SUPLEMENTO PRODUCIDO Y EDITADO POR SERVEIS DE COMUNICACIÓ EMPRESARIAL 1060 S.L. RESPONSABLE DE TODOS LOS CONTENIDOS, SERVEIS DE COMUNICACIÓ EMPRESARIAL 1060 S.L. NO COMPARTE NECESARIAMENTE LAS OPINIONES QUE PUEDAN EXPRESARSE EN LOS ARTÍCULOS Y ENTREVISTAS

ESTRATEGIA ECONÓMICA & EMPRESARIAL

Internet & TICs

Día mundial de Internet y las Telecomunicaciones

Edición PDF

MONOGRÁFICO ESPECIAL

info@comunicacionempresarial.net - Tel. 93 265 47 19

www.comunicacionempresarial.net

ENTREVISTA CON DAVID LÁSZLÓ CONHAIM, JEFE DE VENTAS INTERNACIONALES Y DESARROLLO DE MERCADO DE MAPLE

"Sería justo decir que proporcionamos lo mejor en gestión de campañas de publicidad en Facebook y YouTube"

Maple Team, compañía especializada en la planificación de campañas en redes sociales y con sede central en Tel-Aviv, ha puesto su punto de mira en España, donde este tipo de servicios aún no está tan valorado como en otros países. Consolidada en el 2009, Maple ha ganado rápidamente una muy buena reputación ayudando a las agencias de publicidad a conseguir excelentes resultados para sus clientes en sus campañas on-line.

En su cartera de clientes encontramos empresas de gran consumo como Coca-Cola, Microsoft, Visa, Procter & Gamble, Peugeot o grandes agencias de publicidad entre otros, quienes se benefician de un sistema único y hecho a medida. Para garantizar la máxima eficiencia y rentabilidad de la inversión de sus clientes, la compañía ha creado sus propios sistemas de optimización avalados por sus exitosos resultados.

"Buscamos la máxima identificación con el cliente; los objetivos de la campaña se fijan conjuntamente valorando los progresos diariamente, otorgando así al cliente una visión más clara de la campaña". Nuestra avanzada tecnología nos permite no limitarnos únicamente a informar del total de clicks o visitas" asegura David László Conhaim.

-¿Para qué sirve Maple?
Sería justo decir que proporcionamos lo mejor en gestión de campañas de publicidad en Facebook y YouTube. Nuestros clientes reciben su propia interfaz de marca con informes en tiempo real, denominada comúnmente cuadro de control. Esto no es un producto fijo. Está creado para sus necesidades, permitiéndoles hacer un seguimiento del progreso de una campaña e influenciarla según los resultados. Se maximizan los presupuestos a través de optimización experta y los clientes se

Facebook y YouTube proporcionan a los anunciantes formas únicas y efectivas para enganchar al consumidor

sienten satisfechos por nuestra capacidad para responder rápidamente a sus necesidades, tanto estratégicas como técnicas. Finalmente, nuestro negocio no es meramente para proporcionar más clics, más "Me gusta" y más vistas, sino para proporcionar perspectivas del cliente más profundas y métodos de realizar informes.

-En una economía que lucha para salir adelante, ¿cuál es la ventaja de la publicidad online?
Nuestra industria ha disfrutado de un crecimiento año a año de dos dígitos en Europa a pesar de las recientes condiciones económicas. Facebook y YouTube proporcionan a los anunciantes formas únicas y efectivas para enganchar al consumidor. Para el anunciante, estos publicistas ofrecen formas comparativamente asequibles para alcanzar tanto a una gran audiencia como a una audiencia específica. Los anunciantes españoles, como cualquier otro, pueden obtener más rendimiento de sus presupuestos utilizando Maple.

-¿Cómo se las arregla una compañía con productos en tiempo real para proporcionar servicio en zonas horarias diferentes?
Trabajamos 364 días al año y hasta muy entrada la noche por nuestros clientes. Con base en Israel, tenemos tan solo una hora más que España, lo que significa que estamos en nuestros despachos una hora antes, y trabajamos largas horas.

-¿Por qué deberían trabajar con Maple las empresas españolas y no con un competidor doméstico?
Por la revolución de internet. No tenemos que estar situados en el mismo país para proporcionar un servicio estupendo. Nuestros clientes extranjeros están situados en Australia, Norteamérica, Turquía, Sudáfrica y Europa. Tenemos la ventaja de la experiencia internacional. Hemos ganado recientemente negocio en Sudáfrica proponiendo una combinación de publicidad más efectiva para generar "me gusta" en páginas de Facebook. Los clientes quieren el mejor consejo, punto.

-¿Qué clientes buscan en España?
Agencias de medios sociales, agencias de publicidad y también clientes directos. Las agencias descargan su gestión de campañas hacia nosotros y presentan al cliente nuestros resultados como si fueran los suyos. Agencias de publicidad multidisciplinares tienen gente en Facebook y Google que ejecutan campañas, pero aún así todavía realizan campañas a través de Maple.

-A Israel se le ha llamado una nación de nuevas empresas, y muchas de sus exportaciones corresponden a nuevas tecnologías. Algunas tienen éxito, otras no. ¿Es Maple una nueva empresa o un jugador ya establecido?
Maple es totalmente autosuficiente, no está apoyada por capital de riesgo. Tenemos 50 empleados, somos estables y nuestras oficinas se nos han quedado pequeñas. Nuestro éxito no se ha construido por un solo producto y nos hemos creado un nombre en un campo extremadamente competitivo.

-¿Quién está detrás del éxito de la compañía?
El equipo y la tecnología. Nuestro personal está tremendamente comprometida con la innovación, con la construcción de lo que el cliente necesita y con proporcionar el mejor consejo y servicio para mejorar el rendimiento sobre la inversión. Y todo está respaldado por tecnología líder registrada.

-Solo por curiosidad, ¿cuál es la atmósfera en las oficinas centrales de la compañía?
Mayormente trabajamos duro. Pero tenemos dianas de dardos, puestos de refrigerios, cestas de fruta y tostadas al final de la semana. En nuestras nuevas oficinas incluso tenemos una sala de juegos como la de Google.

-Si pudiera llevarse algo de España además de clientes, ¿qué sería?
¿En cuanto a comida, vino o ambos?

www.maple-team.com
Conhaim@maple-team.com

La empresa llega a España

Israel es un país puntero en tecnología a nivel mundial y Maple solo es una de las múltiples empresas que desde allí se han proyectado internacionalmente. Actualmente en vías de expansión por Europa, Suráfrica, Australia y Norteamérica, ve en España una gran oportunidad de negocio en el sector de estrategias digitales para empresas. Mientras que en otros países la notoriedad en la red está asumida hace años cómo una parte más de la estrategia empresarial, en España no fue hasta hace relativamente poco que las empresas han tomado consciencia de su importancia para las ventas y el prestigio.

Especializados en campañas en redes sociales, su expansión ha comportado una apertura a nuevos frentes de actuación convirtiendo Maple Team en expertos de la comunicación y publicidad online en todos los niveles gracias a su continua innovación y adaptación a las necesidades de sus clientes.

Profesionales para el cambio

Eugenio Fontán Oñate
Decano-Presidente del Colegio Oficial de Ingenieros de Telecomunicación (COIT)

Una vez más, hoy 17 de mayo nos unimos a la celebración del Día Mundial de las Telecomunicaciones, que viene conmemorándose desde el año 1969 bajo el auspicio y coordinación de Naciones Unidas. Y es que hoy más que nunca, cuando las Telecomunicaciones se han convertido en parte imprescindible del "modus vivendi" de todos nosotros, queremos aprovechar esta oportunidad para poner de manifiesto la importante labor de los profesionales que ponen en marcha estas infraestructuras de telecomunicación, las más invisibles de las que nos dota la ingeniería, y felicitarles desde estas páginas.

Y es que la nuestra es, como pocas, una profesión ligada al cambio, que se acelera al ritmo vertiginoso en que los desarrollos tecnológicos están transformando la vida de las personas en todo el mundo. En esa continua transformación, las telecomunicaciones se han convertido en un elemento de medida del desarrollo económico y en una palanca indispensable para las economías más avanzadas. Y los ingenieros de telecomunicación venimos acompañando a la sociedad en estos cambios, tratando de ofrecer más y mejores servicios a los ciudadanos, herramientas de modernización y competitividad para las empresas y vías de excelencia y eficiencia en la prestación de los servicios públicos. Y queda mucho camino para seguir avanzando.

El Colegio Oficial de Ingenieros de Telecomunicación (COIT) es plenamente consciente de que representa a agentes imprescindibles para la mejora de la competitividad de la economía, como nos recuerdan los objetivos planteados por Europa para 2020 en el ámbito que nos compete. Por ello, ante el actual panorama económico, queremos reclamar el apoyo empresarial e institucional necesario para que la generación de profesionales mejor formada de nuestra historia, pueda aportar su esfuerzo y soluciones eficaces a la actual coyuntura, de la que estamos convencidos que solo saldremos anteponiendo el conocimiento y la profesionalidad.

Es necesario que en esa vorágine de cambios los empresarios sean capaces de orientar sus negocios hacia el crecimiento. Queremos empresas sólidas, competentes, pero también empresas responsables y generadoras de riqueza y de empleo de alta calidad. Queremos que nos ayudéis a potenciar el desarrollo profesional de nuestros jóvenes porque entre todos debemos encontrar las mejores fórmulas para aprovechar su talento y su poder como motores de cambios disruptivos.

Es necesario un replanteamiento de las prioridades que permita asignar recursos en aquellos elementos que generan riqueza para el país y que nos hacen avanzar unidos en un solo camino: transformar nuestro modelo económico. Quien innova, quien es competitivo, quien genera riqueza y empleo de calidad debe ser merecedor también de las máximas facilidades.

Asistimos a la paulatina globalización de la profesión y animamos a nuestros profesionales a completar su bagaje profesional con este ejercicio, pero también manifestamos, como la única institución de derecho público representativa de la profesión a nivel estatal, que será preciso que las empresas y la Administración propicien las condiciones necesarias para que podamos retener tanto talento, porque la demanda de profesionales como los que representamos desde este Colegio no debería dejar de crecer en los países más solventes. Desde el COIT continuaremos velando por su pleno desarrollo profesional y lo hacemos con especial énfasis hacia los más jóvenes, con quienes la sociedad española debería tener un especial compromiso. Ellos buscarán la mejor manera de sentirse realizados y considerados profesionalmente en cualquier rincón del mundo. Trabajaremos para que aporten su excelencia a la creación de riqueza.

El Colegio tiene un mandato constitucional y una responsabilidad con los profesionales que representa y con la sociedad. Por ello, a través de los Grupos de trabajo, integrados por ingenieros especialistas en cada área, aporta su saber técnico en el asesoramiento a la Administración a todos los niveles y colabora con empresas y universidades. Estos grupos se articulan en áreas de trabajo tan importantes como la elaboración de documentos y ponencias sobre políticas públicas y regulación, la gestión del espectro radioeléctrico, el fomento del emprendimiento, el ejercicio libre profesional, el análisis de nuevas actividades profesionales y sus habilidades asociadas, el emprendimiento, la promoción del empleo de calidad para los jóvenes, etc. Grupos en constante crecimiento, que gracias a su amplia experiencia y rigor participan activamente en algunos de los más importantes retos de las telecomunicaciones en nuestro país, como ha sucedido recientemente en la gestación de la Agenda Digital Española.

Una actividad que se refuerza con intensas acciones de difusión como la publicación de informes, la celebración de jornadas y seminarios y el diseño de un plan de formación para profesionales que permite a los ingenieros contar con los últimos conocimientos en materia de telecomunicaciones en todos los ámbitos.

Creemos que la función social de este Colegio le hace, hoy más que nunca, ser un actor consistente y necesario en el panorama de las telecomunicaciones, porque en esta coyuntura no deben faltar las voces independientes, y nosotros, por nuestra propia idiosincrasia lo somos. Ajenos a intereses políticos y económicos aportamos el saber técnico de nuestros profesionales en todas las áreas y dedicamos nuestro esfuerzo para que el trabajo de nuestros profesionales se desarrolle en parámetros de calidad que lo hagan útil al interés general. Nos tenéis a vuestra disposición en nuestra sede en Barcelona (www.coetc.net) para lo que podamos ser de utilidad a estos fines, que me consta son compartidos.

colegio oficial
ingenieros de telecomunicación

www.coit.es - www.coetc.net

ENTREVISTA CON RICARD CASTELLET Y RAFAEL LÓPEZ RIVERA, DE LA ASSOCIACIÓ CATALANA DE PÈRITS JUDICIALS TECNOLÒGICS

"Ponemos la tecnología al servicio de la verdad"

Un perito tecnológico puede ser de gran importancia en muchos supuestos de la vida diaria. Por ejemplo en una negociación entre empresas, en una demanda laboral, en un concurso de acreedores, en una querella por daños, en una reclamación civil, etc. La ACPJT, especializada en Informática y Tecnología, agrupa los profesionales de las TIC's (Tecnologías de la Información y la Comunicación) que han hecho de la pericia una profesión y se les da la cobertura necesaria para su desarrollo laboral. Desde la asociación impulsan la definición de estándares, la difusión de la normativa vigente y la utilización de las herramientas más avanzadas al servicio de la probática.

-¿Qué puede ser objeto de un peritaje tecnológico?
Entre otros, los correos electrónicos y cualquier documento que son validados en su formato digital (¿recibe amenazas, calumnias?, ¿se acordó algo por correo?, navegación por internet (¿sus empleados navegan cuando no toca o por lugares poco recomendables en horas de trabajo?, a nivel personal, ¿acoso en adultos y menores?), revisión de ordenadores. "¿Puede ser que su portátil esté infectado con un "troyano"que roba su información y reenvía sus datos?", disputas empresariales (¿su proveedor de hardware/software no ha cumplido con el contrato?, caídas de servicio (¿quiere reclamar a su proveedor de servicios TIC porque ha estado varios días sin servicio?), el histórico del web (¿quiere demostrar qué decía una página web en un día determinado?), ¿robo de documentación o copia de software? ¿sufre ataques o violaciones de integridad en su redes, maquinas o sistemas?

-¿Qué tipos de perito existen?
El Perito Forense Informático y Tecnológico, cuyo objetivo principal es el de obtener información y evidencias de los "bits" que se encuentran en los dispositivos físicos de almacenamiento o virtuales en las redes que intervienen en la interacción de las personas con los sistemas; el Perito de Gestión o Management, cuyo objetivo principal es la obtención de las evidencias del correcto cumplimiento de las responsabilidades contractuales asumidas por las partes por corresponder a los niveles de calidad, responsabilidad y servicio que se asumen tácitamente en el proceso de contratación;El Perito Mediador Tecnológico, que realiza la mediación en el terreno Civil y Mercantil en aquellos temas en los que existe un fuerte componente de negocio o de tecnología basado en las Tecnologías de la Información u otras tecnologías afines o avanzadas.. Finalmente,. el

Perito Tasador por su parte es un especialista cuyo objetivo es valorar o bienes tangibles o intangibles

-A parte de los servicios convencionales, ¿qué otras actividades desarrollan?
La Asociación imparte también formación sobre la profesión, tanto con clases presenciales como distancia, charlas divulgativas, etc. Tenemos firmados numerosos convenios con organismos, instituciones, asociaciones profesionales y empresas. De la misma manera participamos en ferias, congresos y simposios nacionales e internacionales. Ejercemos nuestras funciones en todo el Estado español.

www.acpjt.cat - T. 900 834 953

Servicios de la ACPJT a nivel estatal

- Asesoramiento, gratuito y sin compromiso, sobre las posibilidades periciales de un asunto, evaluación de una situación.
- Orientación técnica inicial para asegurar la prueba.
- Selección del profesional más apropiado para cada caso (titulado y miembro de la ACPJT).
- Coordinación de profesionales (ingenieros, informáticos, notarios, ...) en temas complejos.
- Interlocutores con amplios conocimientos jurídicos (civil, penal, laboral, procesal, ...).
- Supervisión de los resultados (posibilidad de visar los informes).
- Informes de Viabilidad y Auditorías Internas, dictámenes Judiciales y Extrajudiciales.
- Sesiones "in company" de formación especializada para bufetes.
- Diagnóstico de Seguridad Informática para despachos profesionales.

Próximo **6 de junio**, coincidiendo con la feria **BizBarcelona**

MONOGRÁFICO ESPECIAL

Negocios, franquicias & emprendedores

Publicidad: info@comunicacionempresarial.net

ENTREVISTA A ELOY Y JORDI ORTEGA, SOCIOS FUNDADORES DE TCMAN

"La tecnología es clave en la rentabilidad de los servicios de mantenimiento de cualquier organización o empresa"

En 1991, Plásticos Tatay fue el primer cliente que utilizó GIM, un novedoso software especializado en la gestión de activos y su mantenimiento. 22 años después de aquel proyecto a medida, la empresa española que lo creó, TCMAN, ofrece soluciones a más de 1.400 empresas –con más de 50.000 usuarios- y tiene una presencia internacional en 21 países de cuatro continentes. Con oficinas propias en España, México y Perú y distribuidores en otros cinco países, sus fundadores, Eloy y Jordi Ortega, nos explican cómo ayudan a cualquier empresa, sea cual sea su tamaño o actividad, a ser más eficiente en sus tareas de gestión de activos y mantenimiento.

-¿Cuál es la actividad principal de TCMAN?
Se trata de un software multiplataforma (Cliente Windows, Web, App Android y W.Mobile), escalable (tenemos clientes con 1 usuario y otros con más de 5.000 trabajando sobre la misma aplicación) y que cubre todas las necesidades relacionadas con la gestión de los activos y su mantenimiento. Hay empresas en las cuales esta es su tarea principal e incluso única, en otras es una parte de su actividad. Con GIM hacemos que toda esta tarea sea ágil, dinámica y que se convierta en un valor añadido, y no en una carga o un lastre.

-¿Y cómo revierte ese software en servicios y beneficios para el cliente?
Por un lado, ofrecemos toda la cadena de valor, desde la creación del software hasta el alojamiento de las aplicaciones, pasando por la ayuda a la implantación, reingeniería de procesos, integración con otras aplicaciones (ERP, SCADA), etc. Debido a ello, somos capaces de dar la mejor solución en cada una de las partes clave de la función, gestión y organización del mantenimiento, responsabilizándonos de todas ellas o de las que el cliente demande. Por otro lado, nuestros clientes tienen como interlocutores a ingenieros de desarrollo y de implantación, conocedores profundos de sus necesidades. Y por otra parte, nuestro software es una solución muy avanzada, tanto en lo funcional como en lo técnico. Incorporamos algoritmos avanzados para que la productividad y eficiencia sean las más altas, y aprovechamos las últimas novedades de hardware.

-¿Y en cuánto a ahorro?
Los ahorros son enormes; pueden llegar a ser del 30% el primer año, y el ROI muy rápido, en menos de seis meses. Por ejemplo, en empresas de servicios de mantenimiento con personal con movilidad, el hecho de conocer instantáneamente el estado de los trabajos, la posibilidad de asignar y desasignar órdenes de trabajo e incidencias en función de la prioridad, de la ubicación del operario, de la criticidad del cliente, etc. mejora la eficiencia de la plantilla. Igualmente, a estos operarios con movilidad, les elimina la dependencia de tener que ir diariamente a la oficina, de tener que disponer de la información en papel (en sus dispositivos móviles pueden acceder a toda la información y ser completamente autónomos)...

> Damos toda la cadena de valor, desde la creación del software hasta el alojamiento de las aplicaciones

-¿Cómo ha evolucionado su software?
Creamos la primera versión para Plásticos Tatay en 1991 y ya van por la v8.8, y junto a él, tenemos más de 1.400 clientes con más de 50.000 usuarios. Es un software en continuo crecimiento, cambio y adaptación acorde con las necesidades del cliente y a su trabajo. Por eso, en las nuevas versiones hemos apostado por tener herramientas de movilidad sin necesidad de cobertura continua, que hacen que el trabajo en movilidad sea realmente eficaz y también disponemos de una herramienta *Business Intelligence* muy intuitiva y potente para el análisis de la información y ayuda a la toma de decisiones.

> Nuestros clientes saben que un servicio de mantenimiento mal gestionado puede detener la actividad de una empresa durante horas con el consecuente coste económico

-Ustedes también señalan que GIM no es un ERP…
GIM por sí mismo realiza muchas funciones habituales de un ERP como compras, gestión de almacenes, de operarios, de contratas, facturación... De todas maneras, cuando el cliente ya dispone de un ERP o de herramientas dedicadas a estas funciones, integramos GIM en sus procesos para que cada usuario trabaje sólo con una aplicación y que esta sea la más eficiente en su tarea.

-¿Y la demanda de sus clientes?
Por el lado cliente, inicialmente la demanda era, sobre todo, de plantas de producción y empresas de servicios de mantenimiento, de tamaño mediano y grande. Posteriormente fue extendiéndose a empresas de cualquier sector (hoteles, ayuntamientos, flotas de vehículos) y de cualquier tamaño. Lo que se mantiene es la demanda de nuestros clientes que saben que un servicio de mantenimiento mal gestionado puede detener la actividad de una empresa durante horas con el consecuente coste económico

> TCMAN tiene voluntad de internacionalización desde su creación

-¿Mantienen su vocación de expansión internacional?
TCMAN tiene voluntad de internacionalización desde su creación, inicialmente en países latinoamericanos pero actualmente en otras zonas, como el sudeste asiático e India. En México y Centroamérica vamos de la mano de nuestro partner mexicano, Prolog, con quien tenemos una relación muy cercana y planes de expansión conjuntos. Nuestra intención es incorporar a nuestro portafolio de España las soluciones de Prolog en logística y telemática aplicada a vehículos. En Perú disponemos de una oficina propia completa, con desarrollo, comercialización e implantación. Inicialmente sólo pretendíamos desarrollar allí una parte de nuestro sistema, pero vistas las perspectivas de crecimiento de la zona, desde hace ya un año realizamos tareas comerciales allí, con bastante éxito hasta el momento. Tenemos representantes locales en Chile (Addplus) y en Colombia (Aceuve), con quienes esperamos crecer en estos países, donde ya tenemos varios clientes importantes. De la mano de Indra, con quienes colaboramos con su departamento de tráfico vial y marítimo, también estamos llegando a varios países en los cuales no disponemos de representación propia, como por ejemplo EE.UU.

> Tenemos más de 1.400 clientes con más de 50.000 usuarios

-Hace dos años anunciaron que comenzaban a trabajar para la cadena Walmart en México. ¿En qué punto se encuentra este proyecto?
Walmart, junto con Grupo Ferrovial, es actualmente nuestro mayor cliente. Con GIM realizan la gestión del mantenimiento de más de 1.000 establecimientos dentro de México (tiendas de descuento, supermercados, 'bodegas', hipermercados, clubes, tiendas de ropa, y banco), además de las fábricas elaboradoras de alimentos y la gestión de los almacenes de recambios. GIM es la piedra angular de su gestión, desde donde los proveedores gestionan sus facturas, se organiza la carga de trabajo global, se gestionan los activos, etc. Ha sido un desarrollo muy intenso, con personal de TCMAN en las dependencias de Walmart en México DF durante varios meses. Esperamos acceder a más países dentro de su estructura y acceder a nuevos ámbitos de su negocio.

www.tcman.com

Clientes de todos los sectores y tamaños

Entre los clientes que han disfrutado del software de gestión de activos y su mantenimiento destacan:

Plantas de producción:
Mercedes-Benz, KAO, Miquel y Costas, Plásticos Tatay, Grup Alimentari Guissona, Coty, Eurocopter, Lincoln Electric, Font Vella, ICT, SPB, Air Liquide, Linde, Messer, Air Products, etc.

Infraestructuras:
Walmart, Sun Edison, Vodafone Portugal, Fund. Pere Tarrés, Nokia Siemens Networks, Dimetronic, ATLL, Agbar, Alcampo, ICS, Servicio Andaluz de Salud, USP-Quirón, Sergas, La Caixa, Aj. de Mollet, Aj. de Reus, Four Seasons, Hoteles El Fuerte, Hoteles Silken, Hoteles Expo, Univ. de Oviedo, Univ. de La Rioja, Univ. de Zaragoza, Senado, etc.

Empresas Mantenedoras y de servicios:
Ferroser, Indra, Cofely, Eiffage, Sogesa, Agenor, Sades, Mantotal, Macosa, Aldesa-Concentra, Eulen, Tecni Fred i Clima, IJT, etc.

Flotas de vehículos:
Urbaser, EMT Palma, DBus, Tuvisa, Aucorsa,etc.

ENTREVISTA CON JORDI FONT, DIRECTOR DE LA DELEGACIÓN DE BARCELONA DE SARENET

"Las ventajas de los servicios Cloud para los clientes son evidentes en cuanto a ahorro, flexibilidad, y escalabilidad"

SARENET es el operador de voz y datos especializado en empresas con mayor experiencia de cuantos operan en España. Su éxito reside en su capacidad de adaptarse a las necesidades de sus clientes y del mercado, manteniendo inalterables sus ejes estratégicos de calidad superior, así como una clara orientación al cliente y un soporte técnico experto. La exigencia del mercado obliga a una reinvención diaria y SARENET evoluciona constantemente para ofrecer el mejor servicio, lo que se demuestra con el alto grado de fidelidad de sus clientes.

-¿Cuál ha sido la apuesta de SARENET en Catalunya y la evolución de la oficina de Barcelona?
Catalunya siempre ha sido importante para nosotros; tenemos clientes históricos que así lo demuestran. Pero el paso más importante se dio en el año 2006 con la apertura de la oficina de Barcelona, que significó un punto de inflexión. Podemos decir que la apuesta valió la pena ya que hemos triplicado la facturación desde entonces, con crecimientos del 20% en los últimos años y ya representamos el 6% de la facturación total de Sarenet, superando el millón de euros en 2012.

-Cite someramente los servicios que ofrece SARENET a sus clientes.
Somos un proveedor de voz y datos especializado en empresas, dando respuesta a todos los servicios de Internet: Por un lado, Soluciones de Redes. SARENET está particularmente especializada en ofrecer soluciones para la interconexión de empresas con varios centros de trabajo, ofreciendo cobertura y calidad de servicio sobre cualquier tecnología, desde un simple ADSL pasando por enlaces simétricos, enlaces de Fibra, cable-módem y tecnologías inalámbricas (LTE, WiFi y 3G). Esta diversidad de "caminos" nos permite ofrecer soluciones redundadas sin un punto común de fallo, y el QoS nos permite garantizar el buen funcionamiento de la Voz IP que incluyen nuestras redes.

Por otro lado, están los servicios de Data Center. Podemos albergar páginas web, ser un CPD de respaldo, o alojar equipos y aplicaciones: servidores de correo y FTP, Bases de Datos, CRM, ERP, copias de seguridad...Todo ello utilizando servidores compartidos o dedicados, alojando la propia plataforma tecnológica de los clientes, o soluciones de Cloud.

-¿Qué les diferencia de la competencia?
Somos una empresa claramente orientada a la satisfacción del cliente, desde el asesoramiento inicial en la preventa, hasta la instalación y un excelente soporte postventa. Somos una alternativa a las grandes operadoras, donde nuestros clientes valoran nuestra flexibilidad, eficiencia y la atención personalizada. El servicio preventa y postventa que proporcionamos a nuestros clientes es un eje estratégico y diferencial de nuestra oferta. Siempre habrá alguien dispuesto a vender más barato, nuestra diferenciación es por servicio.

-Del mismo modo, ¿cuáles son las demandas que les hacen?
Precisamente por esa confianza que generamos en nuestros clientes, lo que nos solicitan es que nos ocupemos de sus servicios críticos de Internet, para que ellos puedan dedicarse a su negocio. Digamos que al final se convierte en una relación de "Partners" más que de cliente-proveedor. Por eso mantenemos en cartera muchos clientes que llevan con nosotros más de 10 años, y que se han convertido en nuestros principales prescriptores.

-Los servicios Cloud parecen ser claves en la oferta de cualquier ISP. ¿Cómo lo hacen desde SARENET?
Las ventajas de los servicios cloud para los clientes son evidentes en cuanto a ahorro, flexibilidad, y escalabilidad, al poder asignar recursos de capacidad de procesamiento, memoria y almacenamiento en disco según se requieran, y pagar solo por lo que se use.

En cuanto a nuestra oferta, podemos mencionar que Sarenet asigna cores físicos dedicados a cada cliente, frente a otras propuestas de la competencia que asignan cores virtuales con capacidad de procesamiento compartida entre varios clientes. Además, utilizamos para el almacenamiento discos SSD (discos de estado sólido) que permiten muchas más prestaciones que los discos más tradicionales SAS. Y las plataformas Cloud de Sarenet se basan en soluciones de software de código abierto (gratuito) de forma que los clientes de Sarenet no tienen que afrontar el pago de costosas licencias, tal y como ocurre con otros proveedores.

-¿Con qué nuevas infraestructuras cuentan?
Durante este último año y medio hemos aumentado e invertido notablemente en infraestructura. Principalmente en dos vertientes; la de capilaridad de red de acceso a través de nuevos acuerdos de intercambio con operadores nacionales e internacionales, y la inversión en infraestructura para nuestros servicios Cloud y nuestras instalaciones en los Centros de Datos.

-¿Cuáles son los planes de futuro de SARENET?
Nuestra apuesta de futuro es principalmente la de seguir creciendo y adaptándonos a las exigencias del mercado, manteniendo la excelencia en el servicio a nuestros clientes.

Ser el único ISP independiente de tamaño medio, con nuestra capacidad de adaptación y solvencia financiera, nos permiten ser optimistas a la hora de afrontar los futuros retos.

www.sarenet.es

ENTREVISTA CON MARIO PUIG, DIRECTOR GENERAL DE TECSENS

"En tiempos de crisis, no invertir en seguridad de la información te sale caro"

Tecsens nace en el año 2007 como evolución de una aventura empresarial anterior que vendía servicios de una operadora de fibra óptica, al identificar nuevas líneas de negocio complementarias. Inicialmente la compañía estaba enfocada en servicios muy concretos de infraestructura tecnológica, como centralitas, gestión de "firewalls", o "Hostings". Posteriormente evolucionó hacia modelos de infraestructura como servicio, donde el componente que supone pagar por usar, por ejemplo, es fundamental para proporcionar flexibilidad en el actual entorno de incertidumbre. Como nos comenta su director, Mario Puig, "desde el 2007 hasta ahora ha habido cambios muy significativos en el mundo de los servicios de tecnología y también en la manera de comercializarlos que requieren de mayor cercanía, de ahí que, por ejemplo, decidiéramos crear un canal de partners".

-¿Qué servicios se ofrecen en Tecsens?
Básicamente son servicios de infraestructura que pretenden mejorar la seguridad de la información, en cuatro categorías según el ámbito: Networks, Servicios Cloud, Voice, y, naturalmente los propios de la Consultoría IT.

Los servicios de Networking están orientados a gestionar la seguridad de las comunicaciones entre sedes para el traspaso de información, lo cual está adquiriendo en los últimos años una importancia capital. Muchas empresas no confían en el traspaso de información a través de Internet, ya que es una red pública y requieren de redes privadas. Además, ofrecemos Servicios Cloud, que son todos aquellos servicios de computación -aplicaciones, plataformas o sistemas- a los que se accede desde cualquier lugar, a través de conexiones dedicadas o a través de Internet, en cualquier momento, (porque están disponibles 24 horas) y en modalidad de pago por uso. Un buen ejemplo serían nuestros servicios de Backup as a Service (BaaS). En cuanto a los servicios de voz en telefonía fija, ofrecemos centralitas telefónicas diseñadas para prestar servicios de comunicación de video y/o voz a través de redes de datos IP así como también su evolución, el Cloud Telephony, que consiste en trasladar el cerebro de la telefonía IP a un Datacenter, y así compartir de forma eficiente la infraestructura. Finalmente están los servicios propios de IT Consulting, mediante los que asesoramos sobre la gestión de la tecnología en las empresas, seleccionamos las soluciones más adecuadas, optimizamos costes en tecnología, negociamos con sus proveedores, etc. En tiempos de crisis, las empresas deben escoger cuidadosamente aquellas soluciones que les protegen frente a fallos en la seguridad de la información. Lo contrario, puede salir muy caro.

-¿Cuáles son sus valores añadidos que les distinguen de otra consultorías tecnológicas?
Nuestros valores diferenciales son, en primer lugar, la experiencia, ya que disponemos profesionales que llevan 20 años en el mercado; también es fundamental la proximidad con el cliente (de aquí la aproximación mediante partners), el saber entender cuáles son los aspectos del negocio que impactan sobre la tecnología o viceversa, y, por último, colaborar con los mejores fabricantes ya que te permite proporcionar las mejores soluciones disponibles en el mercado con total garantía.

-¿Cuál es el perfil de sus clientes?
Nuestro perfil de clientes es muy variado, aunque siempre se trata de empresas de tamaño mediano, cuyos sistemas informáticos son vitales para su actividad. Por poner algunos ejemplos concretos, son clientes nuestros: Europastry, una multinacional catalana de bollería, BigBank, una empresa de servicios financieros, Viajes Costavisión, una agencia de viajes, etc.

-¿Cómo puede una empresa hacerse partner de Tecsens y qué ventajas le puede aportar?
Lo mejor es contactar con nosotros a través de la web e identificar qué tipo de servicios de los que ofrecemos pueden serles útiles. A consultorías de negocio y empresas del sector TIC en general les ofrecemos complementar su gama de productos y servicios con los que ofrece Tecsens, e ir al mercado de forma más eficiente, ya que tenemos experiencia previa en algunas zonas, de lo cual se pueden aprovechar nuestros partners, y a fabricantes de equipos, software o soluciones tecnológicas, les ofrecemos integrar sus productos en nuestras soluciones.

-¿Cuáles son las perspectivas de la compañía a medio plazo?
Ahora estamos en una fase de consolidación en el mercado español pero también tenemos intención de salir al extranjero. Lo más importante para nosotros es establecernos en ubicaciones remotas más allá de nuestras fronteras (aunque ya estamos prestando servicios en Colombia, Perú o Japón). Actualmente estamos discutiendo cuál será nuestra próxima sede fuera de España.

www.tecsens.com

ENTREVISTA A IGNACIO PÉREZ DOLSET, FUNDADOR DE U-TAD, EL CENTRO UNIVERSITARIO DE TECNOLOGÍA Y ARTE DIGITAL

"El momento digital que estamos viviendo es solo la punta del iceberg de lo que está por llegar en lo que a nuevos modelos de negocio se refiere"

La coyuntura actual ofrece también nuevas oportunidades y retos a los que se puede hacer frente con la ayuda de una formación específica y bien orientada. Ignacio Pérez Dolset, fundador de U-tad, el Centro Universitario de Tecnología y Arte Digital, comparte las claves para encarar un presente digital repleto de ventajas tanto para las empresas como para los profesionales.

-¿Cuál es la filosofía de un centro pionero en la formación para profesiones de la economía digital?
U-tad es el Centro Universitario de Tecnología y Arte Digital, especializado 100% en la formación de las tres grandes áreas asociadas a la cadena de valor de los contenidos y de la economía digital: el digital business, la ingeniería y el arte y diseño visual. Se trata de una institución única en nuestro país orientada a la formación de profesionales especializados en la industria digital del presente y del futuro.

-¿Cuáles van a ser los sectores sobre los que se establezcan las nuevas oportunidades laborales?
Podemos afirmar que el presente es digital y está ofreciendo nuevas oportunidades profesionales en múltiples sectores, no hay que olvidar que la economía digital es un sector transversal al resto. Disciplinas como la gestión de negocios en entornos digitales, el Cloud Computing, el Big Data o la Gamification, están actualmente evolucionando los modelos de negocio tradicionales y, en consecuencia, necesitan especialistas y profesionales capaces de adecuar las estrategias de las empresas a estos nuevos condicionamientos de cara a su competitividad.

-¿Son las empresas conscientes de los desafíos que implica esta revolución digital?
El momento digital que estamos viviendo es solo la punta del iceberg de lo que está por llegar en lo que a nuevos modelos de negocio se refiere. Las empresas que sepan cómo adecuar sus estrategias al ecosistema digital serán las que tengan una mayor competitividad en los mercados de ahora y en los del futuro. Hablamos de integrar nuevas metodologías basadas en canales digitales en auge como el Mobile Business o las herramientas que permiten generar una Experiencia Digital plenamente satisfactoria para los anteriormente denominados clientes, que pasan a ser usuarios. Se trata de estrategias y procesos que mejoran de forma considerable el retorno de la inversión de las compañías.

-Siendo la institución educativa referente en el ámbito de la economía digital, ¿van a realizar alguna actividad para festejar el Día de Internet que se celebra hoy?
Internet es la principal fuente de acceso a los contenidos digitales. Sin ir más lejos, según datos de comScore, más de 25 millones de usuarios

se conectaron a Internet en España durante el pasado mes de marzo. Con cifras como ésta, y conscientes del enorme potencial de desarrollo en este ámbito, hemos querido celebrar el Día de Internet con un Open Day en nuestro Campus centrado en tendencias, retos y desafíos de la economía digital. El evento reunirá a los mejores expertos en las áreas del Digital business, la Ingeniería orientada a los contenidos digitales, y el Arte y el diseño visual, para compartir inquietudes en torno al nuevo paradigma a través de diferentes mesas redondas simultáneas centradas en diferentes aspectos de la economía digital.

www.u-tad.com

ENTREVISTA A ACKSTORM, EXPERTOS EN LA GESTIÓN DE SISTEMAS DE ALTO RENDIMIENTO

"¿Cómo *estar en las nubes* sin perder el control de tu negocio?"

El concepto Cloud no es realmente una novedad desde el punto de vista tecnológico. Es básicamente una forma diferente de contratar los servicios informáticos, que permite pasar de una inversión en recursos dedicados a un modelo de servicio donde se paga sólo por lo que se utiliza. ACKSTORM, con una larga experiencia en la consultoría IT presenta ECmanaged, una solución a las deficiencias de los famosos servicios en la nube.

-El Cloud está de moda. ¿Qué modalidades ofrecen?
Según lo que se contrate, encontramos diferentes modalidades: *SaaS* (Software as a Service) para aplicaciones finales, *IaaS* (Infrastructure as a Service) para servidores virtuales o *CaaS* (Communication as a Service) para comunicación de VoIP o videoconferencia, entre muchas otras.

-¿Y qué aportan los servicios de Cloud?
El gran aporte del concepto Cloud es la flexibilidad, el poder disponer de lo que se necesita en cada momento y pagar sólo por el uso real. Este es un aspecto especialmente valorado en el entorno de crisis en el que nos encontramos.

-Parece que todo son ventajas.
Bueno, no todo. El Cloud ofrece muchas ventajas pero también tiene sus defectos, como la falta de control y transparencia que muchas veces encontramos en este tipo de servicios.

Para dar este servicio los proveedores han tenido que hacer grandes inversiones en infraestructura y sin embargo los clientes sólo pagan por lo que usan (y cada vez menos, debido a la guerra de precios que hay en el mercado). Para poder amortizar la inversión, el modelo de negocio del Cloud únicamente se sustenta con grandes volúmenes de clientes. Y el resultado es que la calidad de la atención

al cliente se ve seriamente afectada.

-Y este es el problema que quiere solucionar ECMANAGED?
Sí. La mayoría de proveedores de IaaS no pueden dar un servicio de soporte cercano y de calidad. Lo que aporta ECmanaged son herramientas fáciles y potentes que permiten a los usuarios controlar sus sistemas y sacarles el máximo rendimiento.

-Eso suena bien.
Gracias, eso esperamos. Hemos invertido más de dos años en el desarrollo de ECmanaged, y creemos que nos permitirá compartir nuestra experiencia en la gestión de infraestructura y sistemas IT.

-¿Y qué hace exactamente esta aplicación?
ECmanaged es una herramienta de gestión de Cloud, que permite utilizar múltiples proveedores de infraestructura de una manera unificada (Amazon, Rackspace, Linode, etc.), y facilita el despliegue, la automatización y el control de los sistemas. Después de la puesta en marcha, ECmanaged es una potente herramienta de control. Realiza una monitorización completa del funcionamiento y, a partir de esa información, ejecuta acciones automáticas de mantenimiento como aumentar los recursos disponibles frente a incrementos de demanda (autoescalado) o reiniciar aplicaciones en caso de incidencias. En resumen, ECmanaged facilita la labor de la gestión de sistemas e incrementa la disponibilidad y el rendimiento de los sistemas informáticos.

-¿Y a quién va dirigida esta aplicación?
A cualquier empresa que quiera utilizar los servicios de Cloud (*IaaS*) pero que la falta de control le suponga un freno. Nuestro mercado potencial es mundial, aunque inicialmente el lanzamiento es a nivel europeo.

info@ecmanaged.com
www.ecmanaged.com
www.ackstorm.es

BUSSAP CONSULTING
Solucions fiables, escalables i sempre fidels a les millors pràctiques
Consultoria SAP - Business Intelligence - Formació
www.bussap.es
info@bussap.es
93.477.08.94

ENTREVISTA A JORDI CASTAÑÉ, DIRECTOR DE LA LLUCANA, *LIVE VIDEO STREAMING SERVICES*

"La tecnología *Live Video Streaming* y la televisión IP son el futuro de Internet"

Una conexión a Internet es lo único que se requiere para ser un espectador global y ver en directo, a través de cualquier dispositivo y con una imagen de calidad – incluso de alta definición-, un acontecimiento que ocurra en cualquier parte del mundo. Esa es la especialidad de La Llucana, una empresa que une a este componente tecnológico una experiencia de más de 25 años en la producción audiovisual.

-¿Quién recurre a los servicios de Live video Streaming?
Todas aquellas empresas, organizaciones e incluso particulares que realizan un evento y quieren compartirlo a través de la red en directo con una producción, imagen y realización de calidad.

-¿Qué tipo de eventos se transmiten?
Pueden ser *showrooms* de producto, desfiles de moda, conciertos, acontecimientos deportivos- como los partidos de futbol de la selección española que siguen millones de personas vía streaming en directo, o eventos para unos pocos centenares o miles de persona como congresos mundiales muy específicos, jornadas, convenciones, cursos de formación, ruedas de prensa, actos culturales etc...

-¿Cómo funciona el Live video Streaming?
El primer paso es recoger la imagen en HD, ya sea a través de una cámara, varias cámaras o una Unidad Móvil de TV. Después la imagen se codifica en alta calidad, con encoders Broadcast, permitiéndonos realizar hasta 3 bitrates bajo el estándar H.264. Un software propio *Codistream*, elaborado por nuestro socio tecnológico Multistream gestiona y controla nuestro streaming. Una vez codificada la imagen se sube vía internet (adsl, fibra óptica, satélite, 3G o radioenlace) al servidor CDN (que ofrece nodos de conectividad hasta 10Gbits/s con capacidad de conmutación de 20Gbits/S, basando su garantía de distribución en la red de fibra de Telia Sonera, una de las más grandes del mundo) . Y por último una vez en el servidor ya se puede visualizar en multiplataformas (Android, Windows, Apple, Blackberry).

-¿Y el emisor controla quién le está viendo?
Por supuesto, en todo momento el cliente tiene estadísticas de cuantos usuarios y desde dónde le está viendo pero además nuestro software gestiona las estadísticas de directos y VoD. (Vídeo bajo demanda) También permite personalizar, embeber y compartir el player para directos en las redes sociales de manera automática e incluso incluye la posibilidad de insertar un chat.

-¿Y permite Internet realizar estas retransmisiones con garantías?
Nuestro Player es adaptativo al tipo de conexión de cada usuario, gracias al codificar hasta 3 bitrates distintos, porque no todos estamos siempre conectados a la misma velocidad. En la actualidad a través de una aplicación para móviles puedes realizar un streaming en directo de hasta 500Kbps en 3G desde tu propio iPhone o iPad.

El nuevo códec H.265 y la tecnología 4G nos permitirán transmisiones del doble de calidad con el mismo ancho de banda y desde cualquier lugar.

-Ustedes también ofrecen servicios de web TV. ¿En qué consiste?
Las Web TV o IPTV representa el futuro de Internet, siendo un servicio innovador mediante el cual los usuarios pueden ofrecer una televisión on-line a los espectadores. Cualquier organización que genera contenido audiovisual puede tener su propio canal de televisión en la red, con sus programas en directo y a la carta. Consideramos que es un elemento que cada vez va a tener más importancia ya que para empresas y también organizaciones como ayuntamientos o universidades es una excelente herramienta de comunicación a un coste razonable que nos abre al mundo a través de la gran ventana que es Internet.

www.lallucana.com

ENTREVISTA A CARLOS GONZÁLEZ ROSARIO, DE CAMBIUM NETWORKS

"Nuestra estrategia pasa por consolidarnos como la primera opción en soluciones *Wireless Broadband*"

En poco más de un año de presencia en el mercado español Cambium Networks se ha convertido en el referente tecnológico en soluciones *Wireless Broadband carrier class* para acceso residencial y *enterprise* en zonas rurales, sub-urbanas y urbanas. Carlos González, Iberia Sales Director, nos explica más sobre las soluciones PTP, PMP y Management de esta multinacional con más de cuatro millones de equipos instalados por todo el mundo.

-¿Cuáles son las actuales novedades de producto y hacia qué target van dirigidas?
Recientemente hemos introducido el PMP 450, nuestra cuarta generación de soluciones punto-multipunto. El 450 es una plataforma MIMO OFDM que proporciona hasta 100 Mbps de capacidad con cobertura y gestión de hasta 200 módulos remotos por punto de acceso (con una hoja de ruta MU-MIMO a + / - 180 Mbps). Asimismo, nuestras plataformas PMP están ganando el interés en aplicaciones SCBH, dada nuestra profunda experiencia en la construcción técnica y económica de soluciones atractivas en el espacio sub 6 GHz. La combinación de una sólida base técnica junto con nuestra estructura de costes excepcionalmente baja, constituye una alternativa sumamente atractiva y convincente a estas necesidades.

-¿De qué ventajas disfrutan los clientes de Cambium Networks?
Aparte de la calidad y fiabilidad de nuestras propias soluciones, con los mas altos índices MTBF (Tiempo Medio Entre Fallos) del mercado, nuestros clientes tienen acceso directo al fabricante, desde un apoyo comercial, hasta la ingeniería preventa y posventa, herramientas de configuración y diseño de despliegues, fondos de marketing, acceso a contenidos exclusivos, soporte directo desde nuestros mayoristas, webinars, eventos específicos por verticales, etc. Todo ello a fin de crear un ecosistema donde nuestros clientes compartan experiencias y conocimiento, así como la capacidad de aportar sugerencias a implementar en las líneas de producción.

-¿Qué les diferencia de la competencia?
Llevamos más de diez años en el sector (primero bajo los trade mark Orthogon y Canopy, luego tras el de Motorola), y ahora como compañía independiente. Nuestros más de 4 millones de equipos desplegados a nivel mundial avalan nuestra robustez y fiabilidad, en cualquier entorno y situación, proporcionando acceso garantizado allá donde sea necesario. Aparte, la presencia local del fabricante, junto con el apoyo de nuestros mayoristas, constituyen una respuesta clara, rápida y eficaz a cualquier necesidad planteada por nuestros clientes.

-Como proveedores de banda ancha inalámbrica, explíqueme qué medidas de seguridad ofrecen sus productos
Somos conscientes de la leyenda negra que siempre ha acompañado a las transmisiones inalámbricas en cuanto a seguridad y fiabilidad. Pero tengamos en cuenta que Cambium Networks fabrica equipos para despliegues *Fixed Outdoor Wireless Broadband*, con clasificación *carrier class*, y aparte de los estándares AES, DES, contamos con certificaciones federales e incluso, por la propia OTAN para soluciones susceptibles de despliegue en entorno guerra electrónica y puestos avanzados tácticos.

-¿Qué planes de futuro tiene Cambium Networks en España?
Nuestra estrategia pasa por consolidarnos como la alternativa preferente en soluciones *wireless broadband,* así como el *partner* tecnológico de referencia dentro del mundo *wireless* profesional, contando con la inestimable presencia y apoyo de nuestros mayoristas e integradores certificados. Además, hemos abierto una nueva línea de Integradores Globales, con el fin de dar apoyo, de forma unificada, a todas aquellas empresas españolas que estén desarrollando o pensando en desarrollar negocio en cualquier parte del mundo.

www.cambiumnetworks.com

ENTREVISTA CON CARLES ACERO, DIRECTOR GENERAL CLARANET ESPAÑA

"Integrar Redes, Hosting y Aplicaciones con un único Proveedor de Servicios Gestionados genera un ahorro de costes sustancial"

Claranet es un proveedor de Servicios Gestionados fundado en 1996 y con experiencia en la implantación de servicios TI en las áreas de Hosting, Redes y Aplicaciones. Con presencia en 6 países de Europa y una facturación anual de más de 154M €. Así mismo dispone de 20 Data centers y una red gestionada de fibra óptica de más de 10.000 Km. Su misión es permitir a sus clientes obtener el máximo beneficio de la tecnología e Internet, con el objetivo de posibilitarles centrarse en su negocio externalizando la gestión de los servicios TI.

-¿Qué valor ofrecen las soluciones de Aplicación Gestionada?
Claranet es una de las pocas empresas dentro del mercado europeo que ofrece soluciones TI extremo a extremo en las áreas de Redes, Hosting y Aplicaciones, esto es desde el acceso del usuario hasta el hospedaje y gestión de la aplicación a la cual accede. Así, el principal valor añadido que ofrecemos es el poder disponer de un único proveedor capaz de gestionar íntegramente soluciones de Internet desde el acceso hasta las aplicaciones. A nivel operacional, esto representa una gran ventaja para nuestros clientes ya que disponen en todo momento de un único interlocutor con amplia experiencia y altamente especializado.

-Cada vez hay más empresas que hacen uso del Cloud Computing… ¿qué beneficios aporta dicha tecnología?
Como beneficios clave, destacaría la posibilidad que ofrece la tecnología Cloud de poder disponer de infraestructura de pago por uso, en alta disponibilidad y accesible desde cualquier lugar. Ello permite ofrecer soluciones con diferentes niveles de gestión según las necesidades de cada empresa. En el caso de Claranet, nuestros clientes obtienen beneficios adicionales tales como un soporte técnico certificado en VMware y Microsoft, la integración con redes MPLS, o acceso a 20 Data centers ubicados en Europa. Todo ello permite que nuestros clientes pueden centrase en su negocio y despreocuparse de la gestión de sus servicios TI.

-Acaban de lanzar el nuevo servicio VDC… ¿en qué consiste?
Nuestro nuevo servicio, Virtual Data Center, incorpora todos aquellos requisitos necesarios para que cualquier empresa pueda beneficiarse de la tecnología Cloud: capacidad de autogestión, control de costes, pago por uso, escalabilidad y rapidez de implementación. El Virtual Data Center está basado en un modelo de «pago por uso», con la ventaja adicional de convertir partidas de inversión (CapEx) en gastos operativos (OpEx). Así mismo el servicio de Claranet es un servicio flexible, fiable y seguro que garantiza la continuidad del servicio mediante plataformas redundadas y alojadas en Data centers Europeos que cumplen las certificaciones más relevantes en calidad, gestión y seguridad.

www.claranet.es - Tel. 902 884 633

ENTREVISTA CON **ESTEBAN EGEA, DIRECTOR GENERAL DE 1&1 INTERNET ESPAÑA**

"Ofrecemos una solución rápida y sencilla para crear una web profesional"

Cualquier persona o compañía puede tener una completa presencia web sin necesidad de tener conocimientos técnicos. Bajo esta premisa ofrece sus productos 1&1, empresa que se fundó hace 25 años en Alemania y que en 2007 abrió sus oficinas en nuestro país. Actualmente cuenta con más de 5.000 empleados en todo el mundo y presencia en un gran número de países. Su objetivo es poner a disposición de sus clientes todos los productos y servicios que necesiten para desarrollar sus proyectos online.

-Sus servicios son fáciles de instalar y usar hasta el punto que pueden servir incluso no solo para empresas sino también para particulares. ¿Es así? ¿Cuál es el perfil de sus clientes?
Con nuestra gama de productos nos dirigimos tanto a pymes y a autónomos como a particulares. Con el producto 1&1 Mi Web ofrecemos una solución rápida y sencilla para crear una página web profesional. El cliente solamente tiene que elegir su sector e introducir sus datos de contacto; en solo unos minutos, la página estará online. Así, cualquier persona puede tener una completa presencia web sin necesidad de tener conocimientos técnicos. 1&1 Mi Web ofrece una versión profesional, con tres tarifas a elegir, disponible para más de 100 sectores profesionales y una versión personal con diversos temas.

-¿Qué tipos de hosting ofrecen y cuáles son sus diferencias y características básicas?
Todos nuestros packs de hosting incluyen aplicaciones web, hosting multidominio, cuentas de correo, soporte 24/7, estadísticas web y tráfico ilimitado. Además, gracias a herramientas de seguridad como 1&1 Recuperación de Archivos o el sistema de almacenamiento georredundante, garantizamos la máxima seguridad a nuestros clientes. Por otra parte, en 1&1 entendemos que cada proyecto web tiene unas necesidades diferentes. Por eso, ofrecemos una amplia variedad de packs de hosting: desde packs básicos, para principiantes, hasta packs profesionales con una gran variedad de funciones avanzadas, como una tienda online y herramientas de optimización web.

-Para los profanos en la materia….¿qué es un servidor de internet y de cuántos tipos hay?
En resumen, se puede decir que un servidor es un equipo informático que forma parte de una red permanentemente conectada y provee servicios a otros equipos. En 1&1 ofrecemos tres tipos de servidores: virtuales, dedicados y el Servidor Cloud Dinámico. Los clientes deben escoger un servidor u otro en función de las necesidades que exija su proyecto web. En el caso de los servidores dedicados y el Servidor Cloud Dinámico, es el cliente el que debe manejar y configurar el servidor. La diferencia entre ambos está en que el Servidor Cloud Dinámico es un servidor más flexible, ya que permite una configuración más personal y adaptable.

-Hace unos años se decía que "internet es el futuro". ¿En qué punto estamos cuando ya se ha superado ampliamente el hecho de tener una simple web y todo el mundo ya está en las redes sociales?
Diversos estudios de mercado muestran que la mayoría de las pymes en España ya tienen presencia en las redes sociales. Debido a la creciente importancia que este canal de comunicación está tomando, 1&1 ha desarrollado una herramienta específica dentro de 1&1 Mi Web para ayudar a los empresarios a gestionar su presencia en las redes sociales. Esta solución les permitirá reunir todas las redes sociales en una sola página, comprobar siempre el estado de todas sus cuentas, sincronizar los contenidos de la web con Facebook y mucho más. De esta manera, las pequeñas empresas podrán ahorrarse mucho tiempo y dinero gestionándolo todo ellas mismas.

-Háblenos de sus programas de colaboración.
1&1 cuenta con diferentes programas de colaboración. Por un lado, el programa "Trae un amigo" disponible para todos nuestros clientes y basado en un funcionamiento ya conocido: el cliente recomienda nuestros productos a amigos y conocidos, y si consigue que la recomendación se convierta en venta, recibe una comisión. El mismo sistema de recomendación se emplea en nuestro "Programa de afiliados", pero esta vez para no clientes y a través de plataformas de afiliación. Este programa ya cuenta con más de 8.000 afiliados.

LA EMPRESA

El crecimiento de 1&1 se traduce, entre otros, en los resultados de United Internet, la empresa matriz que cotiza en la bolsa de Frankfurt, cuya facturación fue de 2.396 millones de euros en 2012. "Afortunadamente, las perspectivas para 2013 son muy positivas en general para nuestro sector y en particular para nosotros. El año pasado nuestras ventas aumentaron un 30% y este año esperamos alcanzar un crecimiento similar y consolidar nuestro liderazgo en el mercado", explica Esteban Egea.

1&1

www.1and1.es

149 €
99 € IVA incluido

EBP y **1&1** se unen para respaldar a todos esos emprendedores que buscan un plan de negocio completo con el que iniciar sus empresas.

El plan de negocio, presupuestos y facturas de **EBP** cubre las necesidades iniciales para gestionar cómodamente ventas, gastos, inversiones y financiación.

1&1, por su parte, materializa el salto a Internet ofreciendo todo lo necesario para crear una página web profesional en solo unos minutos.

De venta en tiendas **El Corte Inglés** y **elcorteingles.es**

La importancia del marketing online

Con grandes empresas de E-Commerce como clientes, Fruzzel tiene los conocimientos necesarios para atraer tráfico a través de canales como e-mail marketing, social media y display

El marketing online es cada vez más importante en las estrategias de marketing de las empresas, que necesitan promocionar sus productos y servicios. El pasado mes de abril tuvo lugar la OMExpo en IFEMA Madrid, una de las más grandes ferias de E-Commerce en España. Fruzzel fue gold sponsor de dicha feria y tuvo un destacado stand junto a la entrada del evento.

Fruzzel es una empresa española de marketing online que trabaja en numerosos países a nivel mundial para ayudar a las empresas a conectar con clientes potenciales en Internet. Fruzzel pone a su disposición un sinfín de posibilidades para que los usuarios puedan solicitar información sobre nuevos productos, ofertas especiales y otras promociones ofrecidas por las empresas líderes de E-Commerce.

Numerosos países a nivel mundial

La empresa desde sus inicios hace cinco años, ha crecido junto a sus servicios en numerosos países, y a través de las recientes adquisiciones se han mejorado y ampliado las posibilidades de marketing online. Recientemente, Fruzzel adquirió los bienes de la agencia de marketing online "Testnet", la cual fue líder durante años en servicios de lead generation en Holanda y Bélgica.

Atraer nuevos clientes

La experiencia dentro de la empresa ofrece a las empresas la posibilidad de atraer clientes de su propio país, de otros países de Europa o de países más lejanos, como Rusia. Con grandes empresas de E-Commerce como clientes, Fruzzel tiene los conocimientos necesarios para atraer tráfico a través de canales como e-mail marketing, social media y display.

Atraer Turismo

También las agencias de turismo utilizan estos canales para atraer nuevos turistas a los destinos que quieren promocionar. Dando a conocer su destino turístico en diversos países de forma eficiente, para atraer a más turistas a disfrutar de la cultura del país. Por ejemplo, proporcionando información de lo que le espera al visitante, a través de un folleto online.

Qaolo.com regala flores

Para el portal de compras en expansión a nivel mundial "Qaolo.com", tiene activo un sorteo en el que los suscriptores pueden ganar un ramo de flores cada día. Cada día se anuncia el ganador del ramo de flores y muchos premiados publican en Facebook una foto con el premio. Este tipo de eventos promocionales atraen a multitud de suscriptores a la newsletter, en la cual reciben información sobre ofertas especiales de las empresas de comercio digital.

Ahorrar dinero online

Ahorrar dinero comprando online es cada vez más popular. Para España, en la página web *Para.es* se le ofrece a los visitantes información sobre ofertas para ahorrar dinero en Internet. O en otra página web como *PruebasGratis.es* pueden encontrar información sobre productos gratuitos, muestras y regalos de bienvenida que ofrecen las empresas para dar a conocer nuevos productos.

Presencia en los eventos del sector

Desde su fundación, Fruzzel ha participado en diversos eventos de marketing y ha sido patrocinador oficial de estos. En el pasado año 2012, Fruzzel tuvo presencia en diversos eventos de marketing online, como la Online Marketing Expo Madrid, el AffiliateDag en Utrecht, la a4uexpo/Europe en Barcelona, la E-Commerce París y la Digital Marketing First en Bruselas.

Durante este 2013 la empresa ha estado presente en Kistamässan Stockholm y nuevamente en OMExpo Madrid. Próximamente estarán presentes en la Affiliatedag 2013 en Utrecht – Países Bajos, que tendrá lugar el Jueves 30 de Mayo. Asimismo, estarán presentes en la a4uExpo/Europe en Ámsterdam, los días 2 y 3 de Julio, donde se reunirán redes de afiliación, agencias publicitarias, editores y anunciantes. Fruzzel es también patrocinador oficial del club de fútbol RKC Waalwijk de la primera división Holandesa.

Algunos sitios web sugeridos:

www.Qaolo.com
www.Para.es
www.PruebasGratis.es
www.Strawola.com
www.Fruzzel.com

Sorteos en los que puede participar:

www.GanarFlores.es
www.Strawola.com/offer

Sorteo Especial Día del Internet:

¡Hoy se regalan 10 ramos de flores en lugar de uno! Participa tú también, en:

www.GanarFlores.es

ENTREVISTA A ERIC CORRIUS, CONSEJERO DELEGADO DE VOCALCOM EN ESPAÑA

Vocalcom ofrece una respuesta personalizada a cada necesidad

"Lo más importante en un negocio de atención al cliente es dar una respuesta rápida y eficaz"

Vocalcom es una empresa francesa, nacida en 1996, que orienta su actividad al diseño de software dedicado al entorno de atención al cliente, especialmente para contact center. Tiene 250 empleados y está presente en 16 países en todo el mundo, incluido un equipo de I+D, que trabaja a nivel mundial desde ubicación en Barcelona.

-¿Qué ofrece Vocalcom y cuál es el perfil de sus clientes en España?
Vocalcom trabaja para clientes de todos los sectores que tienen uno o varios contact center en modo interno o como un servicio externalizado, o bien en forma híbrida. A todos ellos les ofrecemos soluciones software para acercar y mejorar la interacción entre un cliente y su marca, o al contrario. Son soluciones entrantes o salientes en un entorno multicanal (voz, redes sociales y web)

-¿En qué beneficia a un cliente español vuestra naturaleza internacional?
Nuestra naturaleza internacional nos permite contar con clientes que, en el caso de España, tienen parte de su negocio en Latinoamérica, ofreciéndoles el mejor servicio presencial gracias a nuestras oficinas en Brasil, Argentina y Chile. El año pasado Vocalcom resultó ganadora del Premio Platinum Solución Global al mejor proyecto tecnológico para contact center, por la potencia de la solución en varios entornos de clientes, su diseño para agente, supervisor o administrador muy fácil de uso, y su entorno realmente multicanal, lo que nos hace sentir muy orgullosos.

-¿Qué soluciones ofrece Vocalcom para la relación entre un cliente y una marca?
Vocalcom ofrece soluciones innovadoras y únicas para que una marca pueda estar en relación con el cliente allá donde se encuentre su cliente: Web, punto de venta, Redes sociales y teléfono. Con nuestra soluciones la marca es más eficaz en la atención al cliente y responde y ayuda a su cliente en el momento en el que necesita la información de manera real.

-¿Qué oportunidades hay en un contacto con el cliente vía teléfono?
Ofrecemos soluciones optimizadas y con alta capacidad de personalización para los clientes según la necesidad de su producto. Vocalcom ofrece una herramienta lo suficientemente potente como para, por ejemplo, en el caso de las televentas, mejorar contactos argumentados por hora, y traducir esta oportunidad en más ventas.

Nuestro equipo internacional de I+D, parte situada en España (Barcelona), sigue innovando continuamente con nuevas soluciones que permiten a nuestros clientes ser más efectivos tanto en llamadas entrantes como en proactivas, y esto nos hace ser líderes año tras año.

-¿Cómo ayuda vuestra solución a generar más comunicación a través de la web?
Los consumidores y usuarios satisfacen cada vez más su necesidad de información a través de internet, y en muchos casos esto les lleva a realizar la compra online. Vocalcom tiene la capacidad de ofrecer una respuesta inmediata a una duda a través de chat, lo que hace que el cliente no retrase o anule su consumo y tenga una buena experiencia de compra con mucho valor para la marca. Por otro lado, nuestra solución tiene la capacidad de generar proactivamente una conversación vía chat con el cliente si vemos o intuimos que tiene alguna dificultad o duda, elevando los porcentajes de éxito de su percepción de la marca.

-¿Y respecto a las redes sociales?
Nuestra vocación es poner a nuestra cliente en contacto con el suyo allí donde esté, y las redes sociales es un medio en el que el consumidor está y lo utiliza para prescribir, criticar, opinar, etc. Si con nuestras anteriores soluciones hemos logrado darle una buena atención al cliente, tendremos muy altas posibilidades de tener una buena recomendación en redes sociales a sus amigos y contactos, nosotros se lo facilitamos a través de nuestra tecnología.

-¿Y cómo conectar con el cliente en el punto de venta?
Tres de cada cuatro ventas se producen en un punto de venta. Hay muchos clientes que entran en un punto de venta y si no hay ningún vendedor disponible simplemente se va, y eso es una pérdida de una oportunidad de venta. Para solucionar esta parte hemos creado lo que denominamos "el kiosco conectado", en el que cualquier persona interesada en un producto entra en contacto directamente con un teleoperador. El cliente se siente atendido, tiene acceso a un número más elevado de productos y los puede adquirir de manera autónoma a través de una tarjeta bancaria.

-¿Por qué cree que sus clientes han elegido Vocalcom?
Son muchas las razones por las que nuestros clientes cuentan con nosotros para hablar con los suyos, cuento algunas:

Somos la única empresa de Contact Center que cuenta para sus clientes con un cloud mundial tras firmar dos acuerdos con líderes mundiales como Salesforce (a través del producto Hermes Cloud) y Amazon (para Hermes EC2). Por parte con Salesforce, solo vocalcom puede proveer une solución integrada nativamente con Salesforce (es decir con solo una interfaz para el agente, la de Salesforce que integra la pestaña Hermes Cloud CTI)

Estas dos soluciones, que son la réplica de nuestra solución Hermes. net de call center mutlicanal tradicional pero en el cloud, acercan a muchas empresas la posibilidad de contar con soluciones de contact center, al presentar soluciones de pago por uso sin ninguna inversión en servidores, etc. en tan sólo 2 horas para poner en producción.

Nuestra división de I+D del grupo, afincada en París y Barcelona, hace que nuestros clientes estén confiados y satisfechos al saber que cuentan con la mejor tecnología de atención al cliente, y que, en España concretamente, cuentan con un soporte local que les soluciona cualquier incidencia o duda de forma rápida, cercana y eficaz.

Somos una empresa con presencia en 16 países, que tiene la fuerza internacional y que a la vez se integra en el mercado local adaptándose a las necesidades de cada mercado. Por último, nuestra solución completa multicanal abre muchas puertas y genera muchas oportunidades, pero nos adaptamos a la necesidad del cliente si necesita solamente un canal, como ocurre en algunos casos.

www.vocalcom.es

Eric Corrius, Consejero Delegado Vocalcom España y Director General Europa del Sur y Latinoamérica

Oriol Biosca, Director Técnico Vocalcom en España

SAGE: un cliente con tecnología 100% Vocalcom

La empresa SAGE es un ejemplo de cliente español que, con contact center en varias ciudades españolas, utiliza 100% soluciones Vocalcom cuando cualquier persona entra en contacto con su servicio de soporte.

Vocalcom cuenta con una de sus sedes de I+D en Barcelona, algo que hace que SAGE se beneficie de manera rápida y eficaz de la innovación y del soporte que se ofrece desde esa parte de la compañía. Esta cercanía tiene mucho valor para SAGE.

CASO SAGE:

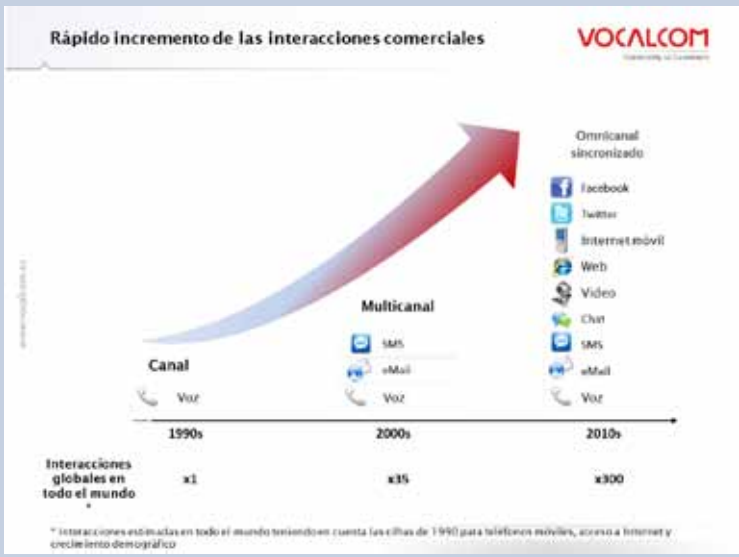
DIMENSIÓN:
- 3 sedes en España
- 576 posiciones agente
- 7.800 llamadas diarias de promedio
- 45.000 en periodos de máxima actividad

CANALES:
- Entrantes
- En Voz sobre IP
- Para todos los clientes de Sage España (soporte Sage)

OBJETIVOS
- Gestionar los picos de llamada
- Integrar los nuevos call center

RESULTADOS
- +75% llamadas atendidas en el call center de Madrid,
- +40% llamadas atendidas en el call center de Sabadell
- +57% llamadas atendidas globalmente
- +80% solicitudes de clientes atendidas a la primera llamada
- Crecimiento e integración de nuevos call centers se llevó a cabo de manera transparente

Los clientes son móviles, conectados y en redes sociales… ¿estás preparado?



Las interacciones de clientes desde móvil, web y social media han aumentado un 300%.

Parte del equipo Vocalcom Madrid

Una nueva tienda on-line con 50.000 referencias industriales

FIC Suministros aporta un valor añadido en la venta de heramienteas y el alquiler de equipos para industrias con el desarrollo de su nueva web, que permitirá hacer entregas a cualquier punto de la península en un plazo de entrega muy breve.

Fundada en l972 por José Cornejo y Gabriela Sanromá, FIC Suministros es el almacén especializado al que acuden las industrias del Camp de Tarragona, y muchas otras del resto del país, cuando necesitan asesoramiento experto; comprar herramientas, maquinaria o complementos especializados o alquilar algún equipo industrial. En sus instalaciones de 3.500m2 un grupo de profesionales altamente cualificado y comprometido pondrá a disposición del cliente más de 350.000 referencias de más de 400 fabricantes nacionales e internacionales.

Tal como señalan Isabel, José María y David Cornejo, los hijos de los fundadores de FIC Suministros, "nuestra obligación es responder rápidamente a cualquier demanda industrial que tengan nuestros más de 2.000 clientes y por ello buscamos continuamente productos innovadores que aumenten la productividad y faciliten su trabajo diario." Para ello la oferta es amplísima orientada a las necesidades de los diferentes, como el estrictamente industrial pero también el portuario, petrolífero, metalúrgico o construcción. En cuanto a productos, FIC Suministros ofrece sistemas de medición y control, abrasivos, herramientas de corte y soldadura, equipos de seguridad e higiene, señalización, pinturas, limpieza, cerrajería, construcción, fluidos, electricidad, lubricación, manipulación de cargas, maquinaria, mobiliario, tornillería, etc... Oferta de productos que se completa con los servicios de alquiler de equipos como detectores de gas, extractores de humo, sistemas de acceso, generadores, tornos, fresadoras, equipos de apriete por par y tensionado, viradores y posicionadores, entre otros muchos.

El alquiler de equipos, con su correspondiente mantenimiento, responde a la filosofía de FIC Suministros que es la de aportar valor. Tal como señalan "Una vez hecha la venta o alquilado el equipo la relación continua y le consultamos por si la respuesta que le hemos dado ha cumplido sus expectativas. Y lo hacemos de forma rápida porque sabemos que el cliente no puede esperar"

Para ello, desde el almacén de venta al público que FIC Suministros tiene en el polígono industrial Riu Clar, en Tarragona, se va a inaugurar en breve una nueva página web con más de 20.000 referencias que irán aumentando paulatinamente. Una portal de venta on-line en el que los clientes industriales podrán automáticamente comprar los productos que más demanden a través de sus referencias propias, lo que les facilitará la gestión de sus departamentos de compras. La plataforma también facilitar la gestión de stocks del cliente, realizando estudios compartidos y de control que garanticen en todo momento la disponibilidad inmediata de los productos mas habituales. Además el plazo de entrega de los pedidos será de entre 24 y 48 horas para toda la península, gracias a los acuerdos que FIC Suministros tiene con los proveedores y otras centrales de compras de toda España. Por último, junto al pedido, los clientes podrán descargarse los certificados y fichas técnicas de todos los productos, lo que todavía les facilitará más el trabajo.

www.ficsuministros.com

ENTREVISTA CON ROMÁN JANÉ Y FABIÁN SÁNCHEZ, SOCIOS DE XPUNTOCERO

"El desarrollo de las nuevas tecnologías ha cambiado el paradigma de la visita comercial de la red de ventas"

Xpuntocero se funda en 2010 por un equipo de profesionales que vienen de dos áreas claves: las nuevas tecnologías de la información (TIC) y el marketing/ventas. Tienen dos áreas de negocio claramente diferenciadas: desarrollo de estrategias/mecánicas promocionales online y la programación de soluciones de gestión para el área comercial y Trade Marketing. Siempre bajo una misma premisa: soluciones online para dispositivos móviles: Tablets o Smartphones

-¿Qué soluciones tecnológicas ofrecen y qué valor aportan a sus clientes?
El desarrollo de las nuevas tecnologías han provocado grandes cambios en la sociedad, no solo para los usuarios y consumidores finales, sino también para las empresas, abriendo nuevas maneras de abordar funciones que hasta ahora no se podían realizar o mejorando las prestaciones de las mismas. Nuestras soluciones tecnológicas giran siempre en torno a los dispositivos móviles: smartphones y tablets. Nos hemos especializado en el desarrollo de aplicaciones de gestión comercial, pero nuestro valor va más allá de la programación de una aplicación; nuestro factor diferencial respecto a las otras alternativas que hay en el mercado se fundamenta en el conocimiento profundo de las necesidades de nuestro cliente y en el trato directo de nuestros clientes con los socios de xpuntocero.

Nuestro producto estrella es una aplicación de gestión del punto de venta, SGPV, que permite optimizar la gestión y control de las tiendas mediante una solución online-offline.

-Como especialista, ¿en qué grado sirve una campaña on line para aumentar ventas?
Una de nuestras especialidades es, justamente, el desarrollo de mecánicas promocionales online que ayuden a nuestros clientes a incrementar sus ventas. En España, más del 50% de móviles son smartphones, ello hace que las campañas on line supongan para los consumidores mecánicas de participación más sencillas e inmediatas y por lo tanto más efectivas y exitosas.

-¿Cuál es el perfil de sus clientes?
Principalmente trabajamos con empresas cuyos productos se venden en puntos de venta (supermercados, droguerías, farmacias, etc.). Pero, también trabajamos con Agencias de Publicidad, aportándoles valor a la hora de diseñar y programar mecánicas promocionales.

-¿Qué entendemos por "trade marketing" y qué tipo de soluciones desarrollan en este campo?
El Trade Marketing tiene como objetivo desarrollar e implementar estrategias y planes de acción a medida de las necesidades y características de los clientes. Busca el "win-win" entre distribuidor y fabricante. El trade está muy presente en todas las estrategias y soluciones que desarrollamos, así por ejemplo, Fotomanager es una aplicación pensada para gestionar y administrar fotografías de punto de venta.

-¿Cuáles son las perspectivas de la empresa para el 2013?
A pesar de la crisis nuestras perspectivas son buenas, pues este primer cuatrimestre hemos crecido un 73% respecto el mismo periodo del año anterior. Así pues, somos optimistas.

xpuntocero
Marketing & Trade Solutions

www.xpuntocero.com
Tel 933 184 300

ENTREVISTA A CARLOS ERES, DIRECTOR GENERAL DE GFT IT CONSULTING

"El sector financiero debe apoyarse en la tecnología y la innovación"

Un reciente estudio de la consultora KPMG señala que para 2015 se prevé que el volumen de transacciones de pago móvil sobrepase el billón de euros en todo el mundo. Un nuevo escenario en el que, como hasta ahora, los bancos no tienen porque continuar siendo los principales actores y beneficiarios de la intermediación. La consultora GFT, uno de los principales proveedores europeos de soluciones de TI para el sector bancario y asegurador, ayuda a las instituciones financieras hacer un uso rápido y seguro de las más modernas tecnologías con el objetivo de mejorar su competitividad a largo plazo. Carlos Eres es su Director General.

-¿Qué tipo de servicios financieros de TI ofrece GFT?
Los servicios de GFT abarcan desde la consultoría de negocio y tecnológica, la integración de sistemas, el desarrollo, testing y gestión de aplicaciones. Acompañamos a las principales entidades financieras en su reto de ofrecer a sus clientes unos optimos servicios en todos los canales y en cualquier momento.

-¿La actual crisis del sistema financiero español es para GFT una oportunidad de crecimiento?
Sin duda lo es pero también para los bancos. La coyuntura actual es complicada pero también es el momento idóneo para proponer nuevas ideas y soluciones para desarrollar nuevos modelos de negocio que agilicen los mercados. El sector financiero no es ninguna excepción y, ante esta situación, GFT ayuda a los bancos y aseguradoras a reinventarse y adaptarse a los cambios; el futuro de la banca pasa por aportar valor al cliente, entendiendo y respondiendo de forma inmediata a sus necesidades.

- Si se cierran oficinas, ¿qué soluciones tecnológicas pueden permitir que se mantenga el buen trato con el cliente?
En este contexto de renovación y readaptación, la tecnología y la innovación es prioritaria y el sector financiero debe apoyarse en ella para adaptarse a los nuevos modelos de negocio y responder a las necesidades de los mercados, crecer y lograr el éxito. Los bancos y aseguradoras ya ven que el concepto de "banca móvil" es diferente a todo lo anterior. Precisamente, la estrategia de GFT consiste en utilizar la innovación como motor de ideas y, por medio de las nuevas tecnologías, participar en lo que serán las realidades del mercado del futuro.

-Ha remarcado usted la apuesta por la innovación…
Absolutamente, y le pondré un ejemplo: ya hace cinco años que nosotros apostamos por el HTML5, cuando muchos no habían abierto ni el debate. También hemos sido pioneros en hacer ver a nuestros clientes el gran potencial en el uso de las redes sociales. La innovación debe formar parte del ADN de una compañía y ser un elemento esencial del desarrollo de cualquier proyecto. En este sentido y en nuestro caso concreto, la sede catalana de la compañía lidera el Applied Technologies Group, un equipo de personas multidepartamental que tiene como objetivo gestionar, promover, facilitar y regular todas las iniciativas relacionadas con la innovación dentro del área de Servicios de GFT y compartirlo con los 1.400 empleados del grupo.

-¿Cuáles son sus planes de futuro?
Independientemente de mantener la calidad en el servicio a los bancos y aseguradoras para los que trabajamos, nuestro plan más inmediato es la incorporación de nuevos profesionales a nuestro equipo de GFT en España para trabajar en proyectos internacionales. En concreto, durante el primer semestre de este año necesitamos crecer en unas 200 personas y tengo que admitir que no es una tarea fácil. Por supuesto que este reto nos hace ver el futuro de forma optimista.

GFT

www.gft.com

ENTREVISTA CON HANK WU, COUNTRY HEAD DE ASUS IBÉRICA

"Hay que identificar las nuevas necesidades del mercado y transformarlas en nuevos dispositivos"

ASUS, con presencia global incluyendo España desde 2004, es el tercer fabricante del mundo de portátiles

ASUS fue fundada en 1989 en Taiwán. Su inicio fue con el diseño de la primera placa base para Intel® y siguieron con la fabricación de tarjetas gráficas. Es decir, iniciaron su actividad fabricando los mejores componentes y se han convertido en el tercer fabricante de portátiles.

Son una empresa joven pero global, con presencia en casi todos los países del mundo con un total de 11.000 empleados. Están presentes en España desde 2004 con todo su portfolio de productos: portátiles y tabletas, hasta monitores y tarjetas gráficas, entre otros.

-¿Cuáles son sus últimas novedades y sus características más destacadas?
Sinceramente, tenemos novedades en todo nuestro portfolio de productos. Por ejemplo, en el pasado MWC en Barcelona, presentamos el ASUS Fonepad, nuestra primera tableta de 7" con funciones de teléfono. O también podemos destacar nuestro ASUS Transfomer Book, nuestro portátil de 13,3" con dos unidades de almacenamiento independientes que se convierte en una tableta desmontable; o el ASUS Transformer All in One, nuestro primer equipo todo en uno capaz de soportar dos sistemas operativos (Android y Widnows 8) que se transforma en una tableta de 18,4" convirtiéndose en el centro de entretenimiento del hogar.

Como empresa líder presentamos novedades constantemente. En unas semanas, tenemos una cita en Computex, una de las ferias de tecnología más importante del mundo que se celebra en Taipei y en la que presentaremos novedades... increíbles.

-El mundo de las nuevas tecnologías avanza de forma vertiginosa; muchas veces sale un producto que queda desfasado al poco tiempo…¿Cómo actúa ASUS en este contexto y qué importancia le da a la I+D?
Debemos tener en cuenta que, en muchos casos, no se trata de que un producto quede desfasado, sino que al usuario le surgen nuevas necesidades y nuestro principal reto es identificarlas para poder ofrecer soluciones satisfactorias. Este proceso es para nosotros totalmente fundamental. La empresa hace una fuerte apuesta para el I+D, con un equipo formado por más de 3.100 ingenieros. No solo ellos forman parte del proceso de creación y diseño de los nuevos productos, sino que toda la organización está vinculada a este proceso con programas internos involucrando a los propios trabajadores en todos los procesos de creación del producto: conceptualización, ingeniería, diseño... El talento es la clave del éxito.

En ASUS tenemos muy claro que la ingeniería de los nuevos productos no sólo debe ser técnica sino que también debe incorporar filosofía. Nuestra filosofía del *Design Thinking*, que se basa en la premisa de que el consumidor no tiene por qué adaptarse a la tecnología, sino que es la tecnología la que se debe adaptar al consumidor.

-El diseño es realmente importante….
Así es. Desde hace algunos años, el diseño se ha convertido en un eje fundamental en todo el proceso de fabricación de nuevos productos. No solo trabajamos e investigamos en nuevos materiales y texturas, sino que también queremos que el diseño esté en el interior de los productos para conseguir el mayor rendimiento.

-Integración, intuición, movilidad… ¿qué será lo siguiente?
Capacidad para integrar diferentes necesidades en dispositivos, productos que facilitan la movilidad, intuición para desarrollar nuevas soluciones,... Lo siguiente es siempre estar atento y dispuesto a identificar las nuevas necesidades del mercado y transformarlas en nuevos dispositivos en un contexto de cambio constante como es el de la tecnología.

-¿Cómo encaran el mercado español en plena crisis en este país?¿Cuál es su estrategia?
Tenemos una estrategia global: tener un portflolio de producto amplio para poder ofrecer a cada consumidor el producto que necesite. En concreto en España, queremos seguir siendo una marca de referencia para el usuario. Si bien es cierto que la situación actual del país es compleja, el estilo de vida actual no permite prescindir de la tecnología. Sin ir más lejos, nuestros comportamientos sociales nos exigen movilidad y conectividad. Estamos en plena era digital y en ASUS, como actor destacado, tenemos la responsabilidad de seguir creando oportunidades, generar demanda y satisfacerla de la mejor manera posible

www.asus.es

"El diseño se ha convertido en un eje fundamental en todo el proceso de fabricación de nuevos productos"

"Tenemos un portflolio de producto amplio para poder ofrecer a cada consumidor el producto que necesite"

"La empresa hace una fuerte apuesta para el I+D, con un equipo formado por más de 3.100 ingenieros"

Perspectivas para 2013

"Seguir innovando". Hank Wu lo tiene claro al ser preguntado sobre las perspectivas de ASUS para este año. "Esta es nuestra misión y forma parte de cada uno de los proceso de la empresa. No vamos a parar en la búsqueda de nuevas soluciones tecnológicas", añade el máximo responsable de la empresa en nuestro país. En esta compañía, la innovación no solo es una cifra de inversión en I+D, sino que también la encuentran en el talento de sus ingenieros, en sus diseñadores, en la cadena de producción, en el servicio al cliente… se trata de una apuesta empresarial

Asus Fonepad

Asus Transformer Book

Asus Tranformer All in One

ENTREVISTA A MARTÍN RUIZ, FUNDADOR Y GERENTE DE IBERSYSTEMS SOLUTIONS

"Ofrecemos WiFi y WiMAX profesional con más garantías que las marcas conocidas, y hasta un 50% más económicos, gracias a nuestro desarrollo propio de implantación"

¿Qué sentido tiene crear un evento para miles de personas en un lugar remoto –desierto, alta montaña o un entorno marino- si los participantes no pueden interactuar ni compartirlo a alta velocidad vía redes sociales? ¿Cómo pueden las empresas hacer más eficientes las comunicaciones entre sus distintas sedes? A todas estas demandas responde Ibersystems Solutions, una empresa española especializada en suministrar cobertura WiFi y WiMAX profesional y que realiza proyectos en todo el mundo. Martín Ruiz es su fundador y gerente.

-¿Cuáles son los principales servicios que ofrece Ibersystems Solutions?
Contamos con tres líneas de negocio relacionadas entre si. En la primera damos cobertura WiFi profesional y enlazamos zonas dentro de grandes eventos. Lo hemos hecho en el Sónar, Monegros Desert Festival o Primavera Sound, en España. También en eventos internacionales como Indian Wells o torneos de golf en Qatar.

-Póngame un ejemplo
Creamos zonas de cobertura para los eventos promocionales de grandes marcas -Red Bull, Adidas y otros patrocinadores- para que los asistentes dispongan de Internet para Twittear, enviar fotos a Facebook o Instagram o incluso realizar juegos participativos en el evento.

-¿También trabajan para empresas y Administraciones Públicas?
Ofrecemos servicios WiFi y WiMAX para empresas, enlazando sedes y oficinas, cubriendo almacenes para automatización de almacenaje, dando cobertura a puertos completos para gestión de contenedores, campings, hoteles, etc. Para las administraciones hacemos que WiFi y WiMAX lleguen a pueblos, zonas turísticas, polígonos, etc., lo que es un valor diferencial a un coste muy asequible, incluso autofinanciable. También ofrecemos Internet simétrico.

-Ustedes compiten con verdaderas multinacionales. ¿Qué les diferencia?
Por un lado tenemos un excelente producto propio, que además se desarrolla a medida para cada proyecto. Por ello aportamos soluciones que no fallan, y además son fáciles y rápidas de implementar, incluso por el propio cliente. Por otro lado, al tratarse de un desarrollo propio, somos capaces de ofrecer precios hasta un 50% más económicos que las grandes empresas.

-Háblenos del producto propio de Ibersystems Solutions…
Realizamos todas las redes WiFi y WiMAX a medida e intentamos hacerlas autoinstalables. Disponemos de nuestra propia marca 'Wairlink'. Los equipos se envían totalmente configurados y probados para que el cliente pueda hacer una instalación rápida y fácil. Además, lo complementamos con soporte remoto o asistencia personal si es necesario. La actualización de nuestros productos con nuevos protocolos de red inalámbrica es continua, y utilizamos medidas y protocolos de seguridad personalizados para cada proyecto. La personalización de cada equipo es una garantía adicional.

-¿Y la asistencia?
Somos muy conscientes que nuestras soluciones no pueden fallar, es demasiado importante para el cliente. Nuestras redes detectan problemas, los solucionan y nos avisan. Y siempre hay el contacto directo con el móvil de un técnico y asistencia remota al momento.

-¿Cuál es el reto futuro de Ibersystems?
Debemos darnos a conocer y explotar más las ventajas de nuestras soluciones; es importante encontrar a los partners adecuados para el desarrollo nacional e internacional. Las experiencias anteriores, en Indian Wells y Qatar nos demuestran que es posible.

ibersystems SOLUTIONS

www.ibersystems.es

ENTREVISTA A JORDI VILA, FUNDADOR DE UVE SOLUTIONS

"Nuestras soluciones mejoran la colaboración entre fabricantes y distribuidores, dándoles una mayor visión del negocio y conocimiento de sus mercados"

En una situación como la actual en la que el mercado de consumo no está creciendo, mejorar la colaboración y la integración entre fabricantes y distribuidores de productos de gran consumo (HORECA) es fundamental para ganar ventas y clientes. Esa es la función de UVE Solutions, empresa creada en 2007, con 15 empleados y sedes en Manresa, Barcelona y Madrid, especializada en mejorar los procesos de comunicación transaccional entre fabricantes y distribuidores.

Santi Vila, Jordi Camps, Raquel Cobo i Jordi Vila, parte del equipo de Uve

-¿Cuál es el perfil de su cliente? ¿Dentro del canal HORECA, para quién trabajan?
Nuestros clientes son los principales fabricantes y marcas de gran consumo, alimentación y bebidas que apuestan por el canal distribuidor para llegar a sus mercados de hostelería y alimentación tradicional. Su estrategia se basa en ver al distribuidor como un "socio" con el cual colaborar y juntos desarrollar el mercado. Al mismo tiempo también trabajamos con todo tipo de distribuidores preocupados en mejorar sus sistemas de información y conocimiento de sus mercados, orientados a aplicar las mejores practicas de grandes compañías a sus procesos de negocio habituales.

-¿Qué les piden los distribuidores?
Compromiso, complicidad e ideas. El sector de la distribución realiza muy bien su actividad clásica, esto es venta y distribución; pero, salvo claras excepciones, puede mejorar en el análisis de información y estudio de sus clientes y en la definición de estrategias. Están interesados en analizar eficientemente su actividad de ventas y disponer de un modelo de análisis probado y extendido en múltiples experiencias, como es el nuestro, les permite tener dicho servicio a un coste muy atractivo.

-¿Y los fabricantes?
Incrementar ventas, también compromiso, colaboración, ideas y calidad de información. Nos ven como una extensión de su compañía para el desarrollo de las mejores prácticas en nuestras áreas de actividad, somos para ellos innovación permanente dirigida a mejorar el conocimiento del mercado. La interlocución con la red de distribuidores la realizan tradicionalmente de manera manual, por teléfono, correo electrónico y/o fax, lo que se traduce en una alta ineficiencia por el número de errores y coste de los recursos dedicados. La integración con los distribuidores que les proponemos (facturas, albaranes, pedidos, liquidaciones, etc.) reduce el papeleo, los errores y el coste del proceso, permitiendo al fabricante centrar sus recursos en tareas de mayor valor.

-¿Qué mejora experimentan distribuidores y fabricantes una vez han implantado sus soluciones?
Mejoran la colaboración, conocen qué funciona y qué no funciona, activan planes dirigidos a objetivos concretos, optimizan sus inversiones y por tanto disponen de más potencial para ello. Disponen de visibilidad y conocimiento de sus mercados, conocen cómo son sus clientes, cómo se comportan. Disponen de un modelo, de las herramientas necesarias para gestionar una red de distribución profesionalizada.

-Describa muy someramente sus plataformas Connect@ y Vision@.
Connect@ es una Plataforma de integración de información de mercado (especializada en consumo), que intercambia, integra y consolida datos de negocio entre fabricante y distribuidores de forma fiable. Es un modelo de cómo compartir información en la cadena de distribución. Vision@ es un exclusivo Cuadro de Mando que permite pilotar el negocio, analizar de forma fácil e intuitiva toda la información de ventas y compartir una visión única del mercado.

-¿Y Gestion@ y Fehrdat@?
Gestion@ es un portal para la gestión on-line de la relación fabricante-distribuidor que permite gestionar las transacciones con los distribuidores (albaranes de servicios a terceros, reaprovisionamiento, gestión de liquidaciones). Es una herramienta que ayuda a completar los procesos automáticos de integración de datos. FehrDat@ – que elaboramos con la Federación Española de Hostelería y Restauración (FEHR) – es el censo de toda la Hostelería o mercado fuera del hogar. Se trata de la primera base de datos de establecimientos y está integrada en las herramientas anteriores, permite conocer el universo, coberturas y por tanto potenciales clientes, y segmentar el mercado para enfocar mejor la actividad comercial. Permite liderar proyectos de *Marquet Insight* y *Customer Intelligence*.

www.uvesolutions.com

ENTREVISTA CON JORDI CAMÍ, DIRECTOR GENERAL DE OPTIMOCLICK

"Estar bien posicionado en los principales buscadores genera a una empresa un aumento considerable de tráfico y de ventas"

"La idea de crear, en el año 2007, la agencia de marketing online Optimoclick surgió, -nos explica su director, Jordí Camí- cuando en nuestra escuela de diseño gráfico, tecnología y comunicación digital, llamada Seeway Formación, muchos estudiantes nos preguntaban en los cursos si les podíamos crear campañas online, posicionar sus webs, etc." Actualmente, en sus instalaciones ofrecen desde posicionamiento SEO y publicidad online hasta creación de tiendas online o E-Commerce y diseño gráfico (en su estudio Fino Studio), sin olvidar la formación en marketing digital que dio origen a la agencia.

-¿Qué servicios ofrecen en Optimoclick?
Nos apasiona el marketing online y ofrecemos una multitud de servicios para todo tipo de clientes: posicionamiento web en los principales buscadores, campañas de pago en PPC (Pago por click), diseño y creación de páginas web, creación de tiendas online orientadas siempre al SEO, desarrollo de Apps para móviles y adaptación de tiendas online a Web Apps.

-¿Qué ventajas aporta a las empresas el posicionar su página web en los buscadores?
Conseguir posicionar una página web en las primeras posiciones de los principales buscadores aporta a las empresas múltiples ventajas a la hora de generar tráfico y ventas, factores fundamentales en tiempos de crisis. La visibilidad de la empresa aumenta y se incrementa el tráfico de calidad hacia el sitio web. Además, desde Optimoclick ofrecemos un servicio muy novedoso: SEO por resultados, que consiste, por ejemplo en que, a una tienda on line, en lugar de cobrarle una cuota mensual por una creación de campaña, le cobramos un porcentaje de las ventas que ha generado la misma.

-¿Cómo consiguen que las empresas rentabilicen la inversión de las campañas de publicidad on line?
"Vende más y paga menos", ése es nuestro lema. Estamos muy orientados a la reducción de CPC (Coste Por Click) de los clientes ya que nuestros consultores están certificados por Google (Google Advertising Professional) y son especialistas en la optimización de campañas de publicidad online con Google. Además, con la crisis hemos observado una nueva oportunidad de negocio a la que damos respuesta: creamos estrategias SEO internacionales a nuestros clientes, es decir, posicionamos sus páginas web en el extranjero.

-En Optimoclick también son especialistas en el diseño y creación de tiendas on line. Háblenos de ello.
Así es; ofrecemos la posibilidad de crear o renovar tiendas online con un diseño a medida del cliente y una interfaz muy fácil de usar para que el cliente pueda gestionarla de manera independiente. Realizamos la optimización de la tienda por palabras clave, aumentamos el tráfico cualificado, instalamos y configuramos las pasarelas de pago... En definitiva, se trata de tiendas usables, atractivas y que venden. Para ello trabajamos con dos plataformas de código abierto, Prestashop y Magento.

www.optimoclick.com

ENTREVISTA A DAVID ARDERIU PIQUÉ, DIRECTOR GENERAL DE ROBOTICS

"La gestión integral de tiempos genera mayor productividad para la empresa"

¿Sabe usted en qué actividades invierte su tiempo diario? ¿Antepone lo urgente a lo importante? ¿Sabe a qué proyectos o en qué tareas dedicó la mayoría de su tiempo de trabajo el año pasado? La percepción del tiempo depende de multitud de factores emocionales. También en las empresas, y son muy pocas las que realizan mediciones precisas y una gestión integral de tiempos. Robotics, fundada en 1983, ayuda mediante sus soluciones a 3.000 empresas y 250.000 personas a ser más eficientes cada día. David Arderiu es el Director General de una empresa que, apostando por la innovación, ha crecido un 35% el primer trimestre de este año.

-Convénzame de qué el suyo no es un software de control más para saber si estoy en mi punto de trabajo…
Gracias a la evolución de las TIC, los sistemas de hace pocos años han quedado obsoletos. Antes se controlaban cuándo entraban y salían las personas y cuánto tiempo estaban presentes. Nuestras soluciones permiten gestionar de forma automatizada, además del *Cuándo* y el *Cuánto*, el *Quién*, el *Dónde*, y el *Qué* del tiempo de las personas, con un grado de flexibilidad horaria muy elevado.

El *Quién*, asegurar la identidad, se consigue con sistemas de reconocimiento facial de última generación que, además de la comodidad de acceder sin tan siquiera sacar las manos de los bolsillos, aportan el valor añadido de la seguridad. El *Dónde* ahora es en cualquier lugar, mediante *Apps* para móviles con geolocalización. Pero sobre todo, para mejorar la productividad, es importante el *Qué*.

-El *Qué* de mi tiempo… ¿A qué se refiere?
El verdadero capital de nuestros clientes son las personas; saber qué están haciendo es fundamental. En el caso las empresas, muy pocas realizan mediciones a nivel global, la mayoría lo hacen tan solo de uno o dos departamentos. Esto es así porque antes no era eficaz o era muy costoso, pero ahora ya no. Una vez se mide la totalidad del personal, los datos cambian sustancialmente: las horas por cliente, por proyecto, en tareas auxiliares, etc.

-¿Cómo se traduce esto en mayor productividad?
El primer paso para tomar decisiones acertadas es tener una visión lo más cercana a la realidad posible. Además, para tomarlas con agilidad, es necesario no perderse en los detalles. Para ello, las soluciones deben proporcionar información de una forma sintetizada y dirigida. Nuestras soluciones buscan la mejora de la productividad a corto, medio y largo plazo.

-Póngame un ejemplo
A corto plazo, por ejemplo, si alguien tiene un contratiempo y va a quedar un puesto vacante, el responsable es alertado al momento con la lista de coberturas posibles y su localización, sin perder ni un minuto. A medio plazo, proporciona indicadores de rendimiento y tendencias de las distintas áreas. A largo plazo, las herramientas de análisis de negocio incorporadas, permiten evaluar escenarios y detectar áreas de mejora.

-¿Funciona?
Cualquier empresa en la que el tiempo sea un factor importante, desde microempresas a multinacionales necesita estas soluciones: tienen una alta rentabilidad, son de rápida implementación y por lo tanto muy oportunas en la actualidad. De ahí nuestro crecimiento.

www.robotics.es

ENTREVISTA CON PAU ESTALLO, DIRECTOR DE ATMOSFERA.NET

"No importa lo que puedas perder, sino lo que puedas recuperar"

Atmosfera.net es una empresa que atiende a las soluciones online para pequeñas y medianas empresas. Su trayectoria ha sido contrastada a lo largo de los últimos años gracias a proyectos de software a medida y Soluciones Cloud gestionadas. Fundada en 2006, y viendo las necesidades del mercado, Atmosfera.net creó su propio producto de Copias de Seguridad basado en la nube, conocido como d-Lock Backup Online.

Izquierda: Jordi Zamora. Derecha: Pau Estallo

-¿En qué consiste el Backup Online?
Nuestro software multiplataforma, que se puede instalar en el Pc/Mac/servidor del cliente, copia los datos seleccionados de forma cifrada y segura en un centro de datos de máxima seguridad de Barcelona (Nexica) donde son almacenados por duplicado en cabinas de discos de Alta Disponibilidad.

-¿Qué ventajas ofrece el d-Lock Backup Online a nivel práctico y de seguridad? ¿Por qué está relacionado con la LOPD?
Las ventajas que ofrece el Backup Online son muchas. Posiblemente la principal es que nuestros clientes se olvidan de hacer sus pesadas copias de seguridad; nosotros lo hacemos por ellos. Nuestro servicio aísla toda información de catástrofes como pérdida de datos, incendios e inundaciones, así como posibles robos.

A su vez, nuestro producto está muy relacionado con la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD) ya que esta ley exige a todo tipo de empresas y autónomos copiar los archivos sensibles de forma cifrada y alojar estas copias en un lugar externo a los equipos informáticos que los tratan.

También destacar que, cuando creamos este servicio de copia de seguridad, orientamos comercialmente el producto no a luchar por precio sino a crear la plataforma con la máxima calidad y alojamiento de garantías en Data Center nacional. Decisión importante teniendo en cuenta que alojamos gran cantidad de ficheros muy sensibles.

-¿Hasta qué punto son importantes las copias de seguridad para una empresa?
La copia de seguridad es útil e imprescindible por varias razones. La primera, para restaurar carpetas y ficheros después de que hayan sido borrados o dañados accidentalmente. En segundo lugar, para restaurar puntualmente ficheros sobrescritos o eliminados erróneamente.

Y, finalmente, porque es útil y obligatorio para evitar ser sancionado por los órganos de control en materia de protección de datos (LOPD).

-¿Cuáles son las perspectivas de la empresa para el 2013?
Las perspectivas para este ejercicio son incrementar la cuota de mercado a nivel nacional de nuestra solución de Backup Online así como comercializar una nueva solución para implantar copias de seguridad en servidores Cloud Windows, sean o no contratados en Atmosfera.net. Este servicio estará orientado al perfil de cliente que quiere migrar su plataforma tecnológica de servidores en la oficina a la nube y duda de la seguridad de estas nuevas soluciones en Internet.

www.d-lockbackuponline.com

Panorama de la logística de comercio electrónico en España

Una de las dificultades asociadas al comercio electrónico es la dificultad para medir su evolución a nivel macro tal y como se hace con otras variables como el comercio detallista, la industria o el PIB. El motivo es que el comercio electrónico no es un sector (con código CNAE, etc) sino un canal, de manera que las únicas mediciones posibles vienen de paneles, encuestas o mediciones de servicios paralelos (pagos con tarjeta, etc)

Una de las industrias mejor posicionadas para proporcionar una visión de la evolución del comercio electrónico es la industria de transporte que está participando activamente en este canal. Evidentemente estos análisis sólo se refieren al comercio electrónico de mercancías físicas, aunque la evolución en servicios (viajes, etc) es muy parecida y algunas de las conclusiones en realidad se aplican a ambas familias.

MRW ha venido participando desde hace varios años como uno de los lideres del sector con una cuota de aproximadamente 18% si se tiene en cuenta exclusivamente el retail o comercio detallista en internet. Todos los análisis y conclusiones en este artículo se refieren a ese segmento del transporte B2C, ya que el resto que no es comercio (envío de routers a domicilio, etc) no tiene por qué tener la misma evolución y sigue otras dinámicas.

El crecimiento que en MRW hemos visto en la cartera de servicios enfocados específicamente a comercio electrónico es un crecimiento recurrente en los últimos años superior al 20%. Este crecimiento es superior a un 30% en el primer trimestre de 2013, demostrando la solidez de la tendencia.

Uno de los datos que frecuentemente sorprende es el número de empresas que compone este volumen. El número de clientes que operan en los servicios de E-Commerce de MRW es de más de 10.000 clientes activos que operan de forma diaria. Estimamos que el universo completo de empresas que operan en E-Commerce de alguna manera en España es de más de 20.000 empresas.

Enrique Sánchez, Director General de Logística y E-Commerce MRW

MRW es el operador preferente de los grandes distribuidores en internet en España

En términos de servicios MRW ha puesto en marcha varios servicios más allá de la entrega a domicilio "next day" o de entrega al día siguiente. La cartera de servicios de MRW va desde la entrega en punto (con una red de más de 1.500 puntos entre franquicias MRW y redes asociadas) hasta los servicios de canje de productos, recogida de firmas o entregas en el mismo día.

La tendencia general del mercado está experimentado un interesante cambio hacia servicios más adaptados al usuario en cuanto a sus horarios y sus hábitos de compra, y esta será la línea de acción en el futuro. Los informes con más documentación al respecto pronostican que la actividad de E-Commerce se duplicará en España hasta 2015 a pesar de la crisis económica, y de hecho algunos informes de la UE sugieren que la venta online podría ser uno de los grandes generadores de empleo en los próximos años, ya que lleva asociados trabajos (como la distribución a domicilio, la gestión de redes sociales) que se encuentran en menor medida en el comercio offline.

MRW

www.mrw.es

MRW E-COMMERCE

Para aquellas empresas que comercializan sus productos a través de Internet.

www.mrwecommerce.com

Distribución de las compras realizadas a través de la tienda web
MRW se encarga de realizar el envío de todas las compras efectuadas en las Tiendas Web para que sean entregadas al usuario final, con la máxima garantía y calidad.

Solución Integral
Creación de la tienda web e integración con nuestra solución de transporte.

Si no dispones todavía de una tienda en internet, MRW a través de compañías líderes en el marketing digital, ha diseñado una solución para ayudarte a comenzar a vender en internet de forma rápida, sencilla y económica a la medida de tu proyecto de negocio.

Nuestros equipos de asesores en comercio electrónico se encargarán de gestionar el proceso y sincronizado con nuestra red de transporte MRW.
Más información en nuestras oficinas MRW o llamando al 902.300.400.

Soluciones para vender online
Canje de producto: si el producto no le gusta al cliente, se lo cambiamos.
Entrega a domicilio: comodidad para el cliente que recibe su compra en casa.

Más de 10.000 tiendas online disfrutan ya de nuestro servicio

Franja horaria
Posibilidad de realizar la entrega en el tramo de horario elegido por el cliente: de 8.30 a 14.00 horas y de 16.00 a 19.00 horas (otros horarios en nuestras oficinas de MRW).

Entrega en oficina MRW
Posibilidad de recoger el envío entre las 8.00 horas y las 20.00 horas en nuestras oficinas más cercanas (otros horarios a consultar en oficinas MRW).

Market Places
Envía directamente desde tu proveedor a tu cliente y evita almacenes.

Servicios Internacionales
Nuestro E-Commerce para destinos internacionales, está diseñado para empresas que apuestan por el desarrollo de su negocio fuera de nuestras fronteras a través de esta actual vía de comercio.

Same Day
Entrega antes de las 20.00 horas, en el mismo día que se recoge y mejora la experiencia de compra de tus clientes

Almacén y preparación de pedidos
Configuramos a su medida el proceso íntegro desde que su producto se vende hasta la entrega final a sus clientes, respondiendo rápidamente a la demanda y a sus clientes finales:

Almacenes externalizados, flexibilidad a cambios de producción y estacionalidad, variabilidad en los costes y por tanto, ahorro en inversiones y obtención de economías de escala.

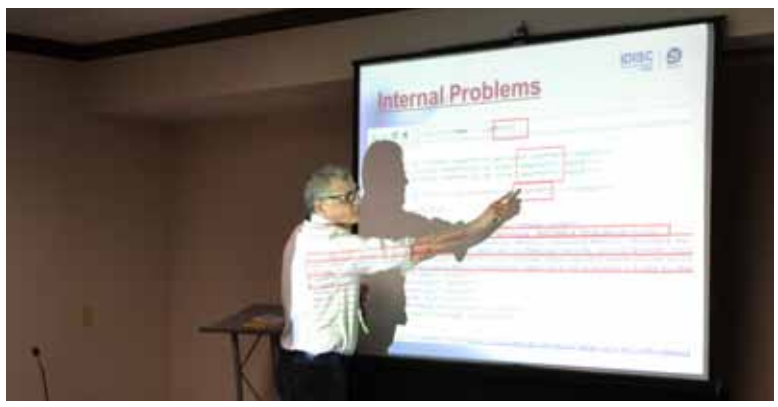
Contact Center
Alineando logística y seguimiento. Un call center integrado y propio en las instalaciones de MRW Logística Avanzada, que además, es capaz de hacer un seguimiento exhaustivo de todas y cada una de sus ventas.

Un solo centro de operación y atención al cliente interconectado, donde los productos y los servicios post y preventa están bajo una misma gestión, flexibilidad en atención a sus necesidades, análisis de resultados y reporte de actividad in-situ, personal experto en telemarketing y atención telefónica.

ENTREVISTA A PERE GRIVÉ AYGUADÉ, DIRECTOR GENERAL DE iDISC

"Reforzamos la presencia global de las empresas mediante herramientas informáticas de comunicación y traducciones profesionales"

Un comunicado colgado en la web de una empresa traducido a varios idiomas; el software de un dispositivo móvil adaptado a diferentes variantes del español o la creación y gestión de los *tweets* de una multinacional adaptados a un determinado país. Estas son solo algunas de las acciones que realiza iDISC, una empresa TIC catalana con cerca de 50 empleados y que durante 2012 exportó un 91% de su facturación. Creada hace más de 25 años, con sede central en Olesa de Montserrat (Barcelona) y centros operativos en Argentina, México y Brasil, está dirigida por Pere Grivé, de 53 años, con formación técnica y empresarial, y una visión innovadora y flexible que ha llevado a la empresa a crecer de un modo constante.



-¿Cuáles son los servicios que ofrece iDISC?
Fundamentalmente son dos y sinérgicamente unidos entre sí. Por un lado desarrollamos herramientas informáticas de comunicación y plataformas web que permiten a las empresas mejorar la relación con sus clientes. Hablamos de portales corporativos, software para el envío de newsletters o sitios web orientados a la captación de clientes y/o a su fidelización. Además, contamos con una red de más de 1.200 traductores profesionales en su idioma nativo, que se especializan tanto en traducción de contenidos web como de cualquier otro tipo de documentación. La meta es clara: llegar a cada destinatario en su idioma y aún más importante, hacerlo en el contexto y entorno cultural adecuados.

-¿Para quién trabaja iDISC?
Nuestros clientes son empresas que apuestan por una comunicación global y a la vez personalizada para los diferentes puntos del mundo en los que operan y que necesitan unir una plataforma de gestión y publicación de contenidos a un sistema de traducción de un modo transparente y fácil. Lo hacemos para empresas de distintos sectores, para la Administración Pública, para agencias de comunicación y también para grandes multinacionales de servicios lingüísticos.

-¿Su servicio por tanto es un binomio de informática y traducción?
Le pondré un ejemplo: un cliente norteamericano acaba de modificar su página en inglés, publicando una nueva nota de prensa que debe traducirse a diversos idiomas; nosotros nos enteramos al instante. En este momento se pone en marcha nuestro flujo de trabajo automatizado para realizar el proceso de traducción correspondiente sin que nuestro cliente tenga que preocuparse de nada. Así, la empresa puede publicar y distribuir la nota de prensa de un modo simultáneo en todos los mercados con la calidad de una traducción hecha por profesionales nativos en cada lengua y con la absoluta garantía de una alta seguridad informática.

-Ustedes han visto la llegada de la Web, de los blogs y ahora de las redes sociales…
Efectivamente, trabajamos para más de 300 clientes en todo el mundo y en diferentes tipos de proyectos. Un sitio web corporativo presenta la imagen de una empresa u organización, un blog ofrece información relevante para el visitante y puede contemplar diferentes puntos de vista dentro de la misma organización, y las redes sociales permiten a las empresas distribuir información de forma muy dinámica. Para conseguir la máxima eficacia de estas plataformas, es imprescindible tener claros los objetivos que se quieren alcanzar y gestionarlas de forma adecuada. Debemos elegir qué contenido se publica en cada una de estas vías de difusión y asegurarnos de que está adaptado a la cultura de cada área geográfica. No se puede gestionar una red social de la misma manera en Argentina que en México, aunque el idioma sea el mismo.

-¿Cuáles son sus planes de futuro?
Además de mantener la calidad en nuestros servicios y continuar innovando, queremos seguir creciendo a un ritmo de dos cifras anuales, como en los últimos años. En cuanto a nuevos mercados, queremos ampliar nuestra presencia en los Estados Unidos, en Europa y en otros países de América del Sur.

iDISC making communication easy | 25 1987-2012

www.idisc.es

La tecnología entendida bajo la visión estratégica del negocio

Hacer referencia a Inycom es hacer referencia al socio tecnológico de referencia para multitud de empresas y entidades públicas desde hace más de 30 años

"Vamos más allá de ser un proveedor informático más. Lo que nos diferencia es que ofrecemos soluciones y servicios de valor alineados al negocio de nuestros clientes", afirma Victor Vidal, director de la unidad de negocio TIC de Inycom. La confianza depositada por esos clientes a lo largo de estas tres décadas de trabajo es el mejor aval para una empresa que ha sabido gestionar su éxito gracias a una constante formación tecnológica y a la planificación estratégica de sus actividades y áreas.

"Somos conocidos por nuestro amplio portfolio de servicios TIC, que van desde las soluciones de Business Intelligence a las soluciones de apoyo a los procesos y a la continuidad en el negocio, pasando por servicios de soporte a la Infraestructura TIC", explica Victor Vidal. Una de las áreas más innovadoras de Inycom es la de "Soluciones de Procesos de Negocio", cuyo equipo de especialistas en diseño de software a medida desarrolla desde aplicaciones en movilidad hasta soluciones de negocio específicas para todo tipo de dispositivos con diversos entornos (iOS, Android, Windows 8, Symbian, QT, etc.)

Soluciones

"Eccobuzz" es una solución que permite monitorizar, analizar y gestionar de forma integral la comunicación corporativa online de cualquier organización, ordenando, categorizando, filtrando y exportando la información de forma ágil. "Se trata de una solución útil para directores de comunicación y de marketing de empresas e instituciones ya que la información obtenida se presenta en tiempo real mediante listas, gráficos e indicadores que permiten conocer la percepción general en internet de su marca, o de su competencia", explica Vidal

Desde el área de movilidad de Inycom también se ha desarrollado "Alerta Polen", una aplicación para teléfonos móviles que facilita información sobre los niveles ambientales de polen. Lo que resulta útil de esta solución es que el usuario puede parametrizar la tipología de polen, algo que, en palabras del director de TI de Inycom, "es fundamental para las personas alérgicas porque les informa sobre los niveles de concentración de distintos tipos de polen y les avisa si se superan los umbrales de riesgo".

Son muy diversas las aplicaciones desarrolladas por Inycom que tienen utilidad en el día a día de las empresas y usuarios. Asimismo se han desarrollado dispositivos móviles para agilizar los controles veterinarios en las granjas de crianza; para gestionar la seguridad vial; o para estimular la comunicación de personas con discapacidad o ancianos, entre otros ejemplos.

eccobuzz Manage your buzz around

La información bien gestionada otorga poder de decisión

Las soluciones de Inteligencia en el Negocio facilitan a quienes toman decisiones en las organizaciones, información ágil y precisa en el momento y de la manera adecuada para su óptima gestión y análisis. "Fiel a nuestra política de alinearnos al negocio del cliente más allá de a una opción estrictamente tecnológica, trabajamos con herramientas punteras en el ámbito de BI, como SAP BO, Microstrategy, Microsoft BI, Teradata, Oracle, Informatica, Tagetik, CRONO Analytics, etc. Por ello podemos ofrecer la solución más adecuada a nuestros clientes", comenta Vidal.

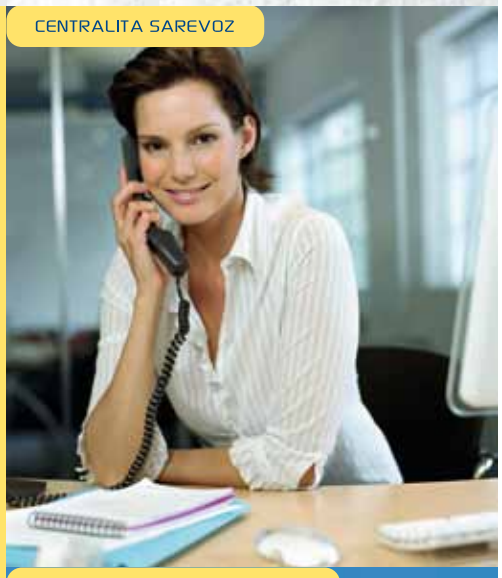
Dispone también de soluciones CPM para la gestión de la Estrategia corporativa y financiera; soluciones de Cuadros de Mando y Reporting Corporativo; Soluciones de Integración de datos y Datawarehouse; soluciones de Análisis ad-hoc y Calidad de datos; etc, herramientas todas ellas que permiten alinear la gestión estratégica de una empresa con cada una de sus operaciones y obtener así el mayor rendimiento posible.

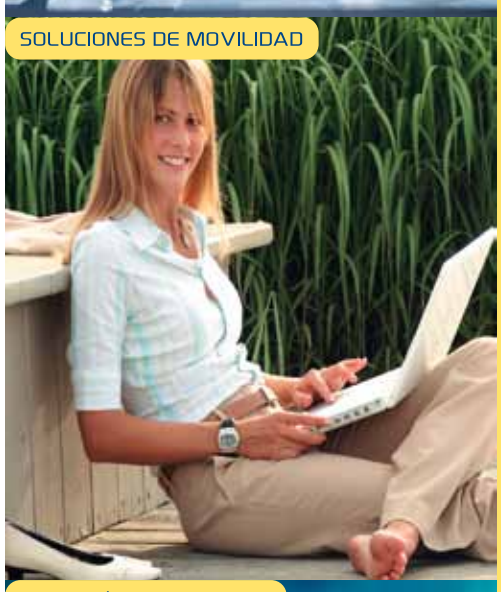
"Inycom destaca porque la metodología y herramientas que utilizamos en la elaboración de soluciones de BI aportan resultados al cliente en un breve plazo de tiempo y a un coste reducido. Además de ser sencillas en su uso e independientes a la hora de la realización de cambios", concluye el responsable del área TIC de Inycom.

Inycom

www.inycom.es

Para todo lo que su empresa necesite en Internet Sarenet le sirve más.





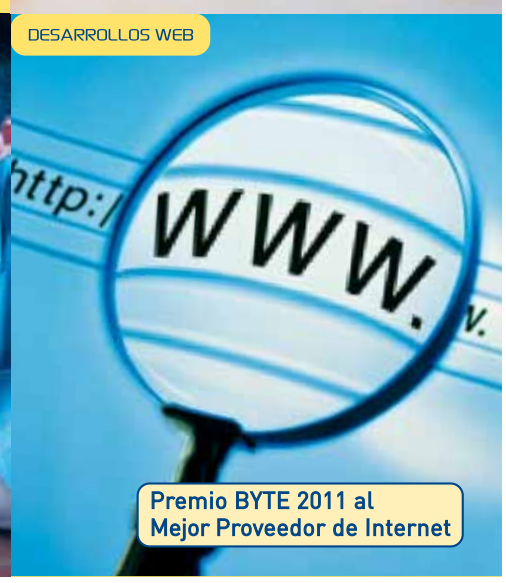
Le damos más soluciones. Con Sarenet tiene la posibilidad de resolver todas sus necesidades de **voz y datos** con un único proveedor. Con soluciones a medida. Con un alto nivel de calidad garantizada, la máxima seguridad y disponibilidad permanente.

Le damos más garantías. Con un equipo profesional, con 17 años de experiencia y especialización en empresas, que le asesora y le ayuda a mejorar el rendimiento de su negocio en el uso de Internet.

Le damos más servicio. En Sarenet contará con el mejor soporte a cargo de nuestro personal técnico, que además podrá encargarse, si lo desea, de la gestión de la infraestructura tecnológica de su empresa.

SARENET

Profesionales de la Red.



Premio BYTE 2011 al
Mejor Proveedor de Internet

Infórmese en el 902 239 076 ó en www.sarenet.es