



Salesforce salta al móvil con la compra de Sendia por 12,4 millones

MARIMAR JIMÉNEZ *Madrid*

Salesforce, la empresa que ha plantado cara a gigantes como Microsoft, Oracle y SAP con un modelo de alquiler de aplicaciones a través de la red en lugar de venderlas mediante licencia, efectuó el pasado martes su primera adquisición. Se trata del fabricante estadounidense de tecnología móvil Sendia, por el que ha pagado 15 millones de dólares (unos 12,4 millones de euros) en efectivo.

La compra permitirá a Salesforce hacer una transición sencilla de las más de 60 aplicaciones propias y ajenas que ya tiene disponible en su plataforma AppExchange a equipos móviles como la Blackberry, el Treo de Palm u otros dispositivos que lleven el sistema Windows Mobile. Sendia, que tiene su sede en Santa Mónica (California), tiene 35 empleados.

“La movilización es una tendencia imparable en las aplicaciones de gestión de clientes (CRM), donde Salesforce es fuerte”, explica Enrique Dans, profesor de Tecnología del Instituto de Empresa. “Ahora, con su nueva plataforma AppExchange Mobile quieren democratizar el acceso de las empresas a las

aplicaciones de movilidad, cuyo desarrollo es habitualmente complejo debido a la integración de diferentes tecnologías en rápida evolución que es preciso desarrollar”.

Salesforce nació en 1999, en plena burbuja de las tecnológicas. En estos momentos es el líder en aplicaciones corporativas en el modelo bajo demanda; la compañía tiene actualmente 20.500 clientes repartidos por todo el mundo. Según su presidente, Marc Benioff, esta fórmula está causando el fin del software tal y como lo conoce la mayoría de las compañías y está suplantando al antiguo software cliente-servidor. De hecho, otros fabricantes como Microsoft, Oracle y SAP han empezado a apostar por los servicios web para grandes compañías.

Con el modelo de alquiler de aplicaciones de Salesforce, una empresa sólo tiene que decidir cuántos de sus empleados necesitan acceso a la plataforma y efectuar un pago de 125 dólares por usuario/mes. Ahora, añadir la movilidad costará a los clientes otros 50 dólares extras, salvo para aquellos que tienen contratada la edición ilimitada; en este caso no tendrán coste adicional.