El Norte de Castilla
Nº 1 / Abril de 2012 www.e-volucion.es

e-volución

LA REPUTACIÓN 'ON-LINE', EL MEJOR ESCAPARATE DE MARCA

DESDE 26,20 EUROS, LAS TABLETAS ESTÁN AL ALCANCE DE TODOS LOS BOLSILLOS. ANÁLISIS DE LAS CUATRO MÁS BARATAS DEL MERCADO

SALTO AL NEGOCIO DIGITAL

Decisión, sacrificio y voluntad son las claves para el éxito según el vallisoletano Jorge Sierra, que vendió su web sobre la NBA por una cifra millonaria

Jorge Sierra y Raúl Barrigón, en la terraza de la sede de HoopsHype, en Madrid.

Foto *Iñaki Bilbao*

¿ERES DE LOS QUE TODAVÍA NO LA TIENE

Disponible en Android Market

Disponible en el App Store

La agenda cultural de El Norte de Castilla en realidad aumentada

Descárgate la aplicación en tu Smartphone es GRATIS

Actividad subvencionada por el:

Colabora:

Un proyecto de:

Editorial

e-volución: Un proyecto que nace para ser útil a nuestros lectores

F. Javier Escribano Cordovés.
Ingeniero Europeo (EUR ING), MBA
Gerente de El Norte de Castilla Digital.

@fjescribano

Tras varios meses de intenso trabajo pensando en nuestro lector, se ha materializado el Proyecto e-volución. Nuestros especialistas en el mundo de los negocios digitales se dieron cuenta de que el público, especialmente en estos momentos, necesita encontrar oportunidades. Nada mejor para esto que el mundo del negocio digital. Uno de los pocos que sigue aumentando sus ingresos a pesar de las circunstancias.

Por eso tomamos como obligación difundir qué se está haciendo y, sobre todo, qué puede ser útil a quien nos visite. Cinco áreas principales son las que cubriremos permanentemente: Negocio Digital, Ciencia e Investigación y Desarrollo, Innovación, Actualidad Digital y Formación para el empleo. Información que, siempre desde un punto eminentemente práctico, tratará de dar a conocer qué se está moviendo y cómo aplicarlo a los negocios tradicionales para que el mundo digital sea siempre un complemento de ayuda efectiva a la generación de negocio y, por tanto, de empleo.

Hemos optado por un modelo de difusión muy amplio. Por un lado contamos con el portal vertical ubicado en www.e-volucion.es. Allí encontraremos una variedad de contenidos que profundizará aún más en cada sección ofreciendo subsecciones más especializadas: nuevos modelos de negocio, casos de éxito, formación para nuevos perfiles laborales, y muchos otros temas permanentemente actualizados. Como hoy no puede ser de otro modo, nuestra comunicación a través de internet también está ya asociada a los perfiles de e-volución en twitter (@e_volucion), facebook y otras para poder recibir la información sin, ni siquiera, tener que ir a buscarla y para acceder a ella también desde una tableta o teléfono inteligente. Por otro lado el medio impreso contará con el suplemento que mensualmente se incluirá en El Norte de Castilla. El diario decano de la prensa española, como siempre ha acostumbrado, sigue con su firme compromiso de comunicar y dar recursos a la sociedad para el progreso. Hemos hecho una gran apuesta con este suplemento especializado, tanto en número de páginas como en formato para facilitar al lector que lo desee la posibilidad de coleccionarlo.

Y, en pocas semanas, se pondrá en marcha otra base de este proyecto que el lector me va a permitir me reserve hasta que sea una realidad pero que comunicaré también desde esta tribuna.

Esperamos que este proyecto informativo les interese y les animo a seguirlo mensualmente de forma impresa y con mucha más frecuencia en la red de redes. Es momento de 'e-volucionar'. Un saludo.

sumario

NEGOCIO DIGITAL
Entrevista a Adrián García Nevado 7

INNOVACIÓN
FacturaPro, herramienta para pymes 10 y 11

CIENCIA, INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO
Satélites 'made in' Valladolid 19

FORMACIÓN PARA EL EMPLEO
Perfiles profesionales del XXI: el CM 22

ACTUALIDAD DIGITAL
Dos jóvenes creadores de Apps 26 y 27

¿Pagar por ver? 30

Nuestros expertos

Manuel A. Fernández.
Ingeniero T. en Informática.
Auditor de Calidad en Tecnología de la Información.
Director de Operaciones de EAM Sistemas Informáticos.

SaaS: Otra forma de adquirir software P06

Antonio Ferreras.
Doctor en Telecomunicaciones.
Director de Telefónica I+D del Parque Tecnológico de Boecillo (Valladolid).

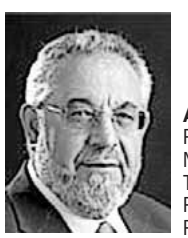
Aplicaciones en los teléfonos móviles P13

Carlos Ceruelo.
Vicepresidente de Ametic.
Miembro cualificado de Mensa.
Director de Everis en Castilla y León.

Supercerebro P15

Inés Leopoldo.
Ingeniera en Electrónica.
MBA.
Senior Member de IEEE.
Directora General de Mitsue Venture.

El conocimiento a demanda P23



Antonio Mateos.
Presidente de la Federación Nacional de Instaladores de Telecomunicaciones (Fenitel).
Presidente de la Federación Plenario del ORSI.

El dividendo digital P28

e-volución

EDITA: El Norte de Castilla
COORDINACIÓN: Liliana Martínez Colodrón.
DISEÑO Y MAQUETACIÓN: He Kyeong Ko y Pedro Resina.
MPRESIÓN: Printolid.
COMERCIALIZACIÓN: CM CYL.
publicidad@cmcyl.es **TELÉFONO:** 983 412 124

e-volucion@elnortedecastilla.es

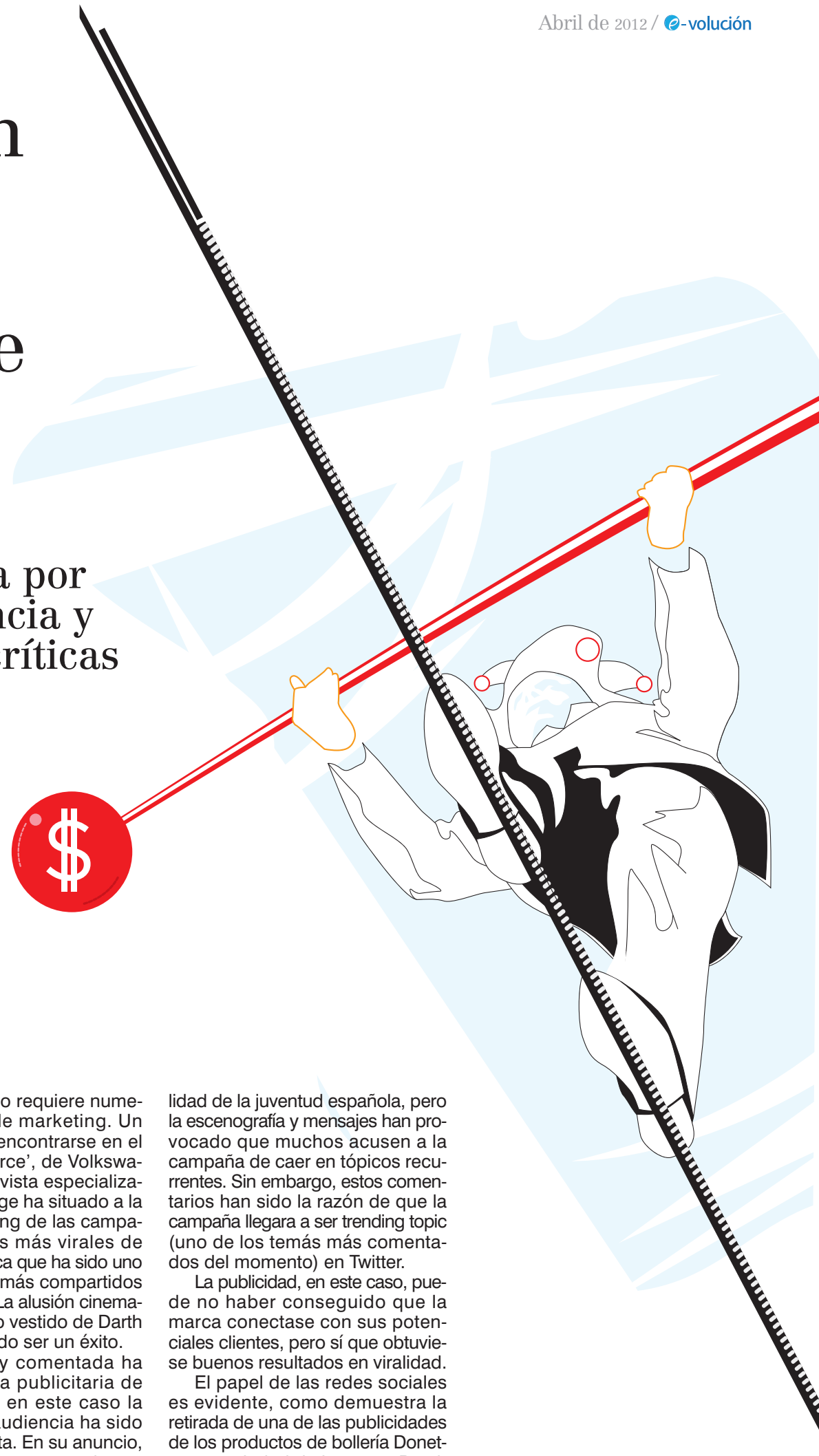
[PRÓXIMO NÚMERO 16 DE MAYO]

SÍGUENOS EN FACEBOOK Y EN TWITTER @e_volucion

La reputación 'on-line': el mejor escaparate de una empresa

Generar una respuesta positiva del cliente pasa por potenciar la transparencia y prestar atención a las críticas

Por *Inés Pérez*



Uno de los aspectos que una empresa debe cuidar a la hora de analizar su presencia 'on-line', es el de la reputación. También conocida como ORM (del inglés Online Reputation Management), la gestión de la reputación 'on-line' implica conocer la imagen, positiva o negativa, que se tiene de cara al resto de usuarios de la Red.

La importancia de este aspecto radica en que es imprescindible conocer el estado de la reputación 'on-line' antes de poder diseñar una estrategia efectiva de promoción . De aquí surge la necesidad de diseñar un plan de gestión, que se traduce en la detección, seguimiento y control de todas las informaciones relacionadas con la empresa.

Crear una imagen de marca como escaparate de la empresa puede conllevar ingentes gastos en publicidad y marketing, que serían inútiles o muy poco efectivos, en el caso de que la marca estuviera dañada previamente por una crisis de reputación, o, simplemente, mal construida o enfocada.

Tan importante como generar una respuesta positiva de los clientes es tener en cuenta que evitar o desoír las críticas, lejos de acallarlas, contribuye a diluir la transparencia corporativa.

En esto sentido, la empresa debe prestar especial atención a las demandas comunicativas de sus clientes. Gestionar adecuadamente una crisis de reputación pasa por solventar el error a tiempo. Del mismo modo, no hay que dejarse llevar por la autocomplacencia y pensar que un acierto publicitario puntual es motivo para la relajación.

Crear mensajes que respondan a la filosofía de la empresa y que lleguen al usuario requiere numerosos análisis de marketing. Un ejemplo puede encontrarse en el anuncio 'The Force', de Volkswagen, al que la revista especializada Advertising Age ha situado a la cabeza del ranking de las campañas publicitarias más virales de 2011. Esto significa que ha sido uno de los anuncios más compartidos por los usuarios.La alusión cinematográfica del niño vestido de Darth Vader ha resultado ser un éxito.

También muy comentada ha sido la campaña publicitaria de Loewe, aunque en este caso la reacción de la audiencia ha sido totalmente distinta. En su anuncio, Loewe pretende acercarse a la realidad de la juventud española, pero la escenografía y mensajes han provocado que muchos acusen a la campaña de caer en tópicos recurrentes. Sin embargo, estos comentarios han sido la razón de que la campaña llegara a ser trending topic (uno de los temás más comentados del momento) en Twitter.

Las claves del éxito: Aunar la filosofía corporativa con las expectivas del cliente potencial

La publicidad, en este caso, puede no haber conseguido que la marca conectase con sus potenciales clientes, pero sí que obtuviese buenos resultados en viralidad.

El papel de las redes sociales es evidente, como demuestra la retirada de una de las publicidades de los productos de bollería Donettes, propiedad de la marca Panrico. Con motivo de la campaña 'No me toques los Donettes', la marca incluyó diversas frases en los envases del producto y la de 'A pedir al metro' desató la polémica, al considerarse poco afortunada en tiempos de crisis económica.

Estos ejemplos reflejan hasta qué punto la retroalimentación con los clientes se convierte en uno de los ejes de la política de marketing.

Loewe y la nueva visión de la juventud española

La campaña de Luis Venegas buscaba representar «a un amplio sector de la juventud española». Pero los internautas respondieron con ironía ante afirmaciones del tipo «estar enamorada es super guay» o «lo más guay de España, son las españolas».
El tema acabó siendo uno de los más comentados en Twitter.

'The Force': Volkswagen apuesta por la fuerza

El anucio de Vokswagen toma como protagonista a un niño disfrazo de Darth Vader. El tono humorísitco de la campaña y la popular alusión cinematográfica, le han valido multitud de críticas positivas. De hecho, ha sido considerado como el anuncio más viral de 2011, es decir, el más compartido y comentado.

'A pedir al metro': un error en época de crisis

Panrico se vio obligado a retirar la campaña publicitaria que se mostraba en los envases del producto Donettes después de recibir numerosas críticas en las redes sociales. La campaña 'No me toques los Donettes', con frases como 'A pedir al metro', fue considerada ofensiva en una situación de crisis económica.

«Ignorar una crisis de reputación es el peor error»

Alfredo Vela, director ejecutivo de Social Media TIC

La empresa que busque una buena reputación en redes sociales no solo debe estar en ellas, debe ser activa y responder ante las críticas.

–¿Cuándo empieza a crearse la reputación 'on-line'?

–En el momento en que llegamos a las redes. Es lo primero que hemos de hacer, porque sino no podremos hablar al mundo, ni escuchar lo que piensan de nosotros.

–¿Cuál es el principal error de la empresa al gestionar una crisis de reputación?

–Intentar ignorarlo, sin duda. Lo peor que puede hacerse es quitar importancia al error y esperar a que pase la tormenta. Es mucho más recomendable reaccionar cuanto antes, detectar el origen del problema y tomar medidas, aunque suponga reconocer que se ha errado.

–¿Está justificado el temor a estar en redes sociales por no saber gestionarlas?

–En mi opinión, no, porque el primer error real que se puede cometer en redes sociales es no estar en ellas. Es cierto que hay reticencias basadas en el desconocimiento, pero es una barrera que la empresa debe superar. Yo recomendaría dejar atrás los temores y diseñar un plan de marketing 2.0.

–¿Interesan más unas redes que otras de cara a promocionar una empresa?

–Diría que sí. Hay redes sociales claramente profesionales, como LinkedIn o Twitter, y otras más enfocadas al terreno personal, como Facebook. Está claro que las primeras juegan un papel decisivo en la promoción corporativa.

Cómo mejora un ERP mi negocio

Por *I.Pérez*

Una buena gestión de la información en la empresa puede suponer no solo un ahorro de tiempo, sino también la optimización de los recursos de la organización. Este es el objetivo que toma como punto de partida la creación y aplicación de una Planificación de Recursos Empresariales (o ERP, por sus siglas en inglés, Enterprise Resource Planning).

Este sistema de gestión busca integrar en uno solo todos los procesos de la empresa, desde las manufacturas y la logística, a la contabilidad, pasando por la publicidad y la mercadotecnia. De este modo, el ERP favorece el control del inventario y facilita un plan de trabajo más eficiente, lo que se traduce en una mejora de la productividad de los trabajadores.

En el aspecto financiero, la aplicación de un ERP también conlleva beneficios, puesto que organiza y simplifica la distribución de los KPI's (Key Performance Indicators, datos Indicadores de Desempeño), que permiten evaluar el rendimiento de los procesos.

Estas razones sirven para justificar la puesta en práctica de una Planificación de Recursos Empresariales, que debe integrar todos los departamentos de la empresa y favorecer la comunicación entre sus miembros.

Ahora bien, llevarlo a la práctica requiere aplicar un proceso y estrategia bien definidos. En primer lugar es necesario analizar la situación actual de la empresa, sus necesidades y, en base a ello, definir los resultados y modelo de negocio que se pretende conseguir o RFP (del inglés Request for Proposal). A continuación podrá diseñarse una estrategia de implantación del ERP, que debe responder a las características concretas de la empresa y que debe nutrirse con controles de calidad periódicos para considerar posibles modificaciones.

No se trata de un proceso sencillo y el éxito no está asegurado. Personalizar un ERP puede ser costoso, lo que implica un esfuerzo extra para las pymes. Con todo, la principal exigencia que requiere su aplicación es la voluntad de modificar el sistema de trabajo y la organización de los procesos productivos. Y es que el nuevo sistema de planificación, por su rigidez, puede originar 'cuellos de botella' cuando no ha sido interiorizado por los módulos departamentales.

La decisión de poner en marcha una Planificación de Recursos Empresariales no debe tomarse a la ligera. Sus beneficios justifican su aplicación, siempre y cuando el desarrollo se ajuste a la situación presente de la empresa y a sus potenciales aspiraciones de futuro.

PASOS en la implementación de un ERP

1) Definición de la situación de la empresa y sus aspiraciones futuras

2) Compromiso de los módulos departamentales en la aplicación de un sistema integrador

3) Diseño de la estrategia de ejecución del ERP

4) Análisis y valoración de los resultados

5) Modificaciones

Saas: Otra forma de adquirir software

Manuel A. Fernández

Director de Operaciones de EAM Sistemas Informáticos
manuel.fernandez@eam.es
@manuelfdez

En ocasiones, llega a nuestras manos un suplemento semanal, una revista especializada o un artículo de un periódico, en el que aparecen conceptos como ERP, CRM, SaaS, Cloud, y pasamos por encima, mientras pensamos en lo lejano que queda eso de nosotros.

Sin embargo, si eres de los que haces una factura tomado como plantilla la factura anterior, o tu sistema de gestión está basado en hojas Excel, o los datos de tus clientes y proveedores (compras, ventas, pedidos, precios) están en documentos separados e inconexos, o no tienes control sobre cuándo contactar con un cliente o cuándo fue la última vez que hizo un pedido… y, la copia de seguridad es algo que vas a hacer nada más leer esto, es posible que estos conceptos empiecen a resultarte interesantes. A las aplicaciones que nos resuelven estos problemas se las conoce con el nombre de Planificación de Recursos Empresariales, o ERP (del inglés Enterprise Resource Planning), y gestiona las compras, ventas, cobros y pagos, facturación, clientes, proveedores, almacén, recursos humanos, calidad, etc. Del mismo modo, las aplicaciones de Gestión de Relaciones con los Clientes, o CRM (del inglés Customer Relationship Management), nos permiten un fácil acceso a los datos de nuestros clientes, tanto potenciales como reales, oportunidades de venta, campañas de marketing, cuánto hace que no les visitamos, que no nos hacen un pedido, lo que llevamos facturado este año, compararlo con el año anterior, etc. Estos sistemas de información requieren grandes servidores y paquetes de software muy costosos y de configuración compleja. Ésta es la razón por la que solo eran utilizados por medianas o grandes empresas, con un departamento técnico integrado en su estructura empresarial.

La llegada al mercado de aplicaciones de pago por uso, dentro del modelo de software como servicio, o SaaS (del inglés Software as a Service) ha conseguido popularizar estas herramientas. Entonces ¿puede un autónomo o pequeña empresa disponer de una potente aplicación para gestionar su negocio?

Veamos, bajo esta fórmula de contratación no hay que hacer inversión en nuevos equipos ni licencias, es independiente del hardware y sistema operativo que utilicemos, las aplicaciones se actualizan de forma transparente y sin intervención del usuario, empezar a utilizarlas es prácticamente inmediato, sin sorpresas en la facturación (en la cuota mensual se incluye el coste de uso, su mantenimiento, las actualizaciones, el soporte técnico y las copias de seguridad), no hay que hacer ampliaciones de hardware al aumentar el número de usuarios o delegaciones puesto que el pago es lineal por número de usuarios; y por último, y posiblemente más importante, se consigue el tan deseado 'dato único', al acceder todos los usuarios, desde cualquier dispositivo (PC, portátil, tablet, smartphone, que tenga navegador web) y desde cualquier lugar (con acceso a Internet), a los mismos datos, en tiempo real. Entrando en la parte económica, hay sistemas de gestión que por nueve euros al mes permiten disponer de las herramientas de gestión más necesarias para un autónomo o para una pequeña empresa o negocio.

¿Y entre todos los sistemas de gestión que hay en el mercado, cuál elegir? Los puntos a valorar de una aplicación SaaS son: que nos permita la descarga de nuestros datos para poder llevarlos a otro proveedor si no estamos satisfechos, que nos faciliten la introducción de los datos actuales, que todos nuestros datos estén en servidores dentro de España (LOPD), que cuente con un certificado SSL para evitar que nos intercepten los datos, además de proporcionarnos la seguridad de estar en la web que creemos estar (antiphising), que disponga de un interfaz de programación de aplicaciones, o API, que permita que una comunidad de desarrolladores, completamente independiente, pueda interrelacionar el producto con otras aplicaciones; que nos garanticen unos niveles de servicio, o SLA sobre tiempo de respuesta ante incidentes, porcentaje de inactividad del servicio, paradas programadas, etcétera, y como puntos de valor añadido que disponga de extensión para móviles, facilidades de acceso a clientes y proveedores (por ejemplo gestorías) y, que la trayectoria de la empresa que está detrás nos dé confianza.

Espero que disfruten del amplio abanico de aplicaciones que se ofrecen en modo SaaS, englobadas dentro de los llamados servicios 'en la nube' o Cloud.

«Es mucho más racional que la gente pague el terminal y las operadoras inviertan en redes»

ADRIÁN GARCÍA NEVADO

Director del Territorio Centro en Telefónica España

Por *Liliana Martínez Colodrón* / **Foto** *Carlos Bandrés*

Ni Iphone, ni Galaxy... una Blackberry. Adrián García Nevado, director del Territorio Centro en Telefónica España, es fiel a su terminal en unos tiempos en los que iOS y Android luchan por el primer puesto en el mercado de los smartphone. Se trata tan solo de una batalla dentro de la guerra de la telefonía. Una guerra en la que una buena estrategia decide el futuro de una compañía. Ahora, Telefónica ha decidido cambiar completamente la suya. La multinacional ya no regalará más teléfonos. «Nuestro reto es que el cliente que ya está en casa se quede con nosotros», explica este informático de Sistemas, aficionado a Twitter y a Goggle Maps, que califica de valiente una decisión que a su juicio «pone racionalidad en el mercado».

«Antes de junio estará disponible Joyn, que mejorará WhatsApp, Messenger y Skype»

–¿Por qué Telefónica ha decidido cambiar su política de negocio?
–Nuestro reto es que el cliente que ya está en casa se quede con nosotros y no quiera irse. Para ello debemos ofrecerle el mejor servicio, las mejores tarifas y la mejor red. Supone un cambio radical en la forma de comercializar terminales, con financiación de smartphones para hacerlos más asequibles, puesta en el mercado de terminales de segunda mano en perfecto estado, compra al cliente de sus móviles antiguos, además de planes de puntos más agresivos. Todo ello, junto a una simplificación y mejora de tarifas.Hemos dado un paso adelante en el mercado y hemos sido valientes, como le corresponde a una empresa líder en su sector.

–¿El encarecimiento de los terminales, cada vez más multitarea, está detrás de esta decisión?
–No creo que este sea el motivo principal, sino la voluntad de centrar todos los esfuerzos y dedicar todos los recursos al cliente que está en casa y que ha sido fiel durante años. Por otro lado, y esto es una reflexión de carácter personal, no sé si tiene mucha lógica que estemos dando un uso de meses a terminales de altas prestaciones fabricados para durar mucho más, entrando en una vorágine de portabilidad por el terminal que compromete seriamente los márgenes y la capacidad de seguir invirtiendo. Es mucho más racional que la gente pague el terminal y que los operadores inviertan en redes y servicios.

–Vodafone ha anunciado que sigue sus pasos pero otras compañías, como Orange, les desafían; ¿creen que más tarde o más temprano terminarán uniéndose?
–No lo sé. Cada uno debe buscar un modelo de negocio rentable y que no comprometa la calidad del servicio que presta, y supongo que es lo que hacen nuestros competidores. A nosotros no nos preocupa lo que hagan los demás, sino estar en disposición de ofrecer la mejor calidad de servicio y para ello es necesario apostar por la innovación y por la inversión en redes del futuro como la fibra.

–¿Cree que el cliente va a entender este cambio de estrategia?
–El cliente es muy inteligente y lo que realmente quiere y valora es un servicio de calidad, que mejore la competitividad de su negocio y de sus comunicaciones personales. Y eso solo puede garantizarse innovando e invirtiendo en futuro. Hemos preguntado a nuestros clientes y no quiere más promociones, sino una buena oferta definitiva y clara y un buen servicio. Además, quien desee tener un móvil con Movistar, lo tendrá con nuevas opciones como financiación, 'refurbish', o puesto a nuevo.

–¿Cuál es el tipo de cliente que anhela Telefónica?
–Un cliente satisfecho que se sienta 'en casa'. Que perciba que sus tarifas no solo son competitivas, sino que los servicios que recibe son de mayor calidad y más innovadores.

–¿Esta nueva política de Telefónica va a llevar aparejada un abaratamiento de las tarifas?
–En 2011 realizamos un esfuerzo comercial sin precedentes. Decidimos escuchar a nuestros clientes y comenzamos la revolución: En septiembre lanzamos Movistar ADSL con un precio definitivo y competitivo, solo por ser cliente de móvil Movistar. En noviembre simplificamos nuestro portfolio de contrato móvil con condiciones especiales para los nuestros para siempre. En diciembre lanzamos tarifas de prepago desde 0 euros entre líneas de Movistar... El esfuerzo continúa. Esta misma semana hemos reposicionado el precio de nuestra fibra 50 megas en un euro. Los clientes que tengan con nosotros la línea móvil pagarán por 100 megas el mismo precio que la fibra a 50 megas.

–La telefonía móvil ha cumplido 39 años. En este tiempo, la transformación de los teléfonos en móviles y de estos a los smartphones ha sido sorprendente pero, ¿la metamorfosis ha finalizado ya o este producto dispone aún de mucho camino por recorrer?
–En los próximos años veremos un cambio espectacular en la manera que concebimos la movilidad y las posibilidades del terminal. Como tendencias destaca la tecnología NFC, que permitirá llevar en el dispositivo de forma virtual tarjetas de crédito, tarjetas de fidelización y de acceso, incluso el DNI. También, el reconocimiento de imágenes o de voz, con lo que será más agradable y sencilla la comunicación.

–En el último año, el servicio de mensajería WhatsApp se ha erigido como el gran competidor de los sms. ¿Cómo piensa la compañía competir contra los mensajes y las llamadas gratuitas vía Internet?
–Joyn, el nuevo servicio RCS-e (RichCommunication Suite Enhanced) de Movistar, Vodafone y Orange, estará disponible este primer semestre de 2012 e incluirá importantes mejoras respecto a 'WhatsApp', Messenger, Gmail, Hotmail o Skype. Entre las características novedosas de 'Joyn', la principal es que estará preinstalado en el software del smartphone y destacará sobre el resto al aparecer integrado en la agenda de contactos. Fabricantes como Samsung, HTC, LG y Sony Ericsson ya han hecho su apuesta por el nuevo sistema de mensajería.

La entrevista completa en
www.e-volucion.es

Foto Iñaki Bilbao

Dos vallisoletanos en el All Star

Por *I. P.*

«Hay que ser decidido», recomienda Jorge Sierra, que vendió el portal HoopsHype por una cifra millonaria

Jorge Sierra tenía claro que a la hora de trabajar prefería tomar sus propias decisiones. Había terminado la carrera de Periodismo y experimentado el trabajo en una redacción de ABC durante seis meses, pero la experiencia le había enseñado que quería algo distinto y la idea ya rondaba por su mente.

Corría el 2001 cuando Sierra decidió poner en marcha su idea. Su relación con el mundo del basket y su colaboración en un portal de basket femenino, le llevaron a pensar que una web sobre la NBA podría ser un éxito, y comienza a perfilar la que más tarde sería conocida como HoopsHype.

El desarrollo del portal requería unos conocimientos técnicos que, en aquel momento, Sierra desconocía. Pero esto no supuso un problema para él. «Me compré un libro para aprender las nociones básicas para crear una web y empecé a trabajar en noviembre. Cinco meses después, en marzo de 2002, ya podía decir que HoopsHype era una realidad», explica.

Es entonces cuando comienza el trabajo para dar a conocer el portal y conseguir anunciantes. «No fue fácil», asegura Sierra, «para que la web tuviese futuro necesitaba ingresos y eso suponía estar continuamente detrás de los anunciantes. No puedes esperar a que ellos vengan a ti. Hay que ser proactivo y saber crear contenido competitivo para llamar su atención».

HoopsHype había comenzado a andar, pero su éxito dependía del trabajo y la constancia y de estar dispuesto «a asumir una carga de trabajo que requiere muchos sacrificios». Pero mereció la pena y la prueba de ello llegó en 2007.

«Sabía que era un buen momento para vender el portal, otros lo estaban haciendo y yo tenía algo muy interesante que ofrecer. Podía llegar mi turno en cualquier momento y así fue. Recibí una oferta de una empresa de California para hacerse con HoopsHype y antes de tomar una decisión decidí consultar con Fantasy Ventures Sports».

Para su sorpresa, Fantasy hizo mucho más que dar un consejo. Se unió a la puja y acabó convirtiéndose en el dueño de HoopsHype. «Yo no había previsto esta posibilidad», explica Jorge Sierra, «pero después de pensarlo mucho consideré que era lo mejor y ahora, echando la vista atrás, pienso que tomé la decisión correcta»

Una nueva etapa

Con la venta, se ponía un punto y aparte a años de duro trabajo, en los que el periodista y creador de HoopsHype no estuvo siempre solo. Contó con la colaboración de Raúl Barrigón, desde 2006, y de Ángel Marín, en casos puntuales.

Al cerrarse la gestión, era el momento de decidir qué camino tomar. «Acusaba el cansancio de los años que había dedicado a crear HoopsHype, pero me resistía a abandonar el proyecto y decidí continuar trabajando en él». La posibilidad de volver a empezar estuvo ahí, pero no era su objetivo. «Nunca diría que no a empezar de cero con otro proyecto, pero no es lo que tenía en mente entonces ni lo que tengo ahora»

La historia de Jorge Sierra refleja el éxito del emprendedor que ha sabido apostar y ganar. Pero no es un camino fácil, recuerda. «Merece totalmente la pena, y más en estos momentos de crisis en los que la vida nos empuja a ser decididos y buscar soluciones. Lo recomiendo, sí, pero teniendo presente siempre que exige sacrificio y voluntad, que no puedes irte y desconectar, porque toda la responsabilidad de que el proyecto funcione depende únicamente de ti».

HoopsHype www.hoopshype.com

La clave

HoopsHype se ha convertido en un referente para las noticias de la NBA con la sección de 'Rumors'

El juego 'on-line', un crecimiento imparable

J. A. Pardal

27,7%. Este fue el porcentaje de crecimiento de los negocios en Internet en el trimestre conformado por diciembre de 2011 y enero y febrero de 2012 según datos de AP, ni atisbo de la crisis. En la división por campos de actuación, el juego 'on-line' se situó con el quinto mejor registro, solo superado por los transportes aéreos y terrestres, las transacciones de las agencias de viajes y el marketing directo, según datos facilitados por la consultora Nielsen.

Así, el ámbito del juego en la red de redes se sitúa como uno de los negocios más pujantes y que está protagonizando el crecimiento exponencial de una industria, la del juego, que parecía reservada a los asiduos a los casinos, las salas de bingo o los torneos de póquer, pero también, en no pocas ocasiones, a actividades de dudoso carácter legal. De esta forma, hoy en día cualquier persona mayor de edad, desde su casa y a través de una conexión a Internet, puede jugarse algunos de sus ingresos en intentar lograr unos réditos nunca exentos de riesgos. Ante este boom del juego en Internet la legislación española había perdido claramente la carrera puesto que todos los negocios digitales de este tipo nacieron bajo el paraguas de una ley aprobada en el año 1977, un momento en que era impensable que este fenómeno llegara a las pantallas de nuestras casas.

En mayo de 2011 la legislación cambió y, de su mano, se creó la Comisión Española del Juego, un ente que no existía hasta el momento y que ahora regula todo lo que concierne a este tipo de negocios, tanto en su ámbito tradicional como en el que viaja a través de las conexiones de Internet. La Comisión Española del Juego será, y de hecho ya lo está haciendo, quien otorgue las licencias exigidas para crear un negocio de este tipo con capacidad de publicitarse y actuar en España. En los próximos días comenzarán a conocerse las primeras empresas que poseen estos privilegios puesto que el plazo para la solicitud de los permisos finalizó a mediados del pasado mes de diciembre. Hasta la publicación en el Boletín Oficial del Estado de la Ley 13/2011, de 27 de mayo, de regulación del juego, las casas de apuestas que operaban en España no pagaban impuestos al estado, puesto que se les permitía tener su sede en otros países, muchos de ellos exentos de tributos o con estos mucho más bajos que España. Tal es el caso de Bwin.com, Betfair.com, WilliamHill.com o 888sports.com, ubicadas en Gibraltar, o Miapuesta.com que tiene su sede social en Saint John's, la capital de Antigua y Barbuda. Estos recovecos legales ya no serán posibles ahora puesto que esta nueva legislación obliga a que las empresas tenga un dominio '.es', que tributen en España y que, además, tengan una persona física o jurídica permanentemente en territorio español. Es decir, las casas de apuestas que quieran desarrollar su negocio en el estado español deberán tener una división en territorio patrio que pague unos impuestos que oscilarán entre el 10% y el 25% de lo recaudado en su actividad y que dependerá del tipo de operación mediante la que hayan sido obtenidas estas ganancias.

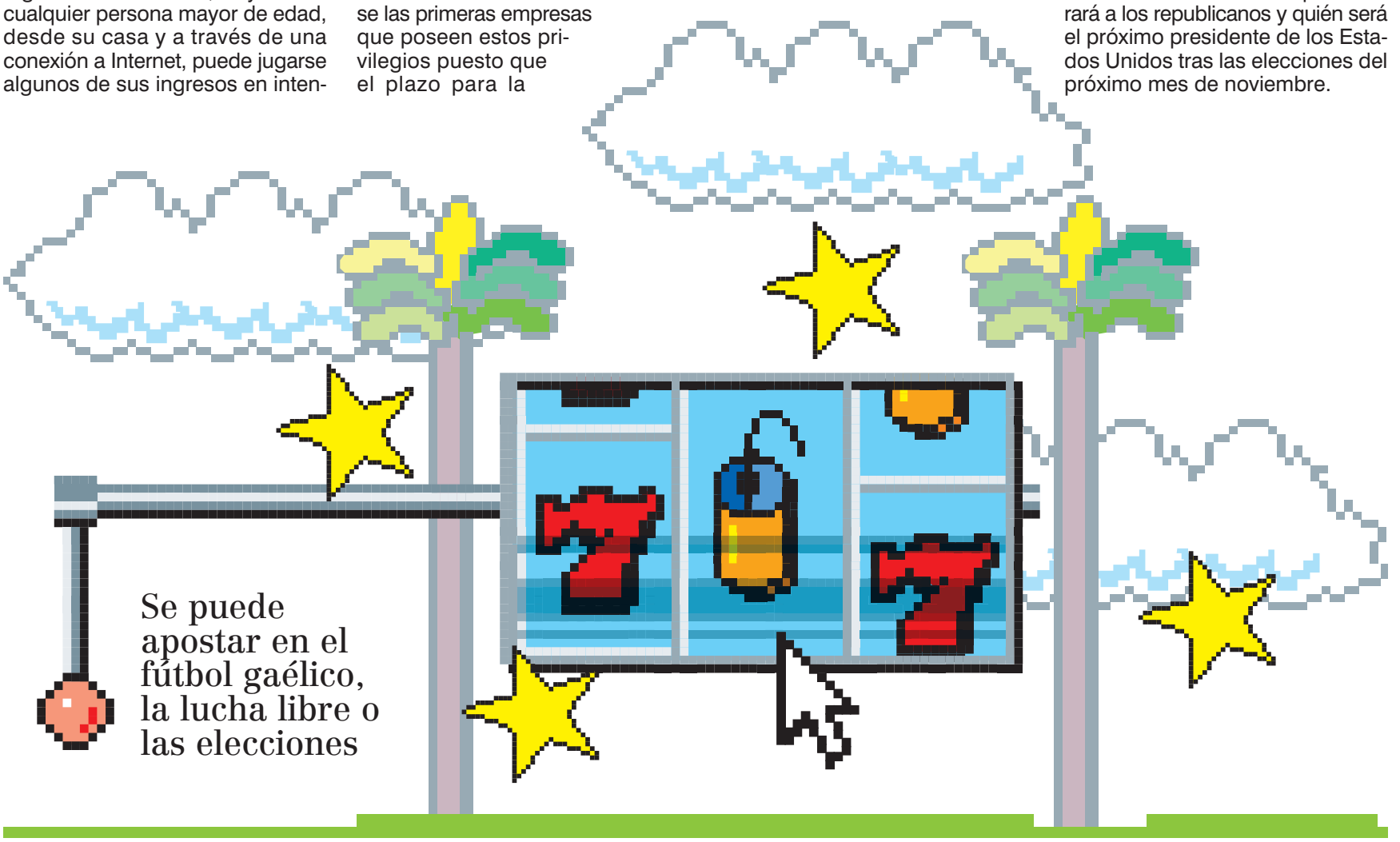
Nueva ley del juego

10-25 %

Será la parte de beneficios que tributen las casas de apuestas

Del póquer a los escaños

Al igual que existen decenas de páginas de juego en Internet existen también las más variopintas posibilidades de buscar beneficios mediante las apuestas. La gran mayoría de las casas utilizan el tirón de los deportes, especialmente del fútbol en nuestro país, para ofrecer, además, multitud de posibilidades que van desde el póquer y los juegos de casino hasta otras tan sorprendentes como las apuestas sobre UFC (Ultimate Fighting Championship) o Campeonato de Lucha Definitiva en su traducción al español, el casi desconocido en España fútbol gaélico, o incluso aventurar, dinero mediante, el número de escaños que conseguirán los conservadores, los laboristas y los liberaldemócratas en las próximas elecciones del Reino Unido o quién liderará a los republicanos y quién será el próximo presidente de los Estados Unidos tras las elecciones del próximo mes de noviembre.



Se puede apostar en el fútbol gaélico, la lucha libre o las elecciones

La contabilidad de la pyme se instala en la nube

JORGE PASCUAL
DIRECTOR
GENERAL DE ANFIX

La facturación electrónica supera lo tradicional y apuesta por la movilidad 'cloud'

Jorge Pascual, director general de Anfix, en las instalaciones de la empresa en Boecillo (Valladolid).

FOTO DE GABRIEL VILLAMIL

videorreportaje en
www.e-volucion.es

I. P.

Los sistemas de almacenamiento de contenidos se han visto revolucionados con la llegada del almacenamiento 'cloud' o en la nube.

La posibilidad de que los contenidos se encuentren alojados no ya en un disco duro o una memoria USB, sino en un entorno accesible a través de Internet, supone una mejora cualitativa a la hora de acceder a ellos independientemente del momento o lugar en que se encuentre el usuario.

El almacenamiento en la nube encuentra su máxima expresión en los dispositivos móviles y su aplicación a la empresa es recomendable a la hora de fomentar la unificación comunicativa interna.

La seguridad, uno de los factores que más preocupa cuando afecta a cuestiones financieras, tiene

Arriba, varios monitores muestran el Escritorio Profesional en Factura Pro. A la derecha, un informe de contabilidad. ANFIX

un lugar especial en la nube, pese a lo que pueda pensarse. Prueba de ello son las herramientas de gestión de contabilidad y facturación, como la que desarrolla Anfix, empresa ubicada en el Parque Tecnológico de Boecillo, en Valladolid.

Dedicada al desarrollo de aplicaciones de gestión para pymes y autónomos, Anfix comenzó su andadura en 2010 y fruto del trabajo de sus ingenieros surge Factura Pro, al que la compañía presenta como 'el primer Escritorio Profesional en la nube, creado para profesionales y pequeñas empresas'.

Esta aplicación se concibe como una solución de control de la contabilidad, que aprovecha los beneficios del almacenamiento en la nube y revoluciona el concepto del escritorio empresarial para la pequeña y mediana empresa.

La razón radica en que este software permite al usuario el acceso, a través del navegador de su equipo, a su cuenta de FacturaPro, donde están alojadas las herramientas para gestionar la facturación de su empresa. El sistema se basa en el concepto de 'webapp' (aplicación web), por lo que busca ofrecer al usuario un entorno transaccional en el que todas las aplicaciones han sido estandarizadas.

El objetivo que persigue la aplicación no es otro que dar soporte a la facturación electrónica, razón por la cual es capaz de distinguir entre este tipo de facturas y las convencionales. Además, el sistema se encarga de generar las facturas electrónicas, tomando siempre como base los requisitos que establece la legislación española.

El programa se comercializa con una versión gratuita para las empresas de nueva constitución o las que no lleguen a determinado número de facturación. La modalidad de pago, por su parte, se presenta en forma de Tarifa Plana Ilimitada independientemente del número de trabajadores, clientes o facturas de la empresa.

FacturaPro se presenta como el primer Escritorio Profesional en la nube para pymes

La aplicación ofrece un entorno de control de la contabilidad que estandariza todas las aplicaciones de gestión

Actualmente el software se compone de dos herramientas, FacturaPro Comercio y FacturaPro Servicios, aunque ya se está trabajando en una tercera, ContaPro. La primera se enfoca al mercado de los ERP (Planificación de Recursos Empresariales) para pymes y autónomos, por lo que centra su funcionamiento en el control de almacenes, proveedores, clientes y albaranes, entre otros aspectos de la administración.

FacturaPro Servicios, por su parte, se centra en las empresas que facturan por horas a terceros. La aplicación permite organizar la acometida de proyectos en función de los recursos financieros y humanos.

Todos estos productos refuerzan la tesis sobre los beneficios que entraña el almacenamiento en la nube. Pero esto no es algo que deba quedar limitado a las empresas. Sectores como el educativo, el sanitario o el turístico también pueden sacar beneficio a la nube.

«La Red es más segura que los almacenamientos físicos»

Jorge Pascual, Director general de Anfix Software

El director general de Anfix reivindica el almacenamiento con FacturaPro

–¿Cómo definiríamos Anfix?
–Somos una empresa de desarrollo de software especializada en la creación de aplicaciones de gestión de contabilidad. La idea de Anfix surge para dar respuesta a una demanda del mercado: la necesidad de contar con una aplicación de gestión financiera asequible y diseñada para las pequeñas y medianas empresas. Hay una razón por la que digo que este tipo de aplicación es una demanda del mercado. Cuando el pequeño empresario gestiona la facturación de su empresa tiene que prestar atención a multitud de detalles, lo que supone un gasto de tiempo muy importante. Conscientes de ello, decidimos crear un software, FacturaPro, que asumiese el peso de esa responsabilidad, liberando al usuario de ella.

–¿Estamos ante un programa apto para la pequeña empresa?
–Definitivamente sí. De hecho, iría más allá y diría que es a quien más puede beneficar. La aplicación se concibió en su origen pensando en las dificultades que encuentra no sola la pyme, sino también la micropyme, a la hora de enfrentarse a los programas de gestión.

–¿En qué puede beneficiar el uso de FacturaPro a las empresas?
–Fundamentalmente en dos aspectos que, a mi juicio, son determinantes: el tiempo y la seguridad. Todo el control de los clientes, proveedores e inventario puede realizarse a través de la aplicación, unificando todos los procesos en uno, al que puedes acceder desde cualquier lugar a través de la red. Esto se traduce al final en una optimización del tiempo.

–¿El almacenamiento en la nube provoca reservas en lo que se refiere a la seguridad y a la confidencialidad de los datos privados. ¿Hasta qué punto están justificadas?
–A título personal diría que se deben a que aún no se está familiarizado con este tipo de almacenamiento. No solo es seguro, sino que es mucho más seguro de lo que puede ser un disco duro externo o una memoria USB. Existe una barrera, principalmente psicológica, por la que tendemos a pensar que un entorno físico es más seguro, pero la realidad es bien distinta y eso es lo que buscamos demostrar con la utilización de FacturaPro. El usuario que decide custodiar él mismo sus facturas electrónicas está asumiendo una gran responsabilidad y gasto de tiempo, mientras que a través de la aplicación puede delegar todo eso en nosotros.

El informático Josep Martínez prueba, junto a su hijo Enric, el funcionamiento de la aplicación Baluh J.M.

Una App de pictogramas para personas con autismo

Josep Martínez ha creado la aplicación Baluh para facilitar la comunicación de su hijo, que sufre un trastorno del desarrollo

Por *I. P.*

La tecnología puede ser, a veces, una solución. Es lo que pensó el informático Josep Martínez cuando decidió recurrir a ella para ayudar a su hijo. Enric sufre un Trastorno Generalizado del Desarrollo, que limita su capacidad de comunicación. Como en el caso de otros niños autistas, el pequeño recurre a un libro de pictogramas para transmitir sus deseos y aquí encontró Josep la idea de lo que quería hacer y que daría origen a Baluh.

«Llevaba tiempo investigando sobre el tema y encontré una aplicación, muy rápida y efectiva, que trabaja con pictogramas. El problema es que no está disponible en nuestro idioma y yo quería que mi hijo pudiera disfrutar de ella cuanto antes. Decidí que si esto no era posible, tendría que crearla yo»

Empezó entonces el auténtico trabajo, que pasaba por decidir cómo iba a enfocarse el desarrollo del programa y por obtener los contenidos que requería. «Comenté la idea a dos amigos, Melchor de Palau, experto en Internet y marketing y Sergi Vélez, programador. Les gustó, así que decidimos trabajar juntos para Enric. Di por hecho que haría falta dinero, pero cuando tu hijo tiene un problema, ayudarle es lo único que importa»

Fue así como se concibió la idea de crear Baluh, una aplicación a través de la cual es posible comu-

La aplicación, por dentro

Descarga Baluh: La aplicación es compatible con dispositivos de Apple: iPhone, iPod Touch e iPad. Puede descargarse desde iTunes.

El iLibro: El usuario puede crear su propio iLibro con los pictogramas de Baluh y descargar otros a medida que los necesite

Las ventajas: Funciones aumentativa y alternativa. Sonido natural, voces de texto a voz y disponibilidad en catorce idiomas.

«Comunicarse más facilmente ha mejorado la calidad de vida de mi hijo»

«Lo más importante es acudir a los expertos. Baluh no es una solución, pero sí una ayuda»

nicarse mediante pictogramas. Para ello, el primer paso que tuvo que dar Josep fue conseguir el acceso a los más de 14.000 que ya posee la Diputación de Aragón, mediante ARASAAC (Portal Aragonés de la Comunicación Aumentativa y Alternativa). «No me pusieron problemas para conseguirlo», explica, «porque no tenía ánimo de lucro»

Tres idiomas

Conseguir el acceso a los pictogramas había sido el primer paso, pero a la hora de seleccionar cuáles iban a utilizarse, Josep decidió recurrir a logopedas y profesionales de la Fundación Paideia. «Hicimos una selección de 400, que son los se incluyen en la descarga base». A medida que la aplicación iba tomando forma, tenía que revisarla algún experto en usabilidad y lo hizo una amiga nuestra, Irene Manresa, experta en Usabilidad de la Universitat Oberta de Catalunya.

Poco a poco, Baluh iba convirtiéndose en realidad y en agosto de 2011 ya estaba lista para ser utilizada en castellano, catalán e inglés. Pero lo que en un principio iba a ser solo para Enric, acabó llegando a muchos más. «Cuando tuvimos la aplicación en nuestras manos, comprendimos que podía ayudar a muchas personas que se encontraran en una situación similar a la de mi hijo. Decidimos comercializar Baluh y adaptarlo a dispositivos Apple (iPhone,iPod Touch e iPad); muy pronto esperamos tener versiones en más idiomas, portugués, italiano, francés y alemán».

La respuesta ante la aplicación superó las expectaciones de Josep, pero él aconseja prudencia y reflexión a la hora de utilizarla. «Creamos Baluh para ayudar a quien tenga problemas para comunicarse, pero yo recomiendo que antes de utilizarla se recurra a los logopedas profesionales». Josep incide en la importancia de tratar cada caso como algo único: “no puedes generalizar, porque cada niño tiene sus particularidades y debe ser un logopeda quien decida si la aplicación puede serle de ayuda».

Con todo, los límites de esta aplicación siguen expandiéndose y su desarrollador cree que no solo puede servir a niños con problemas como el de su hijo, sino a cualquiera que encuentre dificultades a la hora de comunicarse con otros.

En su caso, asegura, Baluh ha supuesto un antes y un después. «Ahora mi hijo puede comunicarse más fácilmente, lo que mejora su calidad de vida. Es cierto que Baluh no es la solución al problema, pero sí una forma más de poder ayudar a todos los que lo sufren».

Apps: Aplicaciones en los telefónos móviles

Antonio Ferreras
Director del Centro de Boecillo en Telefónica I+D
antonio.ferreras@telefonica.net
www.tid.es

Lo reconozco: estoy enganchado. Soy de esas personas de las que no puede dejar pasar mucho tiempo sin mirar la pantalla del móvil, sin teclear algo. Hace unos meses me vi obligado a cambiar mi Blackberry por uno de esos de pantalla táctil que yo entonces consideraba inmanejables… unos días después no concebía mi vida sin mi iPhone. Es más, ahora me pregunto cómo podíamos vivir en la antigüedad sin esta maravilla.

No soy el único. En cualquier cafetería, parada de autobús o sala de espera abundan los enganchados a los teléfonos móviles inteligentes. Es muy fácil identificarnos: cabezas agachadas, mentes concentradas, manos juntas y pulgares veloces. Y cada vez somos más. En 2011 se han vendido más smartphones y tablets que PCs y portátiles juntos. En 2014 ya se accederá a Internet más con los dos primeros que con los segundos. Mi mundo ha cambiado.

En junio se cumplirán 5 años de la aparición del primer iPhone, la 1ª generación del terminal móvil de Apple, al que más tarde la revista Time calificó como «el invento del año». Significó el comienzo de la revolución móvil, basada en características tales como una conexión permanente a Internet, pantalla multitáctil, acelerómetro, cámara o una calidad excelente tanto del hardware como del software, y coincidió en el tiempo con una mejora en la transmisión de datos en los móviles y su caída de precio. Ello hizo que la experiencia de usuario (o del adicto) mejorara varios órdenes de magnitud respecto a lo que se conocía hasta la fecha. ¿Y qué es esa experiencia que tanto ha mejorado? Simplemente que nos sentimos cómodos utilizando el teléfono, nos aporta valor, lo manejamos de forma intuitiva, nos identificamos, en definitiva, ¡nos gusta!

Hace unos días se anunciaba que se había bajado la aplicación número 25.000 millones de la Apple Store, y si hacemos caso de la Estadística, implica que cada uno de los habitantes de los que vivimos en este planeta nos hemos bajado casi 4 aplicaciones cada uno. (Y sí, he incluido en la a los chinos). A día de hoy, el número de aplicaciones distintas que podemos descargar en el iPhone supera el medio millón.

Con las aplicaciones podemos hacer de todo; bueno, casi de todo… conectarnos a Internet, utilizarlo de navegador para el coche, redes sociales, ver vídeos, oír música, cámara de fotos, despertador, el tiempo, la bolsa, linterna, en fin, incluso disparar pájaros cabreados con un tirachinas...

Hoy existen tiendas de aplicaciones para todas las marcas de terminales móviles inteligentes: la tienda Google Play, (antigua Android Market) OVI de Nokia, Blackberry App World, Windows Phone Marketplace o Amazon Appstore. En el futuro más próximo están anunciadas más alternativas, como las tiendas de las operadoras de telecomunicaciones, o estándares abiertos como el HTML 5.0. No se le ven límites al negocio y parece que tendremos vicio para rato.

¿Y qué nos traerá el futuro? ¿Hay alguna posibilidad de que nos cansemos del juguetito? Pues no tiene pinta. Empezamos con la prometedora tecnología NFC (o comunicaciones de campo cercano), con la que el móvil interaccionará con los objetos de su entorno con solo aproximarlo. Nos permitirá utilizar el teléfono como medio de pago en sustitución de las tarjetas de crédito, de fidelización o la del autobús; Podremos incluso abrir puertas o como DNI. Para ser más gráfico: sólo necesitaremos llevar en los bolsillos el móvil; bien pensado creo esta última afirmación no valdrá para el bolso de las mujeres…

Lo último son las nuevas formas de interacción con el teléfono, especialmente el reconocimiento de voz. Se trata de usar el lenguaje natural para manejar el teléfono y para que este nos conteste, para que nos reconozca por la voz e incluso identifique nuestro estado de ánimo y actúe en consecuencia. Podremos disponer así de una especie de asistente personal que trabaja para nosotros. En este sentido, la aplicación SIRI de Apple es espectacular, lástima que todavía no entienda el español; aunque para este año nos han prometido que lo aprenderá.

El INTErior de la seguridad

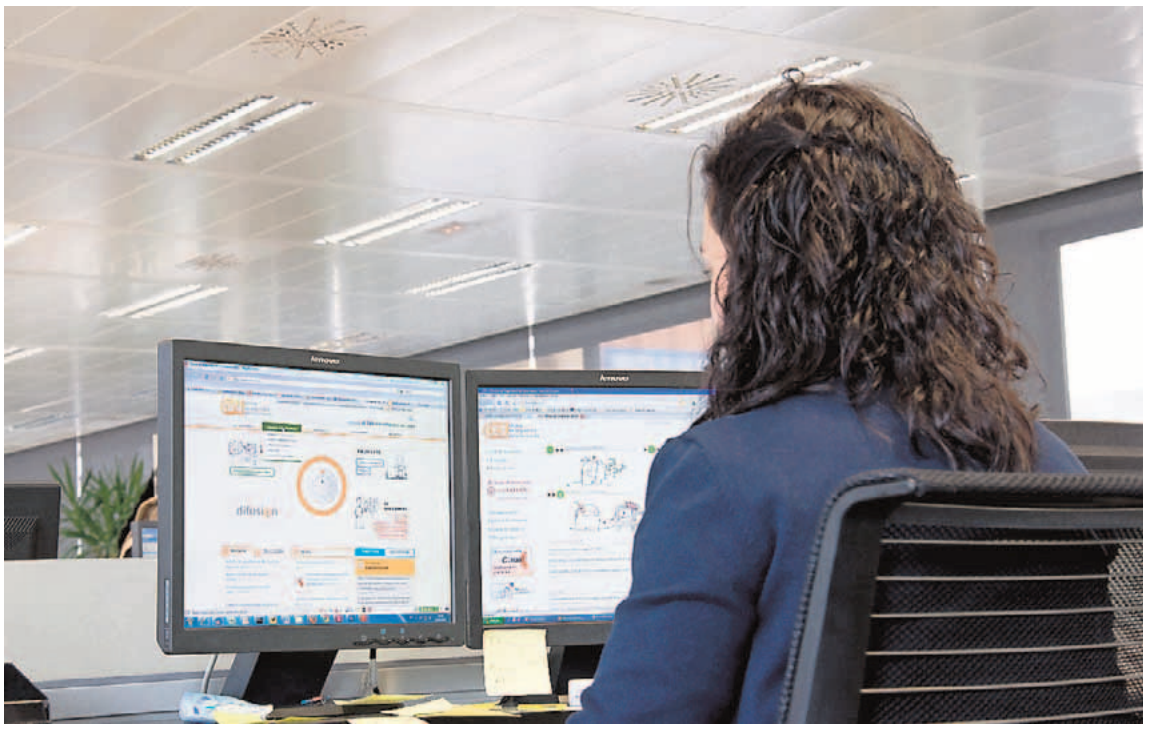
Inteco tiene como objetivo la promoción de la seguridad de la empresa y del ciudadano, para lo que se sirve de proyectos de cooperación internacional y de un equipo de trabajo compuesto por población mayoritariamente joven y con estudios superiores.

Por *I.P.* **Foto** *Inteco*

El Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación, Inteco, comenzó su andadura el 27 de enero de 2006 cuando el Consejo de Ministros autorizaba su constitución como sociedad mercantil en León.

Adscrito al Ministerio de Industria, Turismo y Comercio y con un capital social propiedad de la Entidad Pública Empresarial red.es, Inteco surge con el objetivo de aportar innovación a los ciudadanos, pymes, administraciones y sectores tecnológicos en general.

El Instituto toma como punto de partida la promoción de los avances tecnológicos a través de cuatro vías de actuación: seguridad, accesibilidad, calidad TIC y formación. En torno a estos principios gira el Observatorio de la Seguridad de la Información, a través del cual Inteco ofrece contenidos especializados orientados a asegurar la permanencia de la sociedad de la información.



Principales hitos

En 2007 el Instituto pone en marcha el primer Centro español de Respuesta a Incidentes de Seguridad en Tecnologías de la Información. Tomando como destinatarios a los ciudadanos y las pymes, el Inteco-CERT ofrece estadísticas e informes históricos sobre vulnerabilidades y posibles amenazas en forma de virus. Este catálogo de vulnerabilidades, que empezó a funcionar en el año 2006 como resultado de la colaboración con el NVD (National Vulnerability Database), crece a un ritmo de más de 10 vulnerabilidades diarias.

De hecho, en la actualidad ya ha superado las 50.000 vulnerabilidades catalogadas y solo en 2011 se constataron más de 1.700.000 consultas de la base de datos de amenazas por parte los usuarios, con origen no sólo en España, sino también en América Latina.

Y esta situación se debe a que la labor de Inteco no se dirige solo a la seguridad en las empresas, sino que uno de sus ejes más conocidos es la protección de los usuarios. Para ello, el organismo cuenta con una Oficina de Seguridad del Internauta (OSI), un portal desde el que se facilitan diversas guías y recomendaciones y donde es posible alertar sobre la aparición de nuevas amenazas.

El fomento de la accesibilidad es otro de los ejes de actuación de Inteco. En este sentido, la entidad presta atención al desarrollo de proyectos relacionados con la televisión digital, como evidencia el lanzamiento del Centro de Gestión de Servicios Públicos de TDT interactiva, en 2008 o la creación del Descodificador TDT accesible, entre 2009 y 2010. La calidad TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación), otro de los aspectos que el Instituto sitúa entre sus líneas de actuación, encuentra su aplicación en el Laboratorio Nacional de Calidad del Software, que empieza a funcionar en noviembre de 2007.

Pese al mérito que puede atesorar el Instituto, toda esta ingente labor no sería posible sin el apoyo externo y aquí radica la razón de que Inteco tenga entre sus pilares la colaboración en programas a nivel internacional. En este sentido, ejerce como Punto Nacional de Contacto (NCP) en el Programa de apoyo a la política en materia de TIC (ICT PSP), que se integra a su vez en el Programa marco para la innovación y la competitividad (CIP). Esta iniciativa tiene entre sus objetivos el impulso de la competitividad en la pyme y la promoción de la eficiencia energética a través de las energías renovables.

Inteco supera las 50.000 vulnerabilidades catalogadas

El CIP otorga un lugar propio a la aplicación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación mediante el Programa de apoyo a la política en materia de TIC «ICT PSP». Para llevar a cabo esta labor se sirve de proyectos, algunos de ellos subvencionados por la Comisión Europa, a los que pueden acceder través de convocatorias abiertas tanto las pymes, como las grandes empresas. El Programa para la Iniciativa Empresarial y la Innovación (EIP), una de las iniciativas impulsadas por el CIP, cuenta con un presupuesto de 2.170 millones de euros para el período 2007-2013 y busca facilitar la financiación para la puesta en marcha y desarrollo de las pymes.

Junto a este proyecto, el CIP también impulsa el Programa de apoyo a la política en materia de TIC y el Programa Energía Inteligente-Europa, ambos con un presupuesto de 730 millones de euros para el período 2007-2013.

El capital humano

Toda la labor que se lleva a cabo desde Inteco se asienta sobre la base del equipo de trabajo. Por ello, en 2010 el Instituto renovó el sistema de gestión de los recursos humanos mediante la creación de la unidad específic Inteco LABS. La plantilla de trabajo se compone en su mayoría por población joven, hasta el punto de que más del 60% de los trabajadores se sitúa en la franja de edad de los 25 a los 35 años. De estos, un 22,67 % es

menor de 30 años. El dato contrasta con la cifra de empleados mayores de 45 años, que supone tan solo un 5,33% del total de trabajadores.

Esta fuerza de trabajo tan marcadamente joven va en consonancia con el nivel de formación exigido, lo que explica que el 68% de la plantilla puede acreditar estudios superiores. La tasa de trabajadores con una Formación Profesional de Grado Superior cae hasta el 9,33% .

Con el objetivo de facilitar la integración al mundo laboral y la conciliación con la vida personal, los empleados pueden acceder a jornadas flexibles. Pese a todo la distribución por sexos sigue reflejando una mayoría de personal masculino (66,67 %)

Manuel Escalante, nuevo director general de Inteco

El Consejo de Administración del Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación designó el pasado mes de marzo a Manuel Escalante García como director general de la institución, en sustitución de Víctor Izquierdo, que pasa a ocupar la dirección de Sistemas y Servicios Compartidos de Administración Electrónica de Red.es.

Manuel Escalante, Ingeniero Superior de Telecomunicaciones nacido en 1972, ha ejercido como director de operaciones de Inteco desde 2006 y con anterioridad desarrolló el cargo de gerente de Competitividad e Innovación en la Entidad Pública Empresarial Red.es.

Durante esta época colaboró activamente en la creación del Plan Avanza

Más del 60% de la plantilla no sobrepasa los 35 años

Ya como nuevo director del Instituto, Escalante ha animado a todo el personal a «seguir trabajando con ilusión ante los retos de futuro de la entidad, que giran en torno al desarrollo de la Administración Electrónica y el apoyo a la cultura de la Seguridad de las Tecnologías de la Información».

Supercerebro

Carlos Ceruelo
Director de EVERIS en Castilla y León
ceruelo@gmail.com
@cceruelo

Vivimos una era de impresionantes avances científicos, sin ellos serían imposibles las innovaciones que disfrutamos diariamente. En esta serie de artículos revisaremos descubrimientos que, nos permiten guiarnos con navegadores GPS solo gracias a la teoría de la relatividad, o hacen posible crear células y bacterias beneficiosas gracias a la ingeniería genética, o explorar sin daño el interior del cuerpo humano gracias a la física cuántica. Analizaremos sus bases científicas, y muchas nos parecerán increíbles, mágicas, porque parecen ir en contra de nuestra lógica y de nuestra intuición. Hoy ya hemos descubierto que el mundo realmente, funciona de forma muy distinta a lo que creemos ver y sentir.

Comenzamos esta serie con un avance científico que permite aumentar increíblemente nuestras capacidades cerebrales. Ya se está consiguiendo en el laboratorio, y en un futuro no muy lejano parece posible que estemos en disposición de adquirir un casco que nos permita seleccionar a cada momento qué función cerebral queremos potenciar, y de esta forma auto-programarnos. Imagina por un instante que vas a estudiar y programas la función 'GigaMemoria' o 'SuperMatemática' y sacas un 10, o que quieres pintar una obra de arte y seleccionas 'MegaCreatividad', o vas a dar una charla y con el programa 'HiperElocuencia' dejas al auditorio con la boca abierta, y así con cualquier otra función cerebral.

Para conocer su fundamento, conviene revisar algunos antecedentes:

Experimentos con chimpancés en la Universidad de Kioto. Se les mostraban una serie de números distribuidos aleatoriamente en una pantalla durante una fracción de segundo, los simios eran capaces de indicar después sus posiciones exactas en orden creciente, mientras que los humanos fallábamos.

Universidad de California en Santa Bárbara. Se realizaron pruebas en las que individuos que observaban diferentes escenas, erraban al recordar detalles si previamente se les obligaba a explicar la escena con palabras.

Los autistas superdotados (como el protagonista de Rain Man). Son capaces de memorizar rápidamente grandes cantidades de datos, o de retener imágenes y dibujarlas después con una precisión apabullante.

En todos los casos la precisión en la memoria y el procesamiento objetivo de datos son inversamente proporcionales a las habilidades sociales y el uso del lenguaje.

Por otro lado, en la Universidad de Tilburg, Holanda, se seleccionó a un grupo de personas que sufrían de Ceguera Cortical, sus ojos funcionan perfectamente pero por alguno no ven las imágenes porque éstas no llegan a la Corteza Visual, situada en la parte posterior del cráneo y a la que llegan los nervios ópticos desde los ojos.

Cuando les mostraban fotografías con carga sentimental por el ojo que no veía, no recibían la imagen pero increíblemente ¡si captaban el sentimiento y lo imitaban con sus gestos sin saber por qué!

Entonces en la Universidad de Exeter, Inglaterra, pensaron en provocar la Ceguera Cortical. Se mostraban en pantalla dibujos simples de caras con sonrisa o tristeza durante una fracción de segundo, y simultáneamente se paralizaba la Corteza Visual aplicándola un campo magnético. Los voluntarios no podían ver la imagen, pero curiosamente como en Tilburg, eran capaces de percibir la sensación de alegría o de tristeza. Lo importante aquí es que paralizando una función cerebral como la recepción visual, se aísla el reconocimiento inmediato de patrones de comportamiento ¡sin procesar la imagen!, algo vital para nuestra evolución como especie porque permite la reacción inconsciente e instantánea ante peligros.

Finalmente, en las universidades de Sydney y Harvard, pensaron que paralizando con campos magnéticos todo el hemisferio izquierdo cerebral, que gobierna la lógica y el habla, podrían potenciar el derecho, especializado en la intuición, la creatividad y la memoria visual.

Y en efecto, consiguen que mostrando en pantalla más de 100 puntos durante unas décimas de segundo, el sujeto pueda contar posteriormente los puntos, o que pueda dibujar con un realismo asombroso, similar a los autistas superdotados.

Actualmente experimentan con distintas zonas cerebrales, y están asegurándose de que el sistema es inocuo.

Puede que en unas navidades no muy lejanas busquemos para regalar el último modelo del 'SuperBrain'.

¿Influirá en nuestra e-volución futura como especie?

El Parque Tecnológico de Boecillo, de un vista

El Parque Tecnológico de Valladolid, situado en el término municipal de Boecillo, se inaugura en 1992 con el objetivo de convertirse en el referente de suelo industrial en la comunidad.

Con una superficie total de 118 hectáreas, se presenta como un lugar emblemático para acoger empresas interesadas por la innovación tecnológica y la preocupación medioambiental.

Veinte años después de su apertura, el Parque refleja las consecuencias de la crisis, lo que se evidencia en la disminución, a lo largo de los últimos años, del número de empresas y la destrucción de cientos de puestos de empleo.

2009 cerró con un total de 141 empresas, cifra que se reducía hasta las 136 tan solo un año después y hasta las 129 al cierre de 2011.

La pérdida de estas entidades tuvo como consecuencia principal la desaparición de más de 500 empleos, pasándose de los 5.745 de 2009 a los 5.218 de 2010 y, finalmente, a los 4.812 al cierre de 2011.

Pero no solo las empresas han acusado la crisis, también la puesta en marcha de proyectos de inno-

vación y desa
desde los 717
de 2011.

Pese a tod
años arrojan
millones de
periodo con l
459 al términ

Actualment
tra en su ter
ble de 185.82

azo

Facturación
(millones de euros)
2009- 424
2010- 441
2011- 459

Empresas
2009- 141
2010- 136
2011- 129

Empleos
2009- 5.745
2010- 5.218
2011- 4.812

Por *I. P.* **/ Foto** *El Norte*

arrollo, como evidencia su descenso
7 de 2009 a los 590 de 2010 y los 345

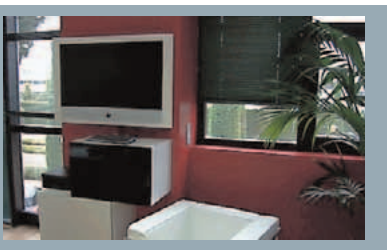
o, las cifras de facturación de estos
un resultado positivo. Frente a los 424
euros del primero, el 2010 cerró el
a cifra de 441, que asciende hasta los
no del pasado año.
te la instalación en el Parque se encuen-
cera fase, con una superficie disponi-
25 m² y una ocupación del 38,26%.

FERNANDO FRECHOSO Y SERGIO SANZ
De la Unidad de Energía de Cartif

«No seremos más infelices por reducir el consumo»

Por *L. M. Colodrón*
Foto *Gabriel Villamil*

vídeoentrevista en **www.e-volucion.es**



Ambiente inteligente

La Unidad de Energía de Cartif alberga la recreación de una vivienda donde investigar una de las líneas de trabajo de este departamento: el 'Ambiente inteligente'. Persianas automatizadas, autocontrol de la iluminación, calefacción regulada a través del móvil... No solo se trata de buscar la eficiencia o el ahorro energético. Aquí la comodidad y las necesidades del usuario son primordiales.

Aunque cada vez esté más de moda el teletrabajo, no todo el mundo puede decir que trabaja en un hogar. Fernando Frechoso y Sergio Sanz, director de la Unidad de Energía y director de gestión de la División de Energía de Cartif respectivamente, investigan a diario las mejores técnicas para lograr la eficiencia energética de las viviendas, potenciando las energías renovables y la integración de las tecnologías de la información y la comunicación. Para ello, han recreado un pequeño hogar digital con salón, despacho y cocina. El fin es lograr que el ahorro, la sostenibilidad y la domótica formen parte de la cotidianidad.

–No son buenos tiempos para investigar...

Sergio Sanz: –Centros como nosotros estamos desplazándonos hacia una investigación aplicada a una tecnología más cercana al mercado real. Aquí es cada vez más necesario, ya que la crisis económica nos está llevando un poco a que las empresas necesitan renovar lo que ofrecen, por lo que las necesidades que tienen en cuanto a la innovación son muy grandes. Es muy necesario seguir trabajando en I+D y las empresas se dan cuenta.

–¿Es posible aventurar cómo va a ser el futuro de la energía?

Fernando Frechoso: –Por muchas renovables que queramos poner, no nos va a dar para el actual consumo que tenemos de petróleo, menos si queremos extrapolarlo a países como India o China, donde su consumo va creciendo… Todo va a pasar por una reducción del consumo, lo que no quiere decir que vayamos a ser más infelices, sino que consumiremos menos.

–¿Cuáles son los parámetros que marcan la sostenibilidad de un edificio?

F. F.: –Hay que tenerlos en cuenta desde la concepción del edificio. Primero se estudia la orientación y los materiales: No es lo mismo que sean de aquí o tengan que recorrer medio mundo para llegar. Después, hay una parte relevante que es la educación de las personas que van a vivir dentro, porque también es importante a la hora del consumo. Y, dependiendo ya de cómo sea el edificio, si es para uso primario o terciario, es importante que existan unos controles centrales que miren por el ahorro energético.

–¿La sostenibilidad encarece las construcciones?

F. F.: –No tiene por qué, si buscamos materiales cercanos que no se encarezcan con el transporte. Si se calcula la vida de un edificio, se tiende al abaratamiento. En un edificio que perdure 40 u 80 años, el ahorro puede ser muy alto.

–Respecto a la eficiencia energética de las edificaciones, ¿cuál es la situación de España?

F. F.: –El código técnico de edificación se aprobó cuando el boom inmobiliario casi había caído, por eso no estamos muy bien comparados con el resto de Europa. A nivel de investigación estamos más o menos como otros países; incluso, como las empresas españolas de construcción son muy potentes, estamos por encima. Ahora, las constructoras buscan un plus para vender un edificio, como que te vas a ahorrar un 50% u 80% del gasto de electricidad o calefacción.

–¿Y cómo puede una empresa adaptarse a la eficiencia energética?

S. S.: –En el ámbito industrial, los edificios pueden ser tan eficientes como se quiera. Respecto al proceso industrial, también hay bastantes modelos innovadores para reducir esos consumos energéticos de diferentes maneras. Yo en ese aspecto no diferenciaría mucho entre lo que puede ser el sector industrial y el sector residencial.

–¿Cuál es la situación de Valladolid dentro de este contexto de eficiencia energética?

S. S.: –Ahora no se está haciendo construcción nueva muy eficiente porque el sector está parado. Sí que se está trabajando en este campo dentro de la rehabilitación. Un ejemplo es el ARI de Rondilla, donde se han modificado todas las fachadas hacia un objetivo doble: mejoras de la parte arquitectónica y de la energética. También destacaría como edificio sostenible el Centro Comercial Vallsur, donde se han acometido unas mejoras interesantes como la cubierta de paneles solares fotovoltaicos, la renovación de toda la fachada o el control de la iluminación.

–¿Y del resto de Castilla y León?

S. S.: –Casi todas las ciudades de una manera u otra tienen planes de eficiencia energética con diferentes actuaciones.

VALLADOLID, CIUDAD DE satélites

Por *Esther Bengoechea*

Antena de la estación de satélites ubicada en la Escuela de Telecomunicaciones. / *Universidad de Valladolid*

Valladolid es conocida por incontables razones que van desde Miguel Delibes hasta Concha Velasco pasando, como no, por el Pisuerga. En los últimos años hay que sumar dos más: el satélite Deimos 1 y la estación de satélites de la UVA.

El Deimos 1 fotografía la tierra desde el espacio

El satélite vallisoletano no porta un conjunto de ropa deportiva verde y amarillo. Sus movimientos tampoco son seguidos por cientos de miles de personas. Usain Bolt corre 100 metros en 9,58 segundos mientras que el Deimos 1 se mueve a 7,5 kilómetros por segundo. Desde su lanzamiento, en julio de 2009, ha dado aproximadamente 14.300 vueltas a la tierra. El cosmódromo de Baikonur en Kazajstan fue el punto de partida de este proyecto con base en el Parque Tecnológico de Boecillo. La empresa Elecnor Deimos Imaging, con Pedro Duque como presidente ejecutivo, consiguió tras más de tres años de trabajo que la misión de poner en órbita el satélite Deimos 1 fuera un auténtico éxito. Desde su lanzamiento se ha dedicado a realizar imágenes por cualquier parte del mundo, siguiendo desastres naturales, buscando embarcaciones o cartografiando incendios; amén de siguiendo campos de agricultura. El Deimos 1 captó fotografías de la devastadora ola que arrasó Japón y que fueron utilizadas por la ONU para evaluar los daños o de la mancha volcánica generada por la erupción submarina de El Hierro.

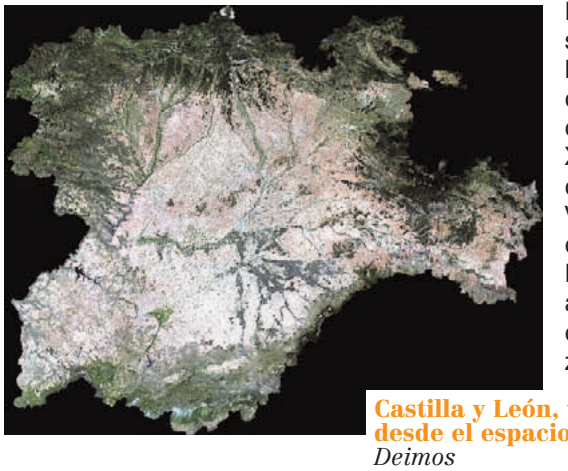
Para que todo el mundo se haga una idea de la capacidad de este proyecto: puede tomar imágenes de un tamaño de 620 kilómetros por 900 kilómetros y enviarlas al escritorio de una máquina en menos de tres horas. ¿Cómo? Gracias a una antena en Svalvard (Noruega), un software que permita planificar rápidamente, un equipo 24/7 que suba la planificación al satélite y una rápida descarga de datos, además de un ágil procesador.

Recientemente han firmado un contrato con el ministerio de Agricultura de Estados Unidos por el cual Deimos sirve imágenes de las tierras cada quince días. Este contrato supone una quinta parte de las ventas de la empresa, que factura al año unos 5 millones. Aunque más allá de EE UU existen clientes y empresas privadas por los cinco continentes.

Unas cuarenta personas forman parte de la plantilla que gira alrededor del Deimos, siendo vallisoletanos la mayoría y con estudios cursados en universidades de Castilla y León.

El Deimos 1 pesa 110 kilogramos y tiene forma de cubo. Por sus dimensiones es similar a una lavadora, pero con una existencia limitada: 5 primaveras, aunque gracias a que este proyecto ha sido tratado como una gran misión espacial ha duplicado su tiempo de vida. Deimos Imaging ya desarrolla el Deimos 2 y se espera que sea puesto en órbita a mediados de 2013.

La estación de la UVA vigila los pasos del Xatcobeo



Castilla y León, vista desde el espacio. / *Deimos*

Este satélite también sobrevuela el espacio, llegando a pasar hasta cuatro veces al día por la ciudad de Delibes. El Xatcobeo, un proyecto de la Universidad de Vigo, despegó en febrero de 2012 de la Guayana Francesa, aunque la aventura de la Universidad de Valladolid comenzó varios años antes, con una simple llamada telefónica.

Miguel Eduardo Gil telefoneó a Ramón de la Rosa para que formase parte del proyecto internacional Genso (Global Educational Netword for Sattelite Operations) y así crear en Valladolid una estación de satélites ubicada en la Escuela Técnica Superior de Ingenieros de Telecomunicaciones. Ambos se conocían desde hace años, ya que anteriormente fueron profesor (De la Rosa) y alumno (Gil). El apoyo económico de la Universidad fue necesario amén del Club de Radio, ubicación escogida para la estación de seguimiento de satélites. Su creación partió absolutamente de cero, ocupándose primero de los ladrillos y dejando el tejado para el final.

En primer lugar pidieron documentación sobre estaciones a la Universidad Internacional del Espacio y, tras muchos meses de estudios, de diseño, de reglas a cumplir y de pedir los materiales a Estados Unidos, se empezó a montar a mediados del año 2011.

La finalidad de este proyecto son los estudiantes, la docencia, ya que tanto en la construcción como en el seguimiento del satélite Xatcobeo están participando los alumnos de Telecomunicaciones. También sirve de caramelo para futuros ingenieros, ya que hace unas semanas la estación fue visitada por alumnos de un Instituto: «Tenemos que buscar nueva gente para Telecomunicaciones» explicaba con sorna el profesor De la Rosa.

El satélite Xatcobeo no rodea tantas veces la tierra para fotografiar desastres naturales o tierras cultivadas, como el Deimos 1. Su misión es diferente, consiste en sobrevivir. Con un tamaño minúsculo, no supera los diez centímetros, soporta temperaturas que comprenden desde los -50ºC hasta los 50ºC, a lo que hay que sumar radiaciones de alta energía. «El hecho de que aún esté en el espacio ya es un logro» explica De la Rosa. Cada vez que pasa por Valladolid trasmite una baliza con datos en morse: 'Pi pipipi pi', que podría considerarse el saludo del satélite al sobrevolar la capital del Pisuerga.

El satélite tiene un nuevo objetivo del que, muy probablemente, no sobreviva. Va a realizar una prueba de mediciones de radiación de alta energía en los cinturones de Van Allen. Si logra superar esta operación, desaparecerá en 2013 ya que los satélites de este tamaño tienen un tiempo estimado de un año.

El Xatcobeo también porta un radio software que, explicado de la forma más sencilla posible, es una radio que se puede reconfigurar a diferentes modos de funcionamiento. El objetivo es el mismo, comprobar si puede aguantar temperaturas tan extremas, además de las presiones del espacio.

Sabiendo que el coche se mueve a base de gasolina o gasoil, ¿qué combustible se usa para lograr que un satélite vuele por el espacio meses y meses? «Como no hay enchufes en el espacio, la única forma de recargar la batería es por medio de rayos solares», expone De la Rosa. Además de los paneles normales para obtener la energía solar, el satélite Xatcobeo lleva un panel de alta eficiencia de células solares para ver cómo responde.

Los datos sobre el satélite son públicos por lo que cualquiera que tenga afinidades radiofónicas puede seguir su ruta y recoger los datos para subirlos a internet.

Foremcyl, camino a la formación

Por *I.P.* / **Foto** *Antonio Quintero*

Como consecuencia del aumento de la tasa de paro, la formación ha pasado a convertirse en una vía de escape con la que reforzar y hacer más atractivos los currículos de cara a posibles ofertas de empleo. Por ello, diversas asociaciones ofrecen programas de formación, tanto para empleados y autónomos como para desempleados.

Es el caso de Foremcyl, entidad creada por CC.OO. con el objeto de desarrollar proyectos de formación y orientación laboral. A través de estas iniciativas se pretende dotar a los trabajadores de una fuerza competitiva mayor, que facilite su integración y permanencia en el mundo laboral.

Foremcyl comenzó a trabajar en 1991 y actualmente pone en marcha no solo actividades de formación y orientación laboral, sino también estudios de investigación. En este sentido, la organización también oferta programas de asesoramiento a pymes en temas de gestión de la estructura profesional.

La entidad cuenta con dos centros regionales en la comunidad, uno dedicado a la Administración y Gestión y otro a cuestiones de Planes y Proyectos, ambos situados en la capital vallisoletana. También posee centros en el resto de provincias: dos en León y Palencia, tres en Burgos y uno en Zamora, Salamanca, Ávila y Soria. Además, es posible acceder a cursos en centros externos en más de 150 localidades castellanos y leonesas.

La oferta formativa contempla actividades para desempleados y trabajadores o autónomos prioritariamente ocupados. En el caso de los trabajadores ocupados, en la capital se imparten actualmente formaciones sobre Autocad, Electrotécnia, Edición fotográfica con Photoshop o distintas modalidades de Soldadura, entre otros. Estos cursos combinan las modalidades de estudio presencial y a distancia.

La formación sobre Autocad tiene como objetivo capacitar a los alumnos para el diseño e impresión de modelos vectoriales con AutoCAD. Tiene una duración total de 70 horas. El cuso de Soldadura Mag Mig, por su parte, comprende un total de 35 horas teóricas y 53 prácticas, a través de las cuales los alumnos adquieren nociones sobre seguridad en el trabajo o soldadura con protección baking.

Otros cursos, como los relativos a la atención socio-sanitaria, están siendo muy demandados. La razón, opina Miguel Hernández, formador en atención-sociosanitaria, es que se trata de «uno de los pocos sectores que continúa demandando trabajadores pese a la crisis».

Fotos *Marco Gómez*

Oferta Formativa Foremcyl

VALLADOLID
–Aplicaciones de diseño técnico: CAD Avanzado - 60 horas
–Photoshop. Edición fotográfica - 60 horas

ÁVILA
–Excel- 60 horas
–Sistema Operativo, Búsqueda de la información: Internet/Intranet y Correo Electrónico. Aplicaciones Informáticas de Tratamiento de Textos - 67 horas

LEÓN
–Aplicaciones de diseño tecnico: Autocad - 70 horas
–Aplicaciones Informáticas de Hojas de Cálculo - 60 horas
–Nominaplus - 70 horas
–Photoshop. Edición fotográfica - 60 horas
–Sistema Operativo, Búsqueda de la información: Internet/Intranet y Correo Electrónico. Aplicaciones Informáticas de Tratamiento de Textos - 67 horas

SALAMANCA
–Aplicaciones Informáticas de Hojas de Cálculo - 60 horas
–Aplicaciones Informáticas para Presentaciones : Guías de Información - 34 horas
–Photoshop. Edición fotográfica - 60 horas
–Sistema Operativo, Búsqueda de la información: Internet/Intranet y Correo Electrónico. Aplicaciones Informáticas de Tratamiento de Textos - 67 horas

Miguel Hernández.
en las instalaciones de Foremcyl en la calle Verbena de Valladolid.
ANTONIO QUINTERO

Miguel Hernández
Formador en el sector de personas dependientes

«Formación sí, pero en respuesta a las necesidades del mercado»

videorreportaje en **www.e-volucion.es**

–¿Qué formaciones socio-sanitarias ofrece Foremcyl?
–En estos cursos impartimos los contenidos de dos Cualificaciones Profesionales. Tenemos, por un lado, Instituciones Sociales (450 horas) y, por otro, la Atención a personas en el domicilio (600 horas). Los estudiantes pueden acceder tanto a la formación completa como a programas que incluyen Módulos o Unidades Formativas concretas de cualquiera de las dos cualificaciones.

–¿Es un buen momento para el sector socio-sanitario?
– Sí. Es evidente que la situación económica actual no acompaña y que el sector se ha visto afectado por la crisis, pero debo decir que no al mismo nivel que otros. La realidad es que se sigue generando empleo y demandando trabajadores.

–¿Existe un público objetivo para este tipo de formaciones?
– Podríamos decir que sí. En el caso de los trabajadores, normalmente se trata de población que ya está relacionada con este sector y que quiere ampliar aún más sus conocimientos.
Si hablamos de desempleados, los más numerosos son los que quieren introducirse al mundo laboral después de haber estado largos periodos de tiempo alejados de él, como es el caso, por ejemplo, de las amas de casa.
También, en los últimos años y por motivo de la crisis, nos llega gente que ha dedicado la mayoría de su vida laboral a trabajar en un sector concreto y que ahora quiere cambiar de sector con la esperanza de poder volver a trabajar. Generalmente se trata de población que tiene buenas competencias sociales, pero que carece, o no puede acreditar, los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para trabajar en el sector

–¿Qué ventaja cualitativa ofrecen los cursos al estudiante?
–La primera y más importante, que son totalmente necesarios para poder incorporarse a estos sectores laborales. Hay una demanda real de población especializada, que pueda acreditar poseer la formación exigida y, a la vez, hay un público que quiere trabajar y que necesita esta formación para poder hacerlo. Ahí es donde entramos nosotros.

> «Nos llega gente que se ve obligada a formarse en otros sectores para intentar conseguir empleo»

> «Hay que formarse en lo que demanda el mercado, como es el caso de la atención socio-sanitaria»

–¿Se tiene en cuenta la situación del mercado a la hora de planificar los horarios?
–Sin duda. Las formaciones en este sector, tanto en instituciones sociales como en ayuda a domicilio, suelen comenzar a partir de septiembre y terminar en torno a los meses de marzo-abril.
Se trata de un momento perfecto, ya que los alumnos acaban de realizar las prácticas en las empresas y este hecho coincide con la época en que las instituciones comienzan a buscar personal para cubrir las sustituciones de verano. Todo ello favorece que, al final, acaben produciéndose las tan esperadas contrataciones.

–¿Se ha constatado un buen resultado de estas formaciones en concreto?
–Sí, totalmente. Como ya he dicho, es un sector que aún sigue demandando trabajadores y estas formaciones han contribuido a que muchos de nuestros estudiantes encontrasen el trabajo que estaban buscando

–¿Hasta qué punto recomendaría a los desempleados, trabajadores y autónomos que inviertan en formación?
–Opino que es totalmente recomendable dedicar tiempo a formarse, pero hay que hacerlo desde la reflexión. Formación sí, pero teniendo en cuenta qué es lo que necesita el mercado laboral y lo que realmente puede ayudarnos a encontrar un empleo.

SORIA
–Excel- 60 horas

ZAMORA
–Access- 60 horas
–Aplicaciones Informáticas de Hojas de Cálculo - 60 horas
–Aplicaciones Informáticas para Presentaciones : Guías de Información- 34 horas
–Office: Word, Excel, Access y Power Point - 64 horas
–Sistema Operativo, Búsqueda de la información: Internet/Intranet y Correo Electrónico. Aplicaciones Informáticas de Tratamiento de Textos- 67 horas

BURGOS
–Access- 60 horas
–Aplicaciones de diseño tecnico: Autocad-70 horas
–Photoshop. Edición fotográfica- 60 horas

PALENCIA
–Diseño de Páginas WEB- 60 horas
–Photoshop. Edición fotográfica- 60 horas
–Sistema Operativo, Búsqueda de la información: Internet/Intranet y Correo Electrónico. Aplicaciones Informáticas de Tratamiento de Textos- 67 horas

SEGOVIA
–Aplicaciones de diseño técnico: CAD Avanzado - 60 horas
–Excel- 60 horas.
–Photoshop. Edición fotográfica - 60 horas

Nuevos perfiles profesionales /

El community manager

Por *J. F. Echevarría* **/ Ilustración** *He Kyeong Ko*

En la carrera de las empresas por difundir su producto, los canales de comunicación tradicionales dieron paso hace unos años a los sitios web y ahora Internet genera otra oportunidad para llegar al público: las redes sociales. Plataformas como Facebook, Twitter, Tuenti o Flickr ofrecen a las empresas una gran facilidad para llegar a potenciales clientes o usuarios. Pero además de la capacidad de comunicarse con ellos, les dan la oportunidad de conocerles e interactuar con ellos, un aspecto que antes se antojaba mucho más difícil y costoso.
Esta nueva herramienta al alcance de las empresas llevó consigo la necesidad de un profesional que se encargara de sacarles el máximo rendimiento, de aquí nació la figura del community manager.
Comunmente se piensa que este profesional solo se dedica a escribir en las redes sociales, pero su trabajo va más allá.

Funciones del responsable de comunidad

Es el encargado de construir, gestionar, moderar y dinamizar las comunidades en las redes sociales en torno a la empresa o marca.
A su vez, ha de ejercer de intermediario entre la empresa y el usuario respondiendo a las dudas de sus usuarios. Dicha comunicación siempre ha de realizarla difundiendo y potenciando la imagen de marca.
Las redes sociales contienen mucha información sobre el usuario, muy útil para la empresa.
La obtención, monitorización y generación de estadísticas sobre los usuarios es una tarea fundamental y esencial en el trabajo de un community manager.

¿A qué departamento de la empresa debe pertenecer?

Ya sabemos qué es lo que hace, ahora necesitamos encontrarle el sitio en nuestra empresa. ¿Debería depender del departamento de marketing o del de comunicación? Por las características del trabajo específico que ha de realizar el community manager, significaría restringir sus posibilidades y sus deberes. Lo ideal sería que trabajara de manera trasversal y conjunta con ambos departamentos.
Para que esto funcione correctamente debe estar completamente integrado en la empresa, dado que será su trabajo la respuesta a cualquier duda que se le pueda plantear desde la comunidad.
Hay que ser consciente que es el responsable de la gestión de la reputación online de la marca, por lo que deberá ser una persona con gran capacidad de comunicación y rápida reacción ante posibles complicaciones.
La necesaria recopilación de datos con los diferentes departamentos de la empresa y la gestión de dicha información aconsejan una independencia de departamentos. Dicha independencia no estaría exenta de una obligada coordinación con los departamentos inicialmente mencionados de marketing y comunicación.

¿Necesita mi empresa un community manager?

Son muchos los factores que decantarán la respuesta hacia el sí o el no.
Lo que está claro es que en estos tiempos, las empresas han de estar en las redes sociales.
Del estudio de las necesidades de la empresa por y para las redes sociales derivará si es necesario tener una persona gestionándolas como tal a tiempo completo.
En caso de no tenerlo, lo recomendable siempre es contar con un especialista en el ámbito e involucrar a la mayor cantidad de trabajadores posible para poder llevar a cabo aunque no todas, al menos muchas de las tareas del community manager.

El conocimiento a demanda

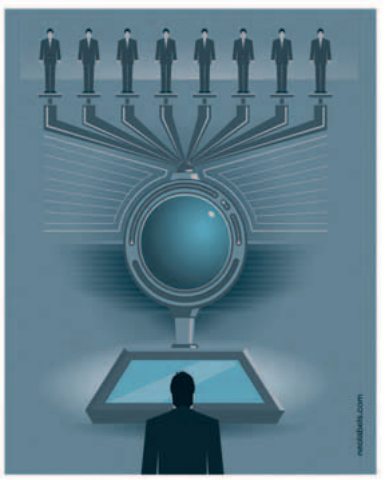
Inés Leopoldo
Directora Genral de Mitsue Venture.
@inesleopoldo

Nos costaría creer que una empresa multinacional quiera contactar formalmente con un experto en Sicilia para saber cómo lidiar con la Mafia local. Sin embargo, esta historia es real. La globalización de la economía ha traído muchos cambios a la sociedad moderna. Sin duda, uno de los más importantes es el modo en que trabajamos hoy en día en comparación con 30 años atrás. Conceptos como 'trabajo para toda la vida' van desapareciendo, mientras que la palabra 'deslocalización' es cada vez más mencionada en los reportes anuales de las grandes multinacionales.

La tecnología actual, que ha contribuido, y mucho, a que el fenómeno de la globalización sea posible y se asiente cada vez más rápido, también ha sido responsable de que se verificara un fenómeno positivo e inédito hasta ahora.

La información está disponible al instante y en igualdad de condiciones para todos con un único requisito previo: hay que saber cómo encontrarla.

En el mundo de los negocios, esa búsqueda de información ha sido satisfecha históricamente bajo dos modalidades: mediante personal propio de la empresa o a través de terceros, que proveían esa información con el conocimiento y experiencia que traían aparejadas sus cualidades profesionales.



Illustración *neolabels.com*

Recientemente, ha nacido una tercera forma de acceder a la información (ejemplificada en el arranque de este texto). Son las redes de expertos que trabajan a través de una empresa, de forma independiente pero coordinada, y satisfacen la demanda de soluciones rápidas, personalizadas y muy específicas.

Estos profesionales están disponibles para quién quiera contratarles (por horas, días, área de investigación...), pero siempre a través de la empresa que comercializa sus servicios. La asistencia puede llevarse a cabo de distintas formas: consulta telefónica u online, servicios presenciales, como reuniones y seminarios, o incluso a través del formato de Interim Management.

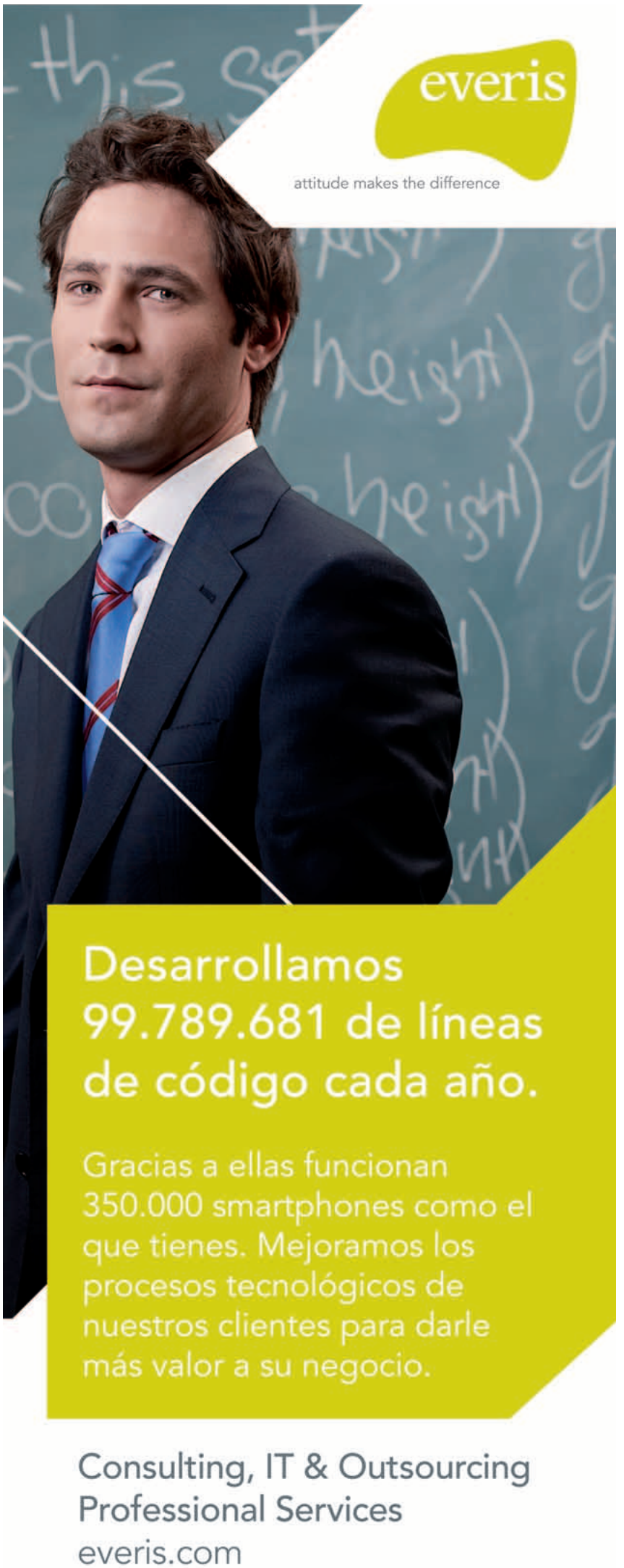
Por ejemplo, un fondo de inversión quiere saber qué impacto puede tener en el mercado la utilización de determinado mineral en un componente de un producto masivo que se anuncia como revolucionario. Su objetivo es saber si debe invertir en las compañías mineras que producen ese mineral; entonces llama a un experto en ese campo, averigua todo lo que le interesa y paga por el tiempo de la consulta. La privacidad y la ecuanimidad de la información están garantizadas. Por una inversión modesta ha obtenido una información que le puede generar grandes beneficios o evitar grandes pérdidas.

Esta nueva modalidad de obtención de recursos surge con el nacimiento de la compañía Gerson Lehman en el año 1999. Posteriormente, han surgido otras redes, como DeMatteo Monness, Coleman Research Group o Cognolink. En total, estas firmas cuentan con más de 400.000 expertos en el mundo y su facturación anual ronda los 500 millones de dólares.

En España, y desde hace unos meses, existe una empresa que brinda este servicio: Avalon la Red de Expertos. Con más de 2.000 profesionales, que deben sortear exigentes filtros de selección, en sus bases de España, Portugal y Latinoamérica, y con clientes de primer nivel, líderes en sus campos de actividad, tales como Finanzas, Medicina Privada o Informática, Avalon se focaliza claramente en el mercado hispano luso parlante.

Las redes de expertos cuentan con muy pocos años de vida pero, seguramente, tienen un futuro muy largo por delante. Son la solución idónea a muchos de los problemas y desafíos que encuentran las empresas hoy en día. Son un recurso multidisciplinar, fácilmente accesible, de costes muy razonables y variables y con la confidencialidad y profesionalidad garantizada por las empresas que administran y venden sus servicios.

Sumado este hecho a que la tecnología permite que toda la información que acumulan pueda estar en segundos en manos de los clientes, podemos concluir que las redes de expertos ponen literalmente el mundo del conocimiento a disposición de quién lo necesite al instante.

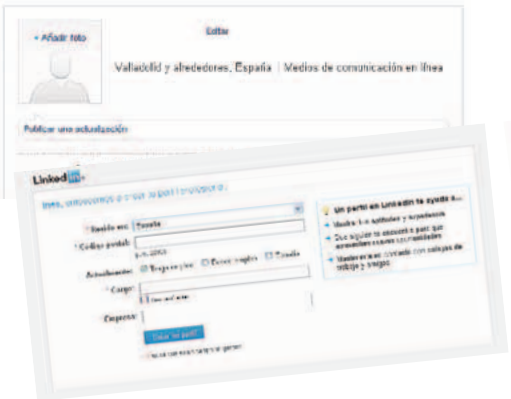


LinkedIn:

El nexo de la empresa y los profesionales

Por *I. P.*

1) Registro:
El usuario debe introducir un nombre de usuario, contraseña y correo.



2) Crear perfil:
En este punto se facilitarán los datos sobre formación, experiencia laboral y ocupación.

3) Configuración:
Gestión de los parámetros de privacidad del perfil y los contenidos del usuarios.

4) Añadir contactos:
Pueden encontrarse a través de grupos de intereses laborales relacionados.

5) Grupos:
El usuario puede formar parte de diversos grupos e interactuar con sus integrafas. También puede configurar los parámetros de privacidad de esta funcionalidad.

Formación y constancia deben ser factores claves para encontrar empleo. Pero saber promocionarse lo es, si cabe, aún más. La realidad del mercado demuestra que las redes sociales se han convertido en un nicho de potenciales trabajadores y empleadores, especialmente las profesionales. Es el caso de Xing o LinkedIn, que actualmente ya superan los 11 y 150 millones de usuarios respectivamente.

Creándose un perfil en ellas es posible promocionar no solo la imagen de marca de las corporaciones, sino también la de los trabajadores que busquen incorporarse al mundo laboral, porque ahí es donde realmente van a buscarlos las empresas. Puede que los sistemas tradicionales de búsqueda de empleo no hayan desaparecido, pero es innegable que han quedado aparcados ante el triunfo de portales profesionales como LinkedIn.

Entre sus diveras prestaciones, esta plataforma permite transmitir opiniones, compartir recursos y promocionar aptitudes y requisitos profesionales. El trabajador que quiera dar fe de la calidad de su actividad, puede encontrar en LinkedIn un escaparate inmejorable.

Del mismo modo, la empresa que busque ampliar el contacto con clientes y trabajadores potenciales puede encontrar en este portal una herramienta inigualable. La razón radica en que facilita una colaboración más estrecha con los profesionales del sector y también con posibles competidores. Todo ello requiere que la construcción del perfil de empresa responda a una planificación y gestión correctas.

Pero estar en LinkedIn no es suficiente para aprovechar sus ventajas. Es imprescindible prestar atención a los contenidos y llenar el perfil de información atractiva, para lo que hay que recurrir a las palabras claves que faciliten el posicionamiento del perfil en los buscadores. En este sentido, la red social ofrece diversos mecanismos para generar presencia y uno de ellos es personalizar la URL para posicionar mejor los blogs o webs. El objetivo de esta funcionalidad es convertir estos portales en imágenes de marca de los propios perfiles de los usuarios.

Junto a los contenidos, otro aspecto que hay que cuidar es el de la fotografía. Y aquí la mayoría de tutoriales recomienda apostar por la formalidad, sin caer en estilos demasiado tópicos.

Creación de capital social

Los contactos son otro de los puntos que más beneficios pueden ofrecer si se gestionan adecuadamente. Eso requiere tener presente que las actualizaciones son la herramienta para atraer su atención, mientras que un buen escaparate de marca, en forma de web o blog, es la forma de reternerla. En resumen, hay que diseñar y seguir una estrategia de captación y retroalimentación de los contactos.

El papel de estos en el éxito de un perfil en LinkedIn tiene relación con el uso de los eventos como sistema para generar capital social. Ser proactivo, crear contenidos y lanzar eventos, son factores que reflejan la actividad de un perfil y esto se plasma como una promoción inigualable para un trabajador que quiera darse a conocer. No hay mejor escaparate posible que el propio trabajo.

La Torre de Babel 3.0

Junto a los conocimientos informáticos básicos, los idiomas se erigen como uno de los factores clave que pueden servir para promocionar la calidad de un currículo. **Por** *I. P.*

Los idiomas son una asignatura pendiente para muchos trabajadores y estudiantes, en muchos casos por falta de tiempo para estudiarlos.

Hace ya tiempo que Internet responde a esta necesidad a través de numerosos portales especializados en el aprendizaje de distintos idiomas y uno de ellos es Busuu. Esta comunidad virtual, que toma su nombre del lenguaje hablado en Camerún, ofrece la posibilidad de realizar de forma gratuita distintos ejercicios de toma de contacto y aprendizaje de diversos idiomas.

Busuu está disponible para un total de doce idiomas: inglés, alemán, español, francés, italiano, portugués, ruso, polaco, turco, árabe, japonés y chino y abarca desde el nivel principiante-elemental hasta el de intermedio-avanzado.

Mediante el ingreso es posible acceder al aprendizaje de hasta cuatro de ellos de manera simultánea y antes de empezar, el usuario tiene la posibilidad de conocer en qué punto del dominio se encuentra a través de una prueba de nivel.

La aplicación parte de la premisa de que un idioma no solo se escribe, también se habla Por ello, el sistema de trabajo en busuu.com se organiza a través de diversos ejercicios, de modo que el usuario puede elegir entre aprender vocabulario, practicar la comprensión lectora, ejercitar la escritura, practicar el dominio oral o realizar pruebas y exámenes para evaluar sus avances.

Además, también es posible descargar contenidos escritos, así como los audios de la unidad y grabaciones realizadas por el propio usuario, con las que puede valorar su pronunciación y tomar nota de los aspectos que debe mejorar.

En cualquier momento, en cualquier lugar

Busuu no solo está disponible para trabajar a través de un equipo, sino que cuenta con aplicación para dispositivos móviles. Es compatible tanto con iPhone, como con iPad, iPod Touch y Android.

La cuenta gratuita ofrece acceso a las cinco primeras unidades de todos los idiomas y niveles desde la aplicación. Si el usuario lo prefiere puede obtener todos los contenidos a través de la cuenta Premium.

1/ Registro

Solo hace falta un nombre de usuario, contraseña y correo.

2/ Pantalla de inicio

Selección del idioma que se quiere aprender.

3/ Empieza al aprendizaje

El usuario puede realizar una prueba de nivel o comenzar las lecciones desde el principio.

busuu.com
the language learning community!

4/ Menú de ejercicios

Vocabulario, comprensión lectora, escritura, pronunciación oral, revisión, descarga de ejercicios, podcast y grabación de voz.

a. Vocabulario

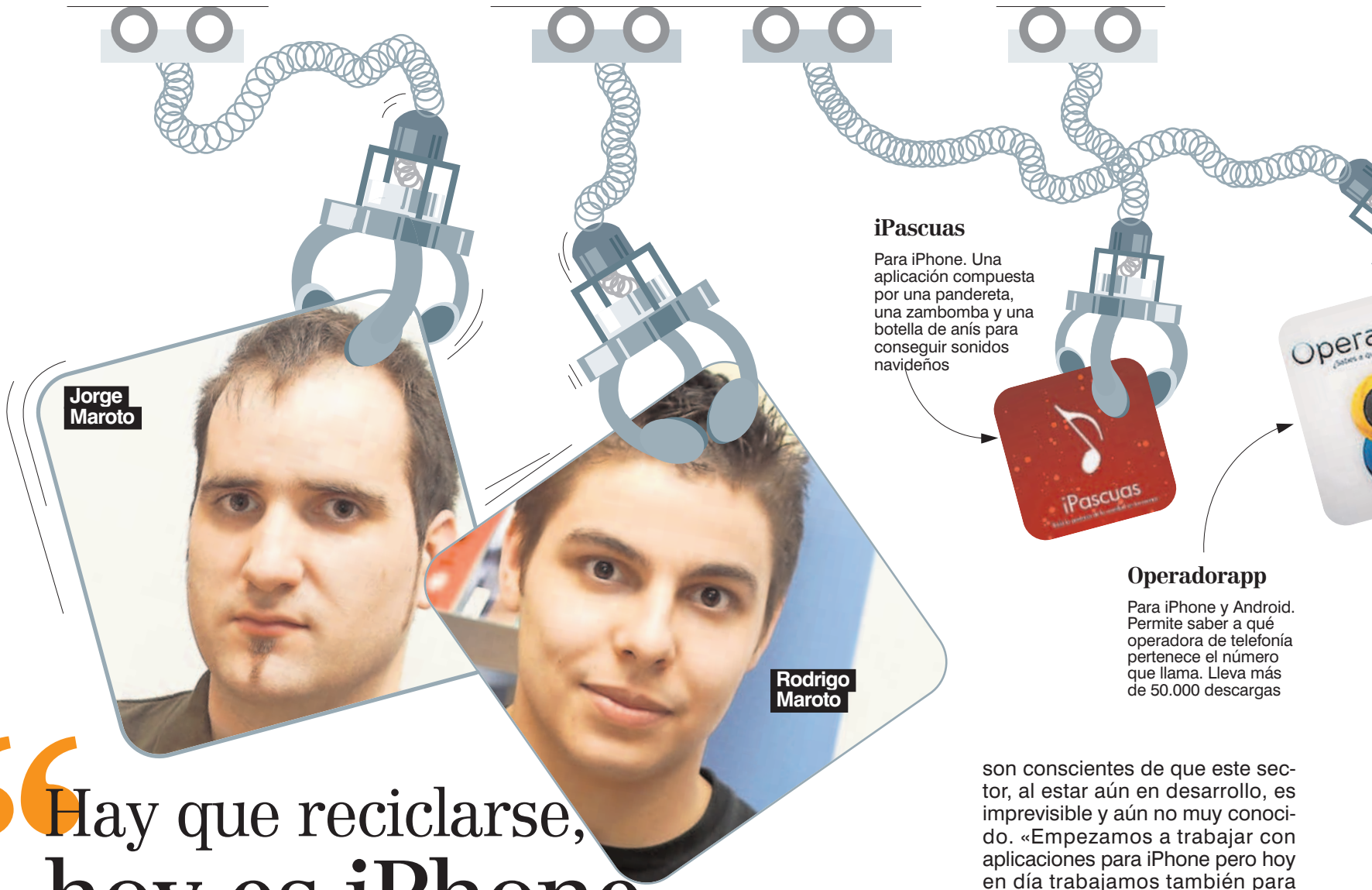
Traducción y pronunciación de palabras y frases.

b. Comprensión lectora

Textos para poner a prueba la comprensión del usuario.

c. Grabador de voz

El usuario practica su pronunciación y puede ser evaluado por hablantes nativos.



iPascuas

Para iPhone. Una aplicación compuesta por una pandereta, una zambomba y una botella de anís para conseguir sonidos navideños

Operadorapp

Para iPhone y Android. Permite saber a qué operadora de telefonía pertenece el número que llama. Lleva más de 50.000 descargas

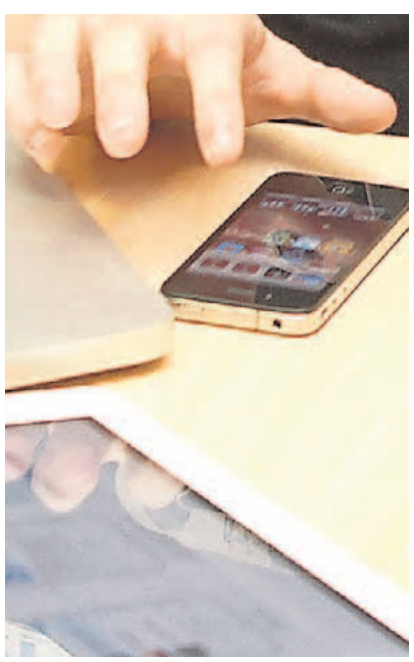
“Hay que reciclarse, hoy es iPhone y Android pero en unos años será otra cosa”

Rodrigo Maroto y Jorge Maroto, tras desarrollar una veintena de aplicaciones móviles, se plantean ahora crear su propia empresa

Por *Rebeca Alonso*

Crisis, desempleo, subida de impuestos… el panorama económico no es muy aragüeño. Todos los sectores sufren con el duro golpe de la recesión. Un momento. ¿Todos? Si miramos bien veremos cómo, cual aldea gala, queda algún área de negocio con grandes posibilidades. Quizá lo más prometedor hoy en día son las tecnologías de la información y la comunicación, y más específicamente, su vertiente orientada a dispositivos móviles. Se necesita formación en este campo, iniciativa y capacidad de adaptación. Y con esta mezcla es posible no solo encontrar trabajo, sino también formar una empresa propia. Rodrigo y Jorge, dos jóvenes castellanos y leoneses, son un claro ejemplo de ello.

Comenzaron creando páginas web hasta que el mundo de las aplicaciones para móviles llamó su atención. Se iniciaron con aplicaciones propias como iPascuas y Operadorapp y, tras cosechar un gran éxito y miles de descargas, empezaron a recibir encargos e incluso fueron invitados a participar en Digital Agenda 2011, unas jornadas organizadas por la Comisión Europea en Bruselas para promover el uso de las nuevas tecnologías. Ahora han decidido que es el momento de crear su propia empresa. Están en la veintena y ya tienen muy claro a qué se quieren dedicar y, lo que es más importante, por dónde van los tiros en el mercado. De hecho tienen su propia página web donde pueden consultarse las aplicaciones que han elaborado: http://tactilapp.com/. La frase “todo está inventado” no va con ellos.



Rodrigo y Jorge creen en las posibilidades de su trabajo aunque son conscientes de que este sector, al estar aún en desarrollo, es imprevisible y aún no muy conocido. «Empezamos a trabajar con aplicaciones para iPhone pero hoy en día trabajamos también para Android, que se ha popularizado mucho gracias al asequible precio de sus terminales», explica Jorge. «Ahora estamos tratando de globalizarnos para llegar a clientes fuera de Valladolid. Como las aplicaciones suelen ser bastante sencillas de utilizar el cliente ve algo fácil, que es lo que defendemos nosotros, la sencillez y la usabilidad, pero da por supuesto que lo que hay detrás también es sencillo. Hemos trabajado ya con alguna empresa de otras comunidades como Madrid, donde se es algo más consciente de lo que es el mercado».

Aprendizaje empresarial

Ahora están preparados para dar el gran salto: formar su propia empresa. «Estamos en distintas actividades como la Youth, una iniciativa de emprendedores que se está desarrollando en toda España y nos están ayudando bastante, y en el proyecto Crea, del Ayuntamiento de Valladolid. Nos están enseñando cómo actuar a nivel empresarial. Salimos con una formación muy técnica de las universidades pero lo que es el mundo empresarial no lo conocemos bien. Tenemos muy claro que queremos crear nuestra propia empresa pero estamos yendo con pies de plomo para hacer bien las cosas», puntualiza Jorge. «También estamos esperando por el cambio de gobierno, van a instaurar una ley de emprendedores y cuando salga definitivamente valo-

iLove

Para Android. Se creó enfocada al día de San Valentín. Rodrigo y Jorge lo desarrollaron junto con Arklin Weeding y Sergio de Diego, quien compuso la música

Monomusic

Para iPhone y Android. Una aplicación para la marca Anís del Mono que desarrollaron para la agencia DDB. Se utilizó más de 20.000.000 veces en dos meses

raremos lo que más nos conviene. Además estamos mirando asesoría para que nos ayude con el papeleo. Mientras tanto estamos aprendiendo conocimientos administrativos básicos, cómo relacionarte con el cliente y hablar ante el público y como crear un plan de negocio», aclara Rodrigo.

No solo es duro el aprendizaje para conocer el mundo empresarial. Rodrigo y Jorge además compatibilizan este gran proyecto con trabajo y estudios. Dedican cada uno media jornada, uno las mañanas y otro las tardes, para trabajar en sus encargos y trabajos y preparar la creación de su propia empresa. La otra mitad la pasan estudiando un máster de investigación, en el caso de Jorge, y en la labor de comunicación y marketing para la empresa Residuos Electrónicos en el caso de Rodrigo.

Pero, además de dedicarle tiempo y trabajo, ¿qué se necesita para triunfar a través de las nuevas tecnologías? Rodrigo lo tiene claro: «Lo primero hay que tener una buena base técnica para tener conocimientos suficientes sobre el sector. A partir de ahí, iniciativa y ganas». Jorge por su parte señala una cualidad muy importante: la capacidad de adaptación. «Querer aprender y reciclarse, porque hoy es iPhone y Android pero dentro de unos años va a ser otra cosa. No es algo que te puedan enseñar en una carrera o en un curso y con esos conocimientos tengas para toda la vida».

Tendencias de futuro

Haciendo gala de ese carácter camaleónico, aunque Rodrigo y Jorge realizan actualmente aplicaciones para iPhone y Android, no dejan de pensar en qué triunfará en el futuro y han puesto sus miras en Windows Phone y los videojuegos. También creen que el sector va a evolucionar hacia el cloud computing, que sirve para acceder a ciertos archivos guardados en un servidor desde cualquier tipo de dispositivo. «Estos servicios funcionan con el modelo de negocio Freemium, que consisten en enseñar al usuario lo que puede dar de sí una aplicación o un servicio como Dropbox o Evernote, y si quieres ser un usuario avanzado y tener todas las características (a partir de cierta cantidad de gigas) pagar por ello», explica Rodrigo.

Pero todos los sectores económicos tienen sus ventajas e inconvenientes. En este caso, una desventaja para el empresario puede ser la copia de sus ideas. Ellos los saben bien. «A las dos semanas de crear Operadorapp teníamos ya veinte clones. El problema es que el software no se puede registrar en España ni en el resto de Europa. Sí lo es en EE.UU. Para los usuarios es algo bueno, pero no para los que creamos aplicaciones. Lo único que nos queda para defendernos es tratar de ser los mejores» aseguran. Y están en ello. Además de preparar su salto empresarial y de no faltarles ideas para desarrollar sus propias aplicaciones y encargos para otras empresas les queda tiempo por ejemplo para patrocinar 'Tipos creativos', una iniciativa que convoca en Valladolid el segundo jueves de cada mes a diseñadores gráficos, estudiantes y profesionales del diseño para intercambiar y debatir ideas, y participar en AppCircus, un concurso mundial de aplicaciones móviles al que se han presentado en la categoría de Open Data con Operadorapp y donde podrían ganar 3.000 euros. Y esto es solo el principio de su prometedora andadura empresarial.

vídeorreportaje en www.e-volucion.es

lo más descargado...

1 Búsqueda por voz — Gratis
No necesita teclear para encontrar lo que quieres en Google. Presione el icono y diga lo que desee.

2 Street View en Google Maps — Gratis
Para explorar el mundo a pie de calle desde un móvil. Turismo por cualquier ciudad o recorrer el barrio.

3 Root Explorer — 2,99
El mejor gestor de archivos para usuarios raíz y tener acceso a todo el sistema de Android.

4 Cámara de Papel — 1,49
La aplicación de pago para fotografías más descargada en Google Play.

lo más descargado...

1 WhatsApp — Gratis
Messenger para smartphones. Es una manera rápida y gratuita de estar siempre conectado con los amigos.

2 Angry Birds Space HD — 2,39
Cuarto juego de los 'pájaros enfadados'. En esta ocasión, en gravedad cero.

3 Instagram — Gratis
La aplicación para fotos ha dado el salto a Android pero sigue siendo uno de los reyes del AppStore.

4 TV- España — 0,79
Crea tu lista de cadenas favoritas entre más de 500 nacionales o internacionales.

Blink, una aplicación para las reservas de hoteles de última hora

Nos hemos dormido en los laureles. Se nos ha olvidado reservar hotel, lo hemos dejado al azar o, simplemente, ha surgido una escapada de última hora. En estos casos puede ocurrir que no encontremos sitio o que acabemos en un lugar no muy bueno para nuestro bolsillo. Precisamente para estos casos ha nacido Blink, una primera aplicación para móviles con sello castellano y leonés que permite reservar en el último momento, el mismo día que se entra al hotel, incluso hasta las tres de la mañana. Y ha sido todo un éxito. Las primeras semanas consiguió más de 10.000 descargas. Sus creadores son cinco jóvenes: cuatro vallisoletanos y una segoviana. Se trata de la primera aplicación de estas características que permite reservar hoteles 'last minute' en Europa.

Pero aunque iniciativa tiene corazón castellano y leonés, hay que decir que la idea llegó cuando tres de estos jóvenes estaban estudiando cerca de Palo Alto, en el corazón del 'Silicon Valley'. Allí vieron que la fórmula empezaba a funcionar en EE.UU. y decidieron poner en marcha un proyecto así para Europa. Puede descargarse a través de Google Play de Android, en el AppleStore o directamente a través de http://www.blinkbooking.com. Así, en tan solo cuatro toques de móvil y menos de un minuto podemos conseguir un hotel de última hora en Francia, Alemania, Italia, Portugal, España o Reino Unido con descuentos de hasta el 75%.

'Blink', aplicación para iOS y Android que reserva hoteles a última hora.

la más económicas

★☆☆☆☆

iJoy Galatea Tablet 7”

Sistema Operativo: Android 2.2

Pantalla: Resistiva de 7”

Velocidad del procesador: 800 MHz

Conectividad: WIFI: 802.11 b/g/n.

Webcam: Cámara de 0.3 MPx.

Puertos: Mini USB y micro SD

Resolución: 800x480.

★★★☆☆

Point of View Mobii PlayTab Pro 7”

Sistema Operativo: Android 2.3 Gingerbread

Pantalla: Resistiva de 7”

Velocidad del procesador: 1 GHz

Conectividad: WIFI 802.11 b/g/n.

Webcam: Cámara de 0.3 MPx..

Puertos: USB, micro SD y HDMI.

Resolución: 800x480.

Las tabletas más baratas del mercado

Porque tener uno de estos dispositivos no es cuestión de ricos, aquí os presentamos las más asequibles del mercado

Antonio Mateos
Presidente de la Federación Nacional de Instaladores de Telecomunicaciones (Fenitel).
amateos@am-teleco.com

El dividendo digital

Al dejar mi coche en el garaje, unos vecinos me pillaron y preguntaron: Oye ¿Qué es esto del dividendo digital? Porque hemos oído hablar y no sabemos que es. Quedé pensando como lo explicaría de forma inteligible, sin tecnicismos y les dije: Veréis, actualmente vemos a través de TDT más de 30 programas: TVE1, Antena3, Tele5, Lasexta, Cuatro, etc. Y esos programas nos llegan dentro 9 canales, con 4/5 programas cada uno. A su vez, esos 9 canales están distribuidos dentro de un espacio radioeléctrico llamado UHF, que va desde el canal 21 al 69.

Por acuerdo de la Unión Europea, a partir del 1 de enero del 2015, los canales de TV que emiten entre el 61 y el 69 deben abandonar ese sitio y reubicarse en otro canal mas bajo del 60 dejando su espacio libre para Telecomunicaciones Móviles, espacio que ya ha sido subastado por el gobierno y adjudicado por 1.305 milones a operadores de telefonía y ahora nos toca a los usuarios, en especial a las comunidades de vecinos, adaptar las antenas, al cambio para seguir viendo los mismos programas de TV si no nos quitan algunos.

Hay un Plan Marco consensuado para realizar esto y según la LES, el Gobierno compensaría a los usuarios, con parte de lo recaudado, el coste de la modificación de antenas, pero con la situación económica actual, lo recaudado está en la ‘bolsa común’ y ahora no sabemos quien será el que pague o cuanto aportará el Gobierno para ello. Pero el cambio hay que hacerlo, sí o sí. Y esto es y lo que

★★★☆☆

Aakash ('cielo' en hindú)
Vendida solo en la India

Sistema Operativo: Android 2.3 Gingerbread

Pantalla: Resistiva de 7"

Velocidad del procesador: 700 MHz

Conectividad: WIFI 802.11 a/b/g.

Webcam: No.

Puertos: 2 puertos USB.

Resolución: 800x480.

★★☆☆☆

Tablet Pc 7" Epad
Android 2.2

Sistema Operativo: Android 2.2

Pantalla: Resistiva de 7"

Velocidad del procesador: 800 MHz

Conectividad: WIFI 802.11 b/g.

Webcam: Cámara de 0.3 MPx.

Puertos: USB.

Resolución: 800x480.

Por *Jesús Fernández Echevarría*

En 2016 se prevé que se vendan 369 millones de tabletas en todo el mundo, pero no todo el mundo se puede permitir pagar los alrededor de 600 euros que cuestan el nuevo iPad, el Samsung Galaxy Tab 10.1 o el Asus Transformer Prime. Sacrificando funcionalidades en detrimento de la percepción del usuario todavía podremos disfrutar de la movilidad y la usabilidad que son las características básicas de estos estos reyes de las tiendas de informática.
He aquí los cuatro ejemplos más baratos del mercado.
La movilidad al alcance de todos los bolsillos.

implica, el dividendo digital. Al oír esto, el vecino del 4º D, Fernando 'el maestro', muy ilustrado él, me responde: O sea, como en matemáticas, pero en tecnología: la división digital es una operación de reasignación de espectro radioeléctrico que consiste en liberar una parte ocupada por canales de televisión y cederla a operadores de comunicaciones móviles, que han pagado en una subasta, una cantidad que se denomina 'dividendo'. La Administración ahora se queda con el 'dividendo' y el 'cociente' y a los usuarios nos darán el 'resto' si es que sobra y nos tocará rascarnos el bolsillo, para seguir viendo los mismos programas de TV. La sra. Angelita, vecina del 2º A, me espeta: Pero ¿el espectro ese, no es de todos? Nos lo quitan a todos, para que unos pocos hagan negocio y encima, tenemos que pagar por ello. Rogelio, el portero incide: Nos venden que la TV es gratis, pero me da que la pagamos bien y nos ponen lo que quieren.

Bueno…respondí (viéndome en un callejón 'sin salida razonable'), visto así, tenéis vuestra razón. Pero esto no es algo hecho sin conocimiento, sino un acuerdo de la Unión Internacional de Telecomunicaciones para poder seguir avanzando tecnológicamente, base para nuestro desarrollo económico futuro.

En principio, el Gobierno creía contar con unos recursos que ahora, al parecer, no tiene. Pero como hay que hacerlo sí o sí, pondrá lo que pueda, sabiendo que el 80% de los españoles ven la TDT unas 4,5 horas diarias por usuario y que la TV es el principal medio de comunicación, información y conexión en España. Entiendo que todos debemos colaborar para salir con esto adelante por interés general y que al final somos usuarios, pero muchas empresas están 'tragando saliva' para mantener el personal que pueda llevar a cabo el proceso como se hizo con la TDT, evitando despidos e inclusive crear nuevos puestos de trabajo. No sé si mi explicación convenció a la sra. Angelita, a D. Fernando 'el maestro', a Rogelio y a los otros dos vecinos que no habían dicho nada (los peores), pero que según marchaban, un «pues vamos apañados,.. ahora, la tele» y un «ya hablaré yo, antes de la reunión, con el sobrino de mi prima, que ese si que sabe de lo digital...» me indicó lo importante que será hacerlo bien y emplear todos los esfuerzos necesarios en realizar una comunicación muy clara, convincente o no, pero evidentemente necesaria y obligada, si se quiere llevar a cabo esta nueva transición con pleno éxito.

¿Pagar por ver?

Por *M.Eugenia García* / **Ilustración** *He Kyeong Ko*

Las cuentas premium registradas en Megaupload hacen pensar que el usuario sí está preparado para pagar.

El cierre de Megaupload supuso un pequeño drama para millones de personas en todo en mundo. El número de cuentas premium registradas en esta plataforma parece dejar claro que los usuarios sí están dispuestos a pagar por disfrutar de contenidos audiovisuales. El ejemplo más claro lo ofrece Netflix, la plataforma de tenevisión a la carta norteamericana pero que ha renunciado, de momento, a sus planes de expansión en España.

Pero en España sí existen alternativas legales a las webs de descargas. La escandinava Voddler (http://www.voddler.com/es/) llegó con la promesa de ser el Spotify audiovisual. Lejos está la oferta de Voddler en películas y series de lo que es Soptify en el mundo de la música. En películas en store puede ser aceptable pero en series la oferta es muy escasa. Tan solo 11 series, la mayoría infantiles, componen su estantería. La reproducción de los vídeos es fluida pero Voddler obliga a descarcarse un programa, VoddlerNet, para poder visualizar los contenidos.

El cine y la televisión dan pasos para acercarse a los internautas e intentar sacar rendimiento económico a su trabajo.

Y de Voddler a Filmin (http://www.filmin.es/). En Filmin el usuario se registra y puede pagar por ver un título o hacerse premium y pagar al más puro estilo Megaupload. 15 euros un mes, 30 dos, y 110 todo el año. Aún así los precios son realmente competitivos (el más caro son 3,95 euros).

A pesar de anunciarse como la web del cine idependiente la oferta es más variada de lo que cabría esperar: de la trilogía Crepúsculo pasando por cine español y, por supuesto, cine indi europeo. Dentro de las series, aunque tiene carencias, se pueden encontrar varios 'animes' de éxito de los últimos años. Esta web ofrece una ficha de cada película con la típica sinopsis y el tráiler pero también una serie de películas similares y un par de enlaces a dos webs especializadas: IMDB y Sensacine.

Wuaki (https://wuaki.tv/) es muy parecido a Voddler, es decir, comparte el mismo espíritu: el pago por contenido, aunque también ofrece visualizaciones gratuitas. Los precios oscilan entre los 1,99 y los 13,99 euros. La principal novedad de esta web es la posibilidad de sincronizarla con algunos televisores. Está disponible para reproductores multimedia Gigaset, y televisores LG Smart, Panasonic Smart Viera y Samsung SmartTV. Como en Voddler o Filmin se echa de menos un catálogo más amplio.

Finalmente, Filmotech (http://www.filmotech.com) nació en el 2007 bajo el subtítulo 'todo tu cine en español'. La web ofrece dos posibilidades de visualización. La primera se llama 'tarifa plana' para la que hace falta estar resgistrado. La segunda opción es la 'taquilla' y se paga por película.

Las webs 'oficiales' adolecen de un catálogo amplio en contenidos audiovisuales. El cine y la televisión dan pasos para acercarse a los internautas e intentar sacar rendimiento económico a su trabajo. El aparente miedo que el mundo del cine y la televisión parece tener a Internet va desapareciendo. Las páginas de enlaces han ganado su terreno y han acostumbrado a muchos al 'todo gratis'. En embargo, existen buenas razones para creer en que los usuarios estarían dispuestos a pagar por ver.

En España sí existen alternativas legales a las webs de descargas.

	Catálogo	Organización	Visualización
Voddler	4	4	5
Filmin	6	7	7
Wuaki	4	6	6
Filmotech	6	7	5

NOTA DEL 0 AL 10

La nueva forma de leer EL NORTE DE CASTILLA de siempre

desde cualquier lugar y en cualquier momento

Entra en **www.kioskoymas.com** o descárgate gratuitamente la aplicación de **KIOSCO Y MÁS** en tu dispositivo móvil, y accede al periódico de cada día.

El Norte de Castilla

en

KIOSKO y más

¿Sabías que la cultura también se vive de noche?

Acompáñanos a descubrir todos los secretos del Monasterio de Santa María la Real de Las Huelgas. Las personas que mejor lo conocen te enseñarán, en un recorrido nocturno, lo que muy pocos han visto.

Inscríbete en **www.telefonica.es/cultura** y participa además en el sorteo de 50 tablets y 200 e-books.

Déjate sorprender por la cultura de la mano de Telefónica los días 20 y 21 de Junio en el Monasterio de Santa María la Real de Las Huelgas.

Museu d'Art Contemporani de Barcelona (Barcelona): 10 y 11 de mayo.
Teatro Real (Madrid): 17 y 25 de mayo.
Basílica del Pilar (Zaragoza): 4 y 5 de junio.
Real Alcázar (Sevilla): 4 y 5 de junio.
Casa de América (Madrid): 11 y 12 de junio.
Monasterio de Santa María la Real de Las Huelgas (Burgos): 20 y 21 de junio.
Museo Reina Sofía (Madrid): 26 y 27 de junio.

Telefónica

PATRIMONIO NACIONAL