿Cuáles van a ser las vías de ingreso de Picotea.com? ¿Tenéis previsiones de cuánto tiempo tardaréis en llegar a un punto de equilibrio?

La vía de ingresos principal de Picotea.com será la publicidad que acabaremos poniendo en el portal, haremos que sea la menor posible para no molestar a los usuarios, pero de alguna manera hay que mantener el servicio.

Lo que vamos a intentar es que sea una publicidad de valor añadido tanto para anunciantes como para usuarios. En Picotea, los usuarios pueden definir desde los sitios donde han vivido hasta sus aficiones, pasando por dónde han trabajado y estudiado y de quien son fans. Estos datos no son obligatorios, pero permitirán a los usuarios encontrarse con antiguos amigos o conocer a gente nueva por sus afinidades. También permitirán dar la posibilidad de mostrar anuncios selectivos para cada usuario. Si un usuario es aficionado a la pesca y vive en Vigo, un anunciante de una tienda de artículos de pesca de Vigo tendrá un cliente potencial en ese usuario, con lo que se le podría llegar a mostrar un anuncio personalizado cuando entre en el portal. A mí como usuario no me importaría ver publicidad de ese tipo, es más, me interesaría.

La idea es trabajar en ese modelo de publicidad selectiva, mientras tanto, hasta que nos lo podamos permitir, no pondremos publicidad de ningún tipo.

Sobre el plazo para llegar a un punto de equilibrio, todo dependerá del éxito de la campaña de comunicación que vamos a realizar. En ExpanSoft somos una empresa joven y bastante optimista, por lo que pensamos que llegaremos antes de final de 2009 a ese punto, aunque tenemos diferentes previsiones siendo más cautos. De todos modos, la que se nos va más lejos es Junio de 2010, veremos lo que pasa.

Una pregunta algo comprometida ¿Pensáis realmente que en el actual panorama saturado de herramientas 2.0 de todo tipo existe espacio todavía para competir con garantías?

ExpanSoft es una empresa dedicada a la consultoría tecnológica y al desarrollo de software, y sabemos que en todos los campos hay saturación de herramientas y servicios. Por ahora, lo que nos ha salido bien es intentar diferenciarnos del resto y ofrecer productos y servicios de valor añadido a nuestros clientes. En el caso de Picotea, no son clientes, sino usuarios, pero creo que es parecido, si ofreces algo diferente y con valor añadido, puedes competir con garantías en cualquier sector.