

Tematica Software celebró el 11 de noviembre su convención general anual. En el transcurso de la mis-

ma, su director general, Rafael A. Ros, presentó los resultados del ejercicio y la previsión de cierre,

así como el posicionamiento de la compañía y su línea estratégica.

Tematica Software cumple los objetivos trazados en 2009

Los acuerdos que Tematica Software tiene suscritos le reportan un considerable número de referencias

REDACCIÓN, BARCELONA. Con respecto a los resultados del ejercicio y a la previsión de cierre, y pese al difícil momento que está atravesando la economía, Tematica Software alcanzará los objetivos que tenía previstos.

Prácticamente ha mantenido la misma cifra de negocio que en 2008, aunque con una rentabilidad menor, causada, fundamentalmente, por un mayor coste comercial.

El incremento del coste comercial obedece a que, habitualmente, la fuerza de ventas de Tematica Software se desplaza a las ópticas de los clientes que solicitan una demostración de Visual Gesopt consiguiendo cerrar las operaciones en la misma visita o en la siguiente. Sin embargo, a lo largo de 2009 han sido necesarias, en muchas ocasiones, una tercera visita para obtener el pedido.

Los acuerdos que Tematica Software tiene suscritos, prácticamente con todos los grupos y cadenas del sector, le reportan un considerable número de referencias, las cuales se han mantenido, incluso incrementadas, como consecuencia de la expansión de ciertos grupos, y del esfuerzo comercial y de publicidad y marketing que la empresa ha realizado a lo largo del año 2009.

Por ello, aunque la consecución de las operaciones ha permitido cumplir con la planificación de ventas prevista, la rentabilidad ha sido algo menor.

En la asamblea, Rafael A. Ros dio datos que confirman el sólido posicionamiento que Tematica Software tiene en el mercado, signo inequívoco de que su mayor activo es su personal, y también fruto de liderar, año tras año, la innovación informática para óptica.

Asimismo, Ros comentó la satisfacción que supone comprobar cómo la propuesta de valor de Tematica Software va calando cada vez más en un sector que tiende a otorgar más importancia a la innovación y a la competitividad. Elementos estos mediante los cuales las ópticas persiguen el éxito empresarial como un modo de crear valor y fortalecerse en un mercado globalizado.

A los buenos resultados obtenidos por Tematica Software también han contribuido, por un lado, los continuos recursos que invierte en I+D+i, orientados a ayudar a las ópticas a innovar y mejorar sus procesos para ser más eficientes y com-



petitivas, y, por otro lado, el haber sido galardonada como empresa innovadora 2009.

Sobre la estrategia de la compañía, Ros indicó que ésta continuará en la línea de crear nuevos productos y servicios, y optimizar los existentes para que las ópticas usuarias de Visual Gesopt mejoren la propuesta de valor que ofrecen a sus clientes y se diferencien competitivamente para que vendan más y mejor.

En definitiva, la estrategia de Tematica Software pretende que el cliente que entre en una óptica usuaria de Visual Gesopt perciba una atención más eficiente y personalizada.

Precisamente por ello, los principales e innovadores proyectos para 2010, básicamente se agrupan en tres líneas claramente diferenciadas: Mejora de la atención-relación para con los clientes. Para ello, se va a mejorar el CRM y se va a po-

ner en funcionamiento un ambicioso proyecto de formación; consolidación y ampliación de la funcionalidad del sistema de importación de catálogos electrónicos y envío de pedidos telemáticos, creado por Tematica Software y denominado Sistema OL2, suscrito con la mayoría de fabricantes; la presentación, en Expoóptica 2010, del centrador pupilar de última generación, denominado Visual Scan 3D, que introduce importantes ventajas frente al resto de equipos del mercado. ■

*Prácticamente ha mantenido
la misma cifra de negocio
que en 2008*

Más información en
www.optimoda.es