



## NICHO DE MERCADO



El equipo de Visual Tagging, en su laboratorio de la UAB.

## Un software para aumentar la compra por impulso

**Irene García-Arnau.** Barcelona  
 ¿Se imagina estar viendo su programa favorito por Internet, hacer clic sobre un vestido o una corbata que le encante en el video y que la propia página le mande a la tienda online donde pueda adquirir el producto? Este software lo ha desarrollado una empresa de Barcelona. Se trata de la compañía Visual Tagging, una *start up* nacida en la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB) y creada por un grupo de investigadores liderados por los informáticos Xavier Roca y Jordi González.

Los investigadores empezaron a trabajar en el software hace más de tres años, pero no fue hasta hace dos meses, cuando participaron en el Programa Generació d'Idees de la UAB, que Visual Tagging tomó forma y acabó de desarrollar su plan de negocio. "Fue el empuje que necesitábamos para acabar de transformar el proyecto en una empresa real", explica Roca.

Visual Tagging quiere

asociarse con emisoras de televisión o compañías que puedan estar interesadas en aplicar el software en sus videos. "Nosotros no le cobramos a la emisora, que es la que genera contenidos, sino a la tienda de *ecommerce* a la que le mandamos clientes", apunta Roca. Es decir, Visual Tagging se llevaría una comisión por cada venta que su sistema le genere a las firmas. "Se trata, en definitiva, de aumentar la compra por impulso; ver el producto en el video estimula mucho más nuestras ganas de comprarlo", aclara Roca.

Con una inversión de 60.000 euros procedentes de socios, la empresa está participada en un 10% por la UAB, que se llevará *royalties* a partir de las ventas de la compañía. Ahora, la empresa busca un *business angel* con experiencia en el sector que pueda aportar 250.000 euros al proyecto, un dinero que la firma usaría para ampliar el equipo y, sobre todo, para la comercialización del producto.