



AKIRACO

INVESTIGACIÓN EN NUEVAS TECNOLOGÍAS

SERVICIOS

Servicios y Productos Creativos



PROGRAMACIÓN EN LA 3ª PLATAFORMA



DESCRIPCIÓN

Para hablar de la tercera plataforma hemos de referirnos al Y2K, el problema del año 2000, algo que sucedió debido a que los programadores emplearon -por economía de memoria o espacio en disco- solo dos dígitos para representar el año.

Esa simpleza le costó a la industria cientos de miles de millones de dólares. Ahora volvamos a la tercera plataforma.

La primera plataforma fue la generación de programas aislados, cuyos datos se encontraban en la misma computadora donde residía éste.

La segunda plataforma fue la generación de programas o aplicaciones que tenían acceso a servidores de bases de datos, los llamados "cliente-servidor".

La tercer plataforma son aquellas aplicaciones que están en la nube, tanto la aplicación como los datos de ésta.

Si es usted una empresa que desea generar nuevos procesos con una visión actual considere escuchar nuestras propuestas.

CREACIÓN DE **APPS**



DESCRIPCIÓN

Con la llegada de las plataformas móviles se generó un nuevo mercado de "aplicaciones", las llamadas "apps".

Pero ¿qué son las apps?: son programas con una lógica lineal y una interfaz simple. Puede tratarse de juegos, utilerías o front-end de servicios financieros o gubernamentales.

Casi todas las empresas e instancias de gobierno han liberado Apps que con el paso del tiempo pierden el impulso y dejan de utilizarse.

¿Qué diferencia existe entre una App triunfadora y otra que no lo es?

La utilidad al acceder información remota.

Para que una empresa pueda ofrecer una App que sea un éxito debe permitir que esa aplicación haga uso de los datos que la empresa comparte con el cliente. De lo contrario se tendrá un producto de una sola vía, de primera plataforma.

Antes que desarrolle una App permítanos asesorarlo, un comentario a tiempo podría ser la diferencia entre el éxito y el fracaso.



DESCRIPCIÓN

Los nuevos desarrollos en el cómputo se extiende más allá de una computadora o un sistema operativo, más allá de un uso horario o de una nacionalidad.

Implican el diseño de una interfaz de usuario (**UI**) que se adapte a los diferentes dispositivos, tanto móviles como fijos. Las diferentes pantallas, las resoluciones y la manera de interactuar, sean táctiles, auditivas o tradicionales.

La facilidad que su sistema brinde al momento de usarlo será la garantía de que sus clientes lo empleen, y de que su inversión garantice su retorno.

Además de la utilidad de un sistema o de una aplicación se debe considerar su integración y facilidad de uso. Crear una **UI** útil implica más que un diseño hermoso o un conjunto de datos presentable. Implica entender las necesidades del cliente, sus tiempos y sobre todo las capacidades que dispone el dispositivo que será usado al momento de emplear su aplicación.

Hagamos de la complejidad un evento sencillo.

ANÁLISIS DE **PROCESOS**



DESCRIPCIÓN

El éxito o el fracaso de cualquier nuevo desarrollo depende del análisis correcto del proceso. Y esto no se limita a las empresas incipientes o jóvenes creadores sino que se extiende por todo el espectro creativo.

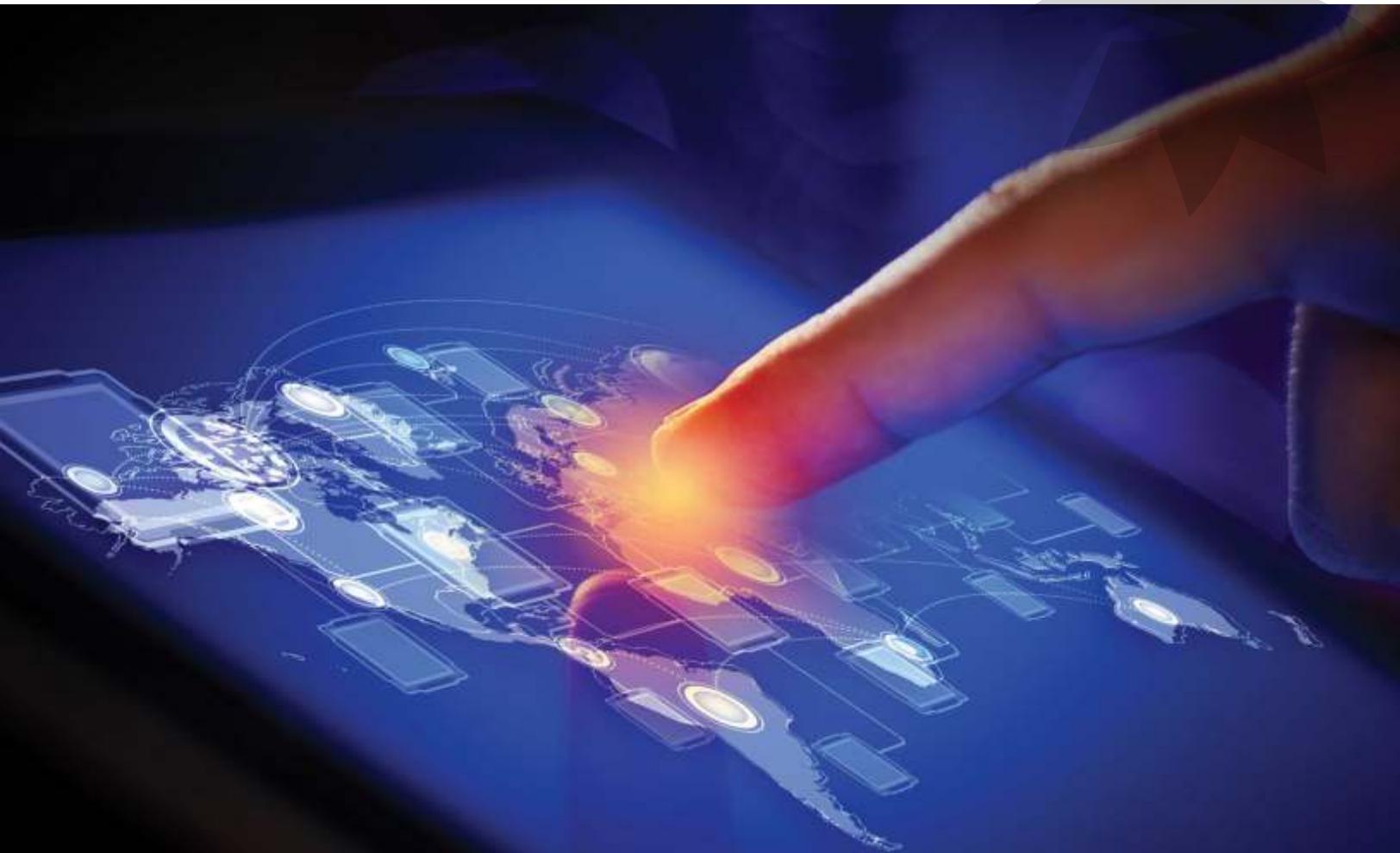
El número de cadáveres tecnológicos que esconden las empresas es enorme. Basta echar un ojo a los productos que empresas como Apple, Google o Microsoft han retirado por no haber hecho una correcto Análisis de Procesos.

Y es que el análisis no se limita a la funcionalidad presente del producto o idea, sino a aceptación que tendrá o a los antecedentes que tuvo.

Una vieja ideas bien implementada puede ser un éxito, y una nueva idea -por revolucionaria que sea- puede ser un fracaso.

Antes de que una empresa decida invertir enormes cantidades de dinero en un proyecto debe analizar todo el espectro creativo, comenzando con la idea mismo y continuando con los dispositivos y el tipo de cliente al que se quiere llegar.

Nuestro experiencia puede serle de utilidad en su nuevos desarrollos.



DESCRIPCIÓN

Durante años la interactividad de la web se limitaba a dos jugadores: AJAX y Flash. Si se trataba de desplegar datos se debía emplear Javascript Asíncrono, y si de audio y video se trataba entonces se debía usar Flash.

Eso fue en la vieja web, la nueva web tiene un potencial que pocas veces es aprovechado.

HTML5 no es solo una propuesta diferente, es un cambio de paradigma en todos los sentidos. Un cambio tan grande que apenas empieza a tener efecto en la creatividad.

La Web Interactiva no se trata solo de animación, audio y videos, tampoco de tablas repletas de datos, la web interactiva es una nueva experiencia perceptual.

Si los navegadores constituían una plataforma independiente ahora se tornan un "proyector de medios" diferente. Superan cualquier conocimiento previo que uno tuviera de la televisión, las revistas y la imaginación. Transforman el mundo digital es una experiencia viva.

GENERACIÓN DE **ALGORITMOS**



DESCRIPCIÓN

La parte medular de los sistemas complejos la componen los algoritmos. Rutinas que hacen la diferencia en el rendimiento y en los resultados finales.

El desarrollo adecuado de éstos proviene del conocimiento íntimo del problema que se desea resolver, así como de una capacidad extraordinaria de abstracción y un manejo pleno del lenguaje matemático en el cual se quieren modelar.

En Akiraco hemos desarrollado cientos de algoritmos durante decenas de años, hemos modelado toda suerte de soluciones en diversos lenguajes. Eso ha conformado una biblioteca de conocimientos basta que nos brinda la capacidad de resolver problemas cada vez más complejos.

La factibilidad de hallar una solución a un problema determinado proviene de la resolución de problemas previos con naturaleza similar.

La complejidad que acarrea la tercera plataforma debe ser resuelta a un costo menor considerando la inversión que se ha hecho en las plataformas anteriores. Platique con nosotros y con gusto lo ayudaremos.



DESCRIPCIÓN

Con la llegada de la tercer plataforma la empresas tienen un nuevo reto: mantener la eficiencia de su modelo de datos ante el cambio global. Migrar sus aplicaciones de 1ª o 2ª plataforma a la tercera. Cosa que no es sencilla debido al paradigma que representa concebir los datos en la nube.

Lo que Akiraco ofrece es una visión unificada. Migrar no es hacer todo de nuevo, es entender los procesos del pasado y adecuarlos al presente, es transformar los descriptores de datos a esquemas SQL, XML o JSON. Es generar los conectores de datos, para pasar a un paradigma FLAT en lugar de uno jerarquico, y rescatar la lógica de los procesos diarios, sin que estos se enteren siquiera que ha cambiado algo.

El costo y dificultad del Y2K palidece ante el reto que representa la tercera plataforma. Si tiene interés en saber más, o ya tomó la decisión y desea hacer más ágiles, y más acequibles sus procesos, póngase en contacto con nosotros y contrate una evaluación. Eso le ayudará a tomar una decisión razonada.

VALOR AGREGADO **DIGITAL**



DESCRIPCIÓN

Cada día son más el número de empresas que ofrecen servicios de valor agregado (VAR), pero a la par de esta oferta viene la saturación de beneficios. Al final es indistinguible la ventaja competitiva entre ellas.

El valor agregado puede ser de diferente naturaleza, un objeto físico, un beneficio fiscal, o un servicio lateral, ya sea en especie o una extensión del producto original.

Con la masificación de dispositivos inteligentes se abre una oportunidad para distinguirse de entre los demás, la razón de esto es la oportunidad de crear productos personalizados y orientados a los valores y características del producto que venden, lo que abre la posibilidad de marcar la diferencia.

Es momento que las empresas se separen de las demás y dicten la pauta.

Si desea saber más permítanos mostrarle algunas soluciones que hemos creado, reviva su producto y marque la diferencia.



DESCRIPCIÓN

La publicidad tradicional, o publicidad "push" se ha empleado durante los últimos 100 años con un éxito casi absoluto. La emplean las empresas productivas "empujando" sus productos a través de los medios de comunicación, sean escritos, auditivos o visuales.

Durante años este esquema fue funcional, de hecho aún lo es. Pero con la llegada de Internet y las redes sociales el esquema se ha multiplicado, a un nivel tal que ha abaratado el mercado, y con ello atomizado o evaporado el mensaje.

Si antes la publicidad era evidente en una revista ahora pasa desapercibida en una mención minúscula en un video por internet o en la parte inferior de un juego regalado.

Es momento de cambiar de paradigma si se quiere superar la atomización del mercado de la publicidad.

De eso trata la nueva estrategia "pull" de permitir que sea el cliente, el usuario, quien solicite publicidad.

¿Desea mejorar sus ventas? Conozca esta nueva estrategia.