



SharePlus Office Mobile Client

Resumen Ejecutivo

El mercado

En junio de 2008 la empresa Apple lanzó al mercado el modelo 3G de su línea iPhone, liberando el dispositivo de telefonía móvil más innovador en los últimos años. El mismo se distingue por una combinación única de funcionalidades entre ellas: touch-screen, multi-touch, GPS, acelerómetro, conectividad 3G.

Acompañando el lanzamiento del nuevo dispositivo, Apple lanzó una plataforma para la publicación de aplicaciones denominada iPhone App Store (tienda de aplicaciones), la cual permite que desarrolladores alrededor del mundo publiquen aplicaciones de software que puedan ser compradas y descargadas para ser ejecutadas en el dispositivo. Esta plataforma plantea un modelo de negocio innovador (Developer 2 Consumer) tanto en la experiencia de desarrollador que publica la aplicación, como para el usuario que consume aplicaciones a “muy bajo costo” percibido (el costo promedio está por debajo de los tres dólares).

A fines de enero de 2010, Steve Jobs, fundador de Apple, anunció el lanzamiento del iPad (<http://www.apple.com/es/ipad/>), un dispositivo que se clasifica en los denominados “tablets”, típicamente aparatos livianos, finos, de dimensiones similares a las de una revista, orientados a la lectura de documentos, consumo de contenido multimedia, y navegación por internet. Este dispositivo cuenta con la particularidad de que se basa en el mismo sistema operativo iOS, y la programación de aplicaciones es la misma también que la utilizada por el iPhone, denominada Cocoa Touch.

Actualmente el mercado de iOS (iPhone, iPod Touch, iPad) cuenta con más de setenta millones de dispositivos vendidos, y la tienda de aplicaciones con más de 260,000 aplicaciones disponibles para descargar. Las ventas del iPad como dispositivo han superado todas las previsiones, y actualmente la limitante para vender más está dada por las líneas de producción de hardware, y la falta de proveedores.

Estado actual del producto

Es en este marco, y buscando aprovechar la oportunidad que representan estos nuevos tipos de mercados, es que en enero de 2010 fue concebido **SharePlus Office Mobile Client**. Una aplicación móvil, nativa de la plataforma iOS, que actúe como cliente de la plataforma SharePoint de Microsoft conectándose con el producto mediante su API de web services.

Microsoft SharePoint Server es una plataforma web de trabajo colaborativo y gestión documental, especialmente orientada a la integración con documentos de la suite de Microsoft Office, la cual ha tenido muy buenos niveles de adopción en entornos corporativos, donde ha sido utilizado como software de base para la implementación de soluciones de intranet, extranet, y portales corporativos. Según Microsoft llevan vendidas más de 100 millones de licencias a nivel global, en sus versiones 2007 y 2010.

La aplicación fue liberada en abril, acompañando el lanzamiento del iPad, y logrando ubicarse en la primera tanda de aplicaciones disponibles para el iPad. El objetivo de SharePlus es brindar una mejor experiencia de usuario cuando se accede a la información almacenada en un repositorio SharePoint desde un dispositivo móvil. Brindando una interfaz pensada desde sus inicios para beneficiarse de capacidades de multi touch, y explotando las ventajas de una aplicación nativa, cuando se compara con la experiencia web tradicional en SharePoint. Un ejemplo de esto se



encuentra en las capacidades de almacenamiento local de los dispositivos móviles, las cuales permiten guardar documentos para su uso posterior en modalidad desconectada.

El producto se ofrece en dos modalidades. Una versión SharePlus Lite, gratuita, con capacidades de solo lectura, y una versión SharePlus Pro, con un costo de 14.99 dólares americanos, con capacidades lectura escritura, y almacenamiento offline.

Desde su lanzamiento el crecimiento tanto de las descargas como las ventas ha sido sostenido. A la fecha cuenta con más de setenta mil descargas en su versión gratuita, y más de cuatro mil en su versión paga. Los usuarios de SharePlus se encuentran en empresas como Renault, HomeDepot, DoD, GlaxoSmithKline, habiendo sido seleccionada por Apple para que sea recomendada por sus vendedores a sus clientes corporativos (<http://www.apple.com/ipad/business/apps/#office-shareplus>). La audiencia típica de SharePlus a la fecha está constituida por integrantes de staff de IT, gerencias, y vendedores móviles con requerimientos de acceso a la información onsite.

La oportunidad

A la fecha se está iniciando un proceso de búsqueda de fuentes de financiamiento que permitan llevar el producto a otro nivel. Dentro de los objetivos que se persiguen con esta segunda fase se encuentran:

Aumentar las funcionalidades, y calidad general del producto a un nivel que genere una distancia clara con la competencia, y desaliente cualquier esfuerzo de replicarlo. Aumentando la barrera de entrada al nicho de mercado que lidera.

Tener presencia en otras plataformas móviles, y de dispositivos de tipo tablet, aprovechando las ventanas de oportunidades generadas, por los anuncios de empresas como Google, y BlackBerry notificando de la salida de sus versiones de dispositivos tablets a ser liberadas en el correr de 2010. Las cuales también contarán con modelos de tiendas de aplicaciones.

Brindar soporte para otras plataformas de gestión de contenido, como lo son: Alfresco, Drupal, Joomla, en base a la implementación del estándar de interoperabilidad CMIS, incrementando así el mercado objetivo.