

La start up asturiana Flame Analytics, foco de atención de importantes grupos inversores

Flame revoluciona la venta tradicional que ya compite en igualdad con el comercio online. Con Flame la tienda tradicional ya mide, analiza y, con ello, mejora al igual que su homóloga online

Conocer al cliente y analizar su comportamiento dentro de los puntos de venta ya es posible gracias a la novedosa herramienta Flame Analytics. Un software revolucionario gracias al cual las tiendas descubren cómo se mueven los clientes, qué compran, cuánto gastan, cuánto tiempo están dentro, si repiten o no, si son hombres o mujeres, su edad, etc. Una información con la que las marcas pueden diseñar sus estrategias y campañas, en base a datos reales y objetivos y así, con Flame, validar su gestión y maximizar la rentabilidad de sus negocios.

Y es que, si la tienda online lleva años midiendo y le va francamente bien ¿por qué no iba a medir la tienda tradicional? Esta fue la pregunta que quisieron responder, allá por 2013, varios ingenieros asturianos y cuya respuesta derivó en la creación del software Flame. El objetivo era claro: el negocio tradicional debe poder competir en igualdad de condiciones con el negocio en Internet y, para ello, tiene que poder medir.

Ahora, casi cuatro años después, tras completar una primera fase de I+D y de confirmar la aceptación en el mercado, Flame ha dado un paso más en su trayectoria y ha cerrado una importante ronda de inversión que ha llegado del grupo Padeinvest y de Leverad.

Conexiones en Silicon Valley

En estos últimos años, Flame analytics ha despertado gran interés tanto en España como más allá de nuestras fronteras. En concreto, ha pulsado con éxito el mercado norteamericano y la meca de la tecnología, Silicon Valley. Allí, Flame atesora magníficas conexiones, desde su paso en 2013 por el Accelerator Program del Spain Tech Center y por el Tech Match, ambos prestigiosos programas tecnológicos a los que sólo acceden las soluciones más punteras e innovadoras.

Flame, validada por los grandes

Hasta el momento son muchos los clientes, nacionales e internacionales, que han validado la solución Flame. Bancos, tiendas de ropa y complementos, perfumerías, supermercados y empresas de telecomunicaciones, entre otras, ya conocen mejor a sus clientes y saben qué está pasando en sus puntos de venta gracias a la analítica proporcionada por esta herramienta.

Ahora es el momento de analizar la viabilidad de nuevas aplicaciones y abordar el desarrollo comercial en nuevos campos. Unos objetivos que ya comienzan a abordarse gracias a esta importante ronda de financiación que Flame ha cerrado.

Datos de contacto:

Lucía G. Ramos

Responsable de Marketing de Flame analytics

984191405

Nota de prensa publicada en: [Gijón, Asturias](#)

Categorías: [Finanzas](#) [Marketing](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>