

e-volución

Negocio digital
y tecnología



**EL 'E-COMMERCE'
ALCANZA EN ESPAÑA
UN VOLUMEN DE
NEGOCIO DE 2.421
MILLONES DE EUROS**

**EL PALENTINO RUBÉN INFANTE CREA
EL PRIMER GEOLOCALIZADOR DE
REALIDAD AUMENTADA COMO
TRABAJO PARA UN MÁSTER**

CONSTRUIR UN FUTURO

'ON-LINE'

Alfredo Arias es un albañil leonés autodidacta que se ha convertido en un referente de gestión de redes sociales

'Minipunk', con su smartphone en la obra donde trabaja en la localidad leonesa de Santibáñez de Ordás.

Foto C. Hernández

PROGRAMA IMPULSO

Castilla y León por el Futuro

Concursos: Financiación e Innovación

Envía tus trabajos hasta el 15 de septiembre



Si tienes entre 18 y 25 años
anímate a explorar nuevas
ideas empresariales y a
colaborar de manera activa
en el crecimiento económico
y social de la comunidad
autónoma de Castilla y León.

Premios por concurso:

Primer premio: Regalos por valor de 1.400 €.

Dos accésit: Mención en la edición impresa y online de El Norte de Castilla.

¡Demuestra lo que eres capaz de hacer!

Prepara un video y un dossier, accede a la web www.programaimpulso.es y rellena el formulario.

(Consulta el resto de bases)

Organiza:

El Norte de Castilla

Patrocina:

 **Junta de
Castilla y León**

 **beraval**

Editorial

Seguimos girando



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

@fjescribano

Este mes, la versión impresa de e-volución muestra que el progreso en el mundo del negocio digital sigue sin freno. Los ingresos siguen creciendo y las oportunidades están ahí. Por eso mostramos casos de éxito de empresas de Castilla y León, con algo tan aparentemente sencillo como la venta de calcetines que hace Calce-town y que detalla nuestro artículo de la página 7. Las barreras de entrada económicas no son infranqueables si se tiene iniciativa y se innova. Así lo ha hecho la empresa Isend, objeto de nuestro reportaje de la página 12, trabajando en un campo con una competencia de únicamente seis empresas en todo el mundo. La ilusión de dos ingenieros está cubriendo de proyectos el mapamundi desde Castilla y León.

La ciencia no está nada lejos de nuestro día a día según nos cuenta Carlos Ceruelo en la página 15. Más de uno se sorprenderá al conocer que, en

nuestros vehículos, llevamos a Einstein en el navegador. No podíamos dejar de lado la presentación de la nueva joya de Samsung: el teléfono móvil, por definirlo coloquialmente, Galaxy SIII. Está claro que llamar a estos aparatos 'teléfonos' es una simplificación ya que un ordenador de hace 5 años tenía menos capacidades que estas máquinas que llevamos en el bolsillo y con las que, además, podemos llamar por teléfono. El nuevo Galaxy será una pieza clave en la integración de la tecnología NFC ('Near Field Communication') en nuestro día a día que nos permitirá, entre otras muchas posibilidades, pagar en comercios simplemente aproximando el móvil a un terminal de cobro. En otro orden de cosas seguimos tratando de acercar conceptos al público para que el mundo digital deje de mirarse como algo para los avezados. En la información de las páginas 18 y 19, complementada con la

firma de Manuel Fernández, daremos luz sobre el concepto 'cloud'. Doy la bienvenida a Francisco García Paramio que se incorpora a este número como experto introduciéndonos al concepto del negocio digital en una serie de artículos; y no acabo sin insistir en las muchas oportunidades que el negocio digital pone en manos de cualquier persona, como el albañil de nuestra portada quien, una vez reciclado, complementa su actividad gestionando redes sociales para terceros según ampliamos en la página 8. Muchas otras informaciones de interés acaban de componer el e-volución de mayo que tiene en sus manos.

Nadie me va a convencer de lo contrario: el mundo sigue girando y no seremos los humanos los que consigamos detenerlo. No olviden seguirnos frecuentemente en la web 'www.e-olucion.es' o en twitter bajo '@e_volucion'.

Hasta el próximo número.

Nuestros expertos



Francisco José García Paramio.
Ingeniero de Telecomunicaciones. EMBA. Director de División de Logística del banco de Caja España de Inversiones Salamanca y Soria S.A.

Negocio digital (I): Dinero no-cash P07



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

4G: Guía rápida de supervivencia P11



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

El navegador del coche y la relatividad P15



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

Cloud: tan lejos, tan cerca P19



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

La revolución de los dispositivos conectados P28

sumario

NEGOCIO DIGITAL

Vender el móvil usado en Internet 6

INNOVACIÓN

Qué es qué en la realidad aumentada 10 y 11

CIENCIA, INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

El historial clínico, en el smartphone 17

PÁGINAS CENTRALES

Infografía: El concepto nube de un vistazo 18 y 19

FORMACIÓN PARA EL NEGOCIO

El tirón de la universidad 'on-line' 20 y 21

ACTUALIDAD DIGITAL

Android versus iOS 28 y 29

EDITA: El Norte de Castilla
COORDINACIÓN: Liliána Martínez Colodrón.
DISEÑO Y MAQUETACIÓN: He Kyeong Ko.
IMPRESIÓN: Printolid.
COMERCIALIZACIÓN: CM CYL.
publicidad@cmcyL.es TELÉFONO: 983 412 124

e-olucion@elnortedecastilla.es

[PRÓXIMO NÚMERO, 13 DE JUNIO]

SÍGUENOS EN FACEBOOK



Y EN TWITTER



@e_volucion

El despegue del comercio electrónico

Las transacciones en la red ganan peso ya que aportan mayor competitividad y facilitan la fidelización del cliente

Por Inés Pérez Caamaño Gráfico: He Kyeong Ko

El comercio electrónico (del término en inglés e-commerce), ha experimentado un notable crecimiento en los últimos años y son muchas las empresas que no quieren quedarse atrás. De hecho, recientemente Visa ha anunciado que su propio servicio de pago 'online' multiplataforma (V.me) llegará a España en otoño. Este monedero virtual, que permitirá realizar pagos a través de la tableta, el smartphone y el ordenador, es la última prueba del protagonismo que juega el 'e-commerce'. Las cifras avalan esta realidad y el 2011 ha cerrado su tercer trimestre con un volumen de negocio de 2.421,8 millones de euros, lo que implica un incremento del 27,4% con respecto al mismo periodo del año anterior. 2010 echó el cierre con un montante de 1.911 millones, cifra bastante superior a los 1.574,2 de 2009 y los 1.248,7 de 2008. El éxito del comercio electrónico es especialmente evidente si estos datos se comparan con los de 2005, cuando el volumen de negocio era de 422,6 millones de euros, según datos de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones.

Pero la distribución en el uso del 'e-commerce' ni es estática ni se da en todos los sectores por igual. De hecho, los últimos datos demues-

tran que ocupa casi el 17% del volumen de negocio de las agencias de viajes y operadores turísticos y más del 13% en el transporte aéreo. Los datos caen hasta poco más del 6 en el caso del marketing directo y rozan el 3 en el de la publicidad.

Al finalizar el tercer trimestre del pasado año, el comercio electrónico ya apuntaba un total de 32,6 millones de transacciones y casi un 10% de ellas se centra en torno al sector de los electrodomésticos, radio, televisión y sonido. Las agencias de viajes y el marketing digital se sitúan en el segundo y tercer puesto, respectivamente, con un 7,6 y 7,4%, respectivamente.

Las caras del e-commerce

Según el último informe realizado por Nielsen, agencia de investigación de mercado, el portal de El Corte Inglés se alza como el líder en comercio electrónico de España (3,7 millones de usuarios únicos), por delante de eBay (3,3 millones), Amazon (2,7) o Bing Ciao (2,2).

El informe también analiza la distribución en el uso del comercio electrónico por comunidades. Cantabria se sitúa a la cabeza, con un 75,6% de usuarios 'e-commerce' sobre el total de internautas, mientras que Castilla y León ocupa el décimo puesto, con un 63,1%.

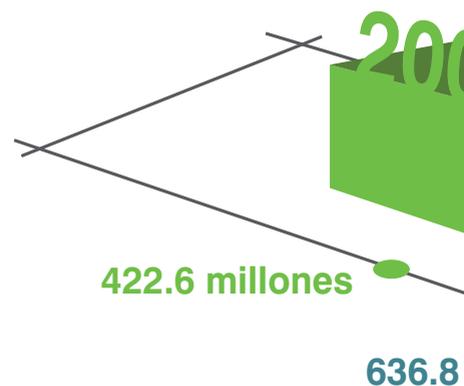
Pero la web de El Corte Inglés no es la única exitosa. Otros ejemplos conocidos son los portales de Cascajares, Tempoturs o TusVestidos.

Y la razón no es otra que los beneficios que ofrece. Para el usuario, la comodidad, el acceso a la información y a un mercado más competitivo. Para la empresa, mejora en los sistemas de distribución y refuerzo en la fidelización de clientes.

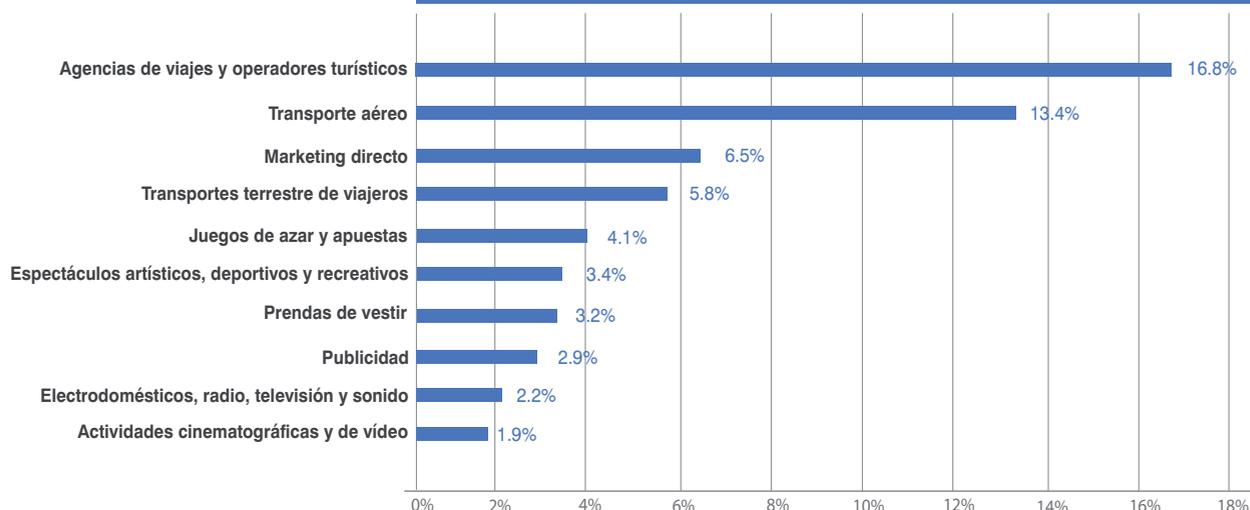
Pero el éxito no está asegurado y depende del uso responsable. La seguridad es una de las principales razones por las que algunas empresas no se atreven a apostar por el 'e-commerce'.

Por ello deben primar los portales que se mueven sobre un servidor seguro (https:// en lugar de http://) y aquellos que facilitan de forma clara la identidad de la empresa, los datos del producto y las condiciones del servicio. En cuanto al pago con tarjeta, es recomendable vincularla con una cuenta donde puedan realizarse impositivos por importe exacto.

Por último, no hay que olvidar la importancia de guardar copias de seguridad y de tener presente la Oficina de Atención al Consumidor para posibles reclamaciones (http://atencionalconsumidor.com/). Anticiparse a los problemas es la mejor solución posible.



LAS DIEZ RAMAS DE ACTIVIDADES CON MAYOR PORCENTAJE DE VOLUMEN DE NEGOCIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

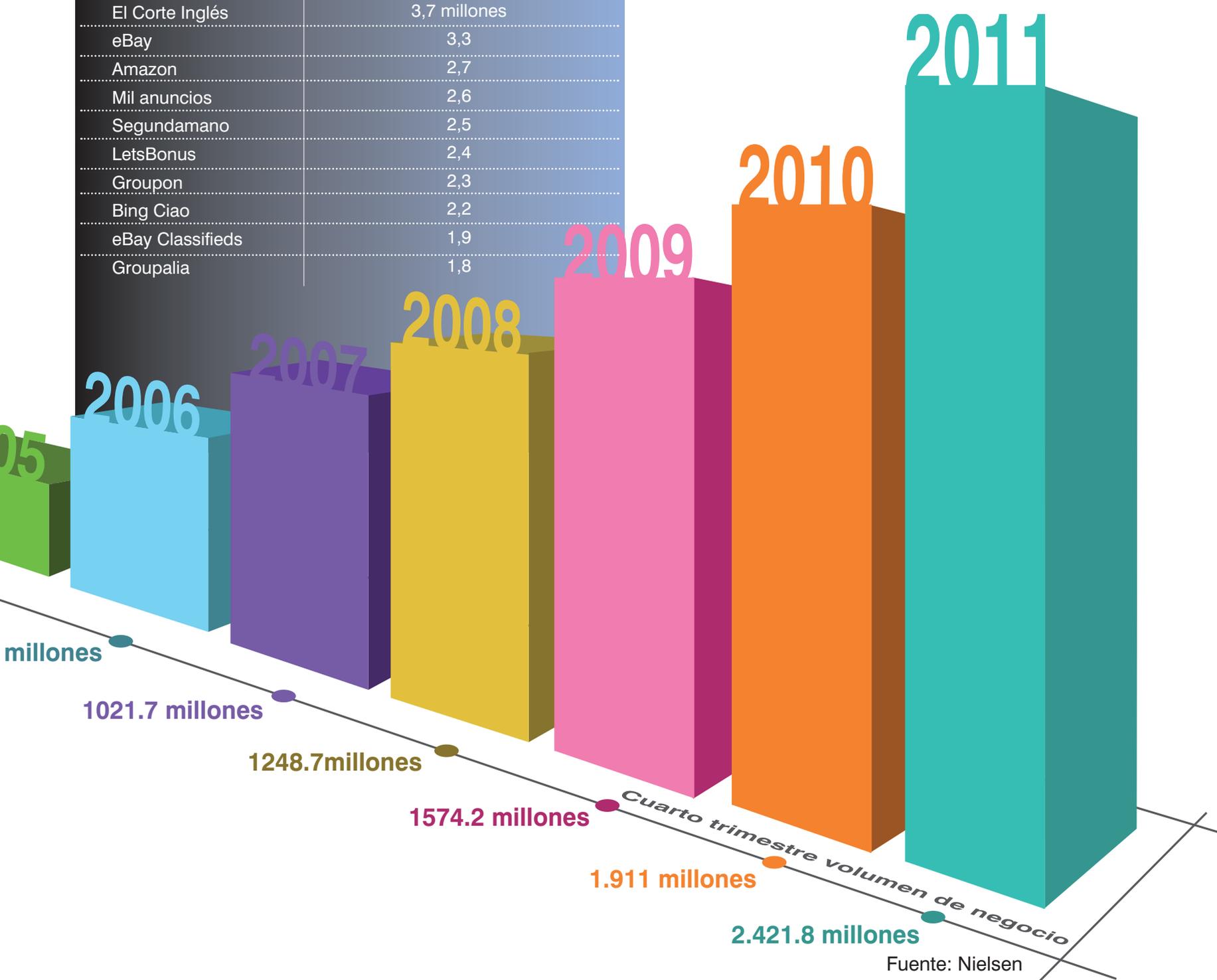


El dato

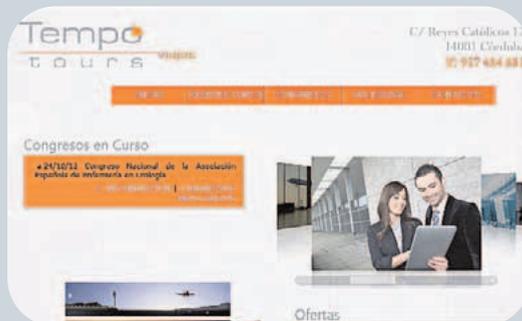
El comercio electrónico ha experimentado un gran crecimiento en los últimos años y 2011 ha cerrado con un volumen de negocio de 2.421,8 millones de euros. Actualmente Castilla y León se sitúa en el décimo puesto del ranking en su uso. A nivel estatal, el portal de El Corte Inglés se erige como el líder del comercio electrónico, mientras que portales como los de Cascajares, Tempotours o TusVestidos también tienen muy buena acogida.

LOS DIEZ PRINCIPALES PORTALES DE 'E-COMMERCE' EN ESPAÑA

PORTAL	USUARIOS ÚNICOS
El Corte Inglés	3,7 millones
eBay	3,3
Amazon	2,7
Mil anuncios	2,6
Segundamano	2,5
LetsBonus	2,4
Groupon	2,3
Bing Ciao	2,2
eBay Classifieds	1,9
Groupalia	1,8



Cascajares ha sido premiada como la mejor pyme española de 2011. Su portal cuenta con una tienda 'on-line' y narra la historia de la marca.



La web de esta agencia de viajes permite consultar las ofertas disponibles, el listado de congresos en curso o solicitar presupuestos.



Este portal no solo ofrece un extenso catálogo de prendas, sino también la posibilidad de acceder a diseños a medida.

¿Cuánto me pagan por mi viejo **móvil**?

Por J. A. Pardal



MODELO	Apple Iphone 4, 16GB	Samsung Galaxy S2	Nokia Lumia 800	HTC Incredible S	
EMPRESAS	FUNCIONANDO				
	Eurekamovil	220 €	240 €	110 €	110 €
	Zonzoo	179 €	233 €	81 €	111 €
	TopDollarMobile	174,76 €	252 €	135,79 €	132,30 €
	Zwipit	157,34 €	232,34 €	68,81 €	130,11 €
	AVERIADO				
	Eurekamovil	100 €	110 €	55 €	55 €
	Zonzoo	54 €	70 €	24 €	33 €
TopDollarMobile	87,38 €	126 €	67,90 €	66,15 €	
Zwipit	62,94 €	92,94 €	27,52 €	52,04 €	

El antiguo teléfono guardado en un cajón tiene precio, comprador y un mercado que busca sacarle beneficio

Dice una frase de Twitter: «Es fácil calcular los años de vida de una persona contando el número de cargadores de teléfono que guarda en el cajón de su mesilla». Tal vez esta sea una afirmación muy arriesgada pero, sí es cierto que en las casas existe un gran número de dispositivos que se han ido quedando obsoletos con la llegada continua de nuevas tecnologías durante el paso de los años. Desde aquel antediluviano Alcatel One Touch Easy, el primero que pasó por las manos de toda una generación de jóvenes que se iniciaban en el mundo de la telefonía sin hilos, hasta los actuales iPhone, Samsung o HTC, por citar algunos, todos los modelos tienen cabida en el mundo de la reventa de dispositivos usados. En España operan multitud de empresas de este tipo y la interacción con ellas es muy sencilla. En las diferentes páginas web que realizan este servi-

cio existe un amplio listado de aparatos con los respectivos precios que obtendremos al venderlos. Una vez cumplimentados los formularios necesarios, y dentro de la fecha y hora que seleccionemos, una empresa de mensajería se trasladará a nuestro domicilio a recoger el terminal que hemos vendido y unos días después el dinero aparecerá en la cuenta corriente que hayamos facilitado. Un proceso realmente sencillo.

Los teléfonos se pueden vender cuando aún son operativos y también si están estropeados, una circunstancia de la que depende su precio. Si el teléfono funciona deberemos demostrarlo delante del operario que venga a nuestra casa a por el dispositivo. Él es quien, a priori, comprobará que el teléfono del que nos desprendemos cumple con las condiciones del contrato de venta. Tras la recogida del terminal en nuestras casas, comienza el proceso por el que las

empresas obtienen beneficio. Los teléfonos en buen estado se redistribuyen en países emergentes y los estropeados se reparan para ser vendidos. Los componentes válidos se reciclan mientras que lo que no se puede reutilizar se desecha y procesa según la normativa vigente en protección del medio ambiente.

LE RECOMENDAMOS

Ninguna empresa compra todos los teléfonos al mejor precio, hay variaciones. Tómese su tiempo en encontrar la mejor oferta. Buceando en varias páginas web seguro que da con ella.

Calcetown:

Cuando las redes sociales no venden, pero ayudan

Por M. E. G. Foto Calcetown



Calcetown tiene su sede en Zamora y su logística se mantiene en Valladolid. María Pozo, Leo Pozo, Raúl Zurió y Óscar Martín eran amigos pero trabajaban por separado. Pensaron que entre los emprendedores el calcetín negro era el que más se llevaba y «era muy triste», así que decidieron que si los nuevos empresarios deben lanzarse a revolucionar la economía deberían empezar por sus pies. Así nació Calcetown, una web en la que estos cuatro socios venden diseños coloridos y divertidos de calcetines elaborados con materiales de primera calidad. Fabricados con hilo italiano que ha sido mercerizado, peinado y gasado para darle una textura, color y comodidad «insuperable».

Calcetown ha conseguido hacer de su comunicación en Internet todo un arte. «Las redes sociales no están para vender sino para crear una comunidad», asegura Óscar Pozo, uno de los socios. Y añade: «incluso pueden ser tu departamento de I+D». «Además, los pequeños empresarios muchas veces no nos damos cuenta de que son una gran oportunidad para nosotros porque igualan las fuerzas». Si la comunidad es verdadera los clientes son los que explican a la empresa qué es lo que les gusta y lo que no.

Considera que los empresarios se frustran porque no pueden medir con cifras de ventas su presencia en este nuevo tipo de medios pero los réditos son otros. Para acer-

carse a sus posibles clientes qué mejor que un concurso en el que los usuarios puedan mostrar su ingenio y ganar un ebook. ¿Cómo? Con sus mensajes en Facebook explicando en qué acontecimiento histórico Calcetown pudo poner algo de colorido.

Pozo cuenta como fue fácil para ellos montar la empresa «porque todos teníamos experiencia y porque uno de los socios tiene una asesoría». En una semana estaba todo preparado.

«En España la situación económica es complicada y para seguir creciendo en ventas necesitamos salir a otros países» asegura y por eso, buscan su expansión al mercado internacional sobre todo a Francia «donde existe una mayor conciencia de la moda». Con su viaje hasta otros países, Calcetown abrirá nuevos perfiles en las redes sociales Facebook y Twitter además de crear dominios para sus nuevos mercados y no solo eso sino que la línea de moda se modificará según el gusto de cada lugar porque «cada mercado es distinto y hay que tener en cuenta sus particularidades. No traduciremos las páginas sino que les daremos contenidos propios. Esto supone un nuevo proyecto para cada país».

En cuanto a la línea de moda disponible en el extranjero, además de unos cuantos básicos que se mantendrán fijos, habrá «productos específicos que tendrán en cuenta los gustos de cada lugar».



Negocio Digital (I): Dinero No-Cash.

Francisco José García Paramio

Director de División de Logística del banco de Caja España de Inversiones Salamanca y Soria S.A.

fgparamio@hotmail.com

¿Qué es un negocio digital? Dado lo evolucionado de este concepto desde los primeros tiempos de múltiples intentos de arranque de la actividad económica basada en el ofrecimiento de productos y servicios sobre la red, hasta las actuales realidades consolidadas, la contestación a la pregunta planteada no es sencilla. En función de los actores de la cadena de un determinado negocio digital, de lo material o inmaterial ofrecido, de la sucesión de procesos y aprovisionamientos y de la logística directa e inversa del conjunto, obtendríamos respuestas diversas.

Detrás de esa diversidad subyacen un grupo de pilares comunes a todo negocio digital: siempre se da un uso intensivo de la tecnología (equipos y aplicaciones) y las comunicaciones (internet y accesos a la red variopintos); siempre se produce un intercambio de bienes o servicios materiales o inmateriales desde un proveedor a un cliente individual o colectivo; siempre existe un procedimiento de entrega y presentación; siempre se determina cómo resolver el bien o servicio de manera inversa si el receptor no está conforme con lo suministrado. Podríamos citar muchos más, pero los enumerados lo enmarcan básicamente. Pero, ¿no se nos olvida algo fundamental? Siempre que hablamos de negocio (digital o no) quiere decir que en el modelo de prestación de bienes o servicios se contempla una compensación económica por parte del cliente hacia el prestador, que es quien, normalmente, fija los precios. Cuando estamos ante un negocio no digital es fácil: el cliente utiliza dinero en efectivo; o presenta cualquier medio de pago tradicional (cheque, letra, pagaré); o utiliza un medio de pago en forma de tarjeta de plástico. En la coyuntura en la que nos encontramos cobra especial importancia todo este entramado. Para el prestador del servicio o bien, es de vital importancia que las transacciones que generan ingresos reconocidos estén sustentadas por garantías para el cobro, que ha de producirse lo más cerca posible en el tiempo del hecho del ingreso. No hay que olvidar que la otra parte interviniente en el negocio, y más ahora, va a ejercer de fuerza opuesta: reconocerá el gasto y tratará de dilatar el pago en el tiempo. El negocio digital no se libra de todo esto. Existen algunas diferencias clave, pero básicamente el fin último no se ve alterado: ha de completarse la transacción económica. Hemos de repasar varios aspectos, pero algunos son fundamentales: medios de pago en el negocio digital, seguridad de las transacciones y soluciones hardware y software que e-volucionan muy rápido en el tiempo. Todos ellos van de la mano y entre sí se complementan para formar una solución robusta unida a la arquitectura hard y soft de cualquier negocio digital que se precie.

Me atrevo a decirles más: esta complementariedad dota al negocio de mayor atractivo y confiabilidad frente al cúmulo de potenciales clientes. ¿Se centran? Bien. Continuaremos en la próxima edición de e-volución. Hasta pronto.



ALFREDO ARIAS, 'MINIPUNK'
ALBAÑIL Y GESTOR DE REDES SOCIALES

Por I. P. Foto C. Hernández

Alfredo Arias, 'Minipunk'

«No hay que ser un ignorante digital»

Este albañil leonés empezó gestionando las redes de su empresa y su éxito le llevó a controlar hasta siete perfiles corporativos

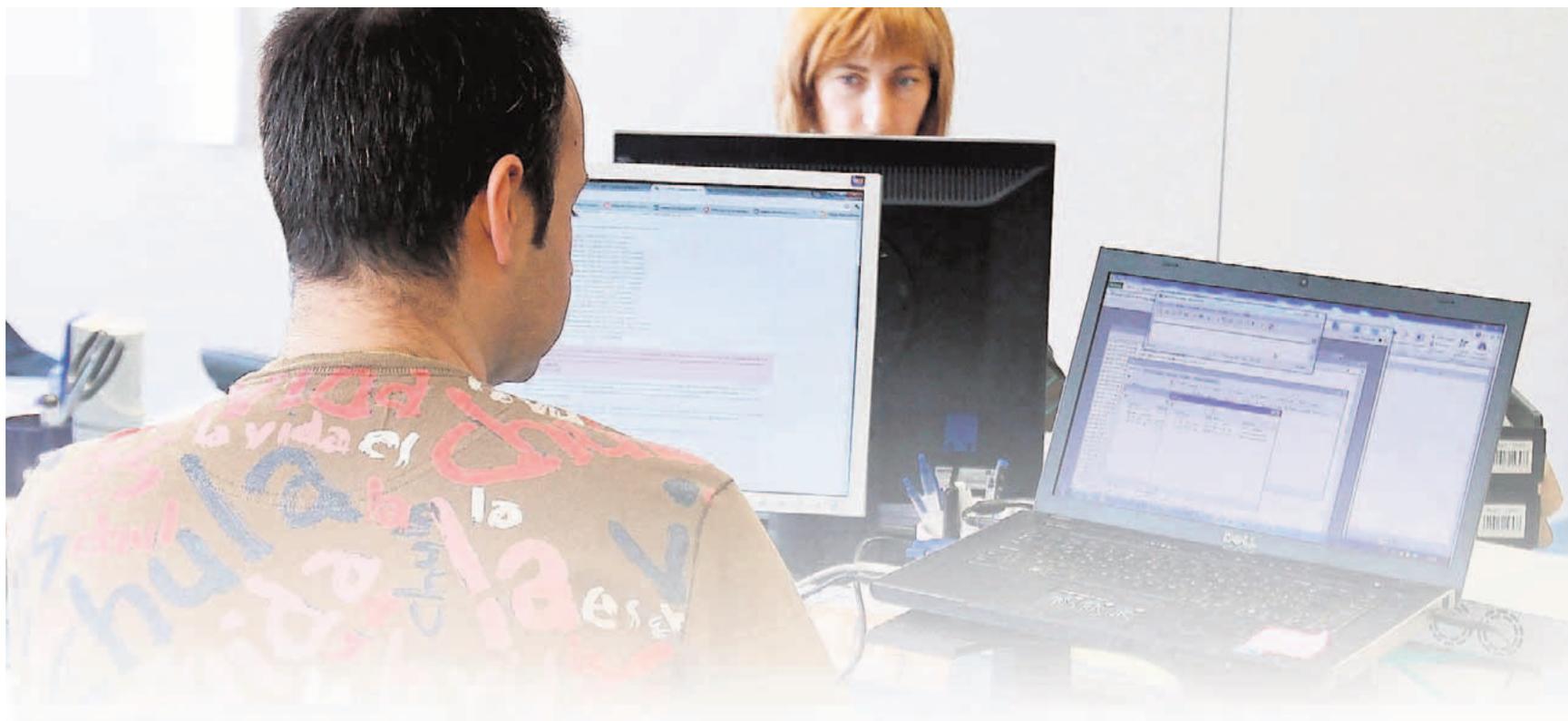
No seas un ignorante digital. No hay que cerrarse puertas, sino ser autodidacta y tener presente que en Internet la información es vida» Así resume el albañil Alfredo Arias, conocido en la red como 'Minipunk', la filosofía que guía su trabajo y su apuesta por el mundo 'on-line'. «Comencé utilizando Twitter para colgar en tiempo real las fotos de mi trabajo y para mi sorpresa el sistema llamó la atención y gustó al resto de internautas». Alfredo ('Minipunk') nunca aspiró a gestionar más perfiles que los de su empresa, pero su incansable actividad, su dominio de las redes y su capacidad de interacción hicieron de él un referente y le llevaron a responsabilizarse de hasta siete perfiles corporativos a la vez. De hecho, ha sido el responsable de, entre otros, Farmacia y parafarmacia La Palomera, El Serranillo, Hotel Río Cea (Puente Almuhey), Proconsi o Bicicletas Carlos.

Sin embargo, 'Minipunk' recuerda que su éxito está al alcance de quien tenga voluntad de aprender y mejorar en su negocio. «Hay que ser autodidacta y aprovechar las herramientas que nos ofrece la red para aprender a explotarla sin miedo. Nunca busqué seguidores, porque lo que quería era contar el día a día de mi empresa y relacionarme con mi comunidad. Quien piense que las redes sociales son para vender se equivoca, pero quien no comprenda lo útiles que son como herramientas de promoción para la pyme, también estará en un error».

Alfredo Arias, como autónomo, es plenamente consciente de que la publicidad es casi un lujo para el pequeño empresario y que la relación con el cliente que pone a su alcance la tiene un valor inimaginable. «Pero esto no es gratis», recuerda, «supone un gasto del recurso más caro que tenemos a nuestra disposición, el tiempo». Sin embargo, la balanza entre los costes y los beneficios cae del lado de los segundos, especialmente para las pequeñas empresas y los autónomos que busquen publicidad. «Este no debe ser el fin, sino el medio. El mejor boca a boca es el de una comunidad satisfecha con tu trabajo y el de un cliente que sepa que no estás ahí solo para venderle algo».

El albañil que alertó a Inteco

Junto a su éxito como gestor de redes sociales, este trabajador autónomo también se ha hecho conocido por detectar un fallo en el sistema de Facebook que permitía suplantar identidades. Tras descubrirlo, 'Minipunk' procedió a alertar al Instituto de Tecnologías de la Comunicación (Inteco) sobre la existencia del fallo. Este y otros hitos han llevado a muchos a sorprenderse por la capacidad de autoaprendizaje de Alfredo Arias, pero él asegura que simplemente hay que tener curiosidad y ganas de ponerse a prueba. «Siempre que me preguntan qué aconsejaría a otros emprendedores, respondo que aprender. Todo está a nuestro alcance si tenemos decisión y realmente queremos hacerlo posible. Las redes sociales e Internet no son la excepción. En ellas hay mucho beneficio y está ahí antes que la empresa, porque empezó el día en que llegó el usuario».



**INSTALACIONES DE DATACITY.
EN EL ENCLAVE LOGÍSTICO CYLOG**

Escritorios omnipresentes

Por E. B. Foto G. Villamil

Datacity ofrece una nueva herramienta para los clientes que necesitan estar conectados con el trabajo las 24 horas del día

Dice el dicho que la juventud no está reñida con el saber y para muestra un botón: Datacity Comunicaciones S.L., creada en 2007, es un verdadero referente en el sector de las telecomunicaciones de Castilla y León. Está especializada en servicios de alojamiento web ofrecidos desde los centros de datos de la capital vallisoletana, del Parque Tecnológico de Boecillo y de Madrid. Es la única empresa de hosting de Valladolid y una de las pocas de la región en ofrecer estos servicios. Actualmente tiene una plantilla de diez trabajadores directos que, muy probablemente, aumentará este mismo año en una o dos personas. Será por eso que está a punto de mudarse a la oficina del piso de arriba del edificio dos del Enclave Logístico CyLoG, con el doble de metros de la actual.

En estos momentos da cobertura a los polígonos de Valladolid, Palencia y Dueñas, habiendo llegado al de Salamanca hace escasamente un mes. Los próximos objetivos marcados por Datacity son León y Burgos. ¿Y fuera de la comunidad? «Hay un proyecto ambicioso para salir a nivel nacional pero aún hay que concretarlo un poco más», explicaba Antonio Manuel Sánchez Jimeno, socio fundador y Director General

de Datacity. La Feria de Valladolid acogió el 18 de abril la 1ª Jornada Tecnológica sobre Cloud Computing, evento que sirvió para señalar los servicios que pueden ofrecer empresas de Valladolid o del resto de capitales de la comunidad. Como comentaba Sánchez Jimeno: «No hay que irse a la luna si lo tenemos aquí», haciendo referencia a que la mayoría de los empresarios locales buscan contratar a las grandes marcas extranjeras. «La cercanía y la seguridad de los datos probablemente sea mejor tenerlo cerca de ti, en una empresa que tienes controlada», argumentaba rompiendo una lanza a favor de Datacity. Aunque más allá de servir de escaparate para mostrarse al mundo tal y como es, la celebración de estas jornadas también supuso el pistoletazo de salida para el nuevo producto estrella: los escritorios remotos virtuales.

Esté donde esté

Datacity alberga dos tipos de clientes: los fijos, que son las empresas que mantienen la ubicación y reciben el servicio de voz y de datos, y los móviles, que son los usuarios que necesitan disponer de sus equipos estén donde estén. Para ellos ha nacido esta nueva herramienta que ofrece la posibilidad de ejecutar escritorios virtuales en el Datacenter. Basta con tener un dispositivo que se pueda conectar a la red, ya sea con 3G desde un móvil o con un ADSL desde el hotel. «Es prácticamente lo más universal que

hay ya que no se depende del ordenador ni de donde se esté ubicado», explicaba Sánchez Jimeno con orgullo. «Lo tienes siempre contigo y todo lo que necesitas es una simple conexión a internet». Así el consumidor final obtiene un ambiente personalizado y que le resulte familiar.



«No hay que irse a la luna a buscarlo si lo tenemos en Valladolid»

*Antonio M. Sánchez Jimeno,
director general de Datacity*

Datacity utiliza la solución de virtualización de escritorios Vm Ware View, que ofrece funciones integradas de continuidad de negocio y recuperación ante desastres. Otra carta a su favor es que mantiene los escritorios en ejecución aunque el hardware deje de funcionar.

El Centro de Proceso de Datos (CPD) es el corazón de Datacity. Está equipado con las últimas tecnologías para prestar especial atención a la seguridad y a la disponibilidad de datos. El centro cardiaco de la empresa no deja de latir ni un segundo en las 24 horas que dura cada día, garantizando al 100% la fiabilidad de los procesos de negocio.



Videoreportaje en
enortedecastilla.es

Más allá de los límites de la

Por Inés Pérez Caamaño Ilustración H. K.

La tecnología de realidad aumentada se basa en la creación de un entorno mixto que combina contenido real e información virtual

Recientemente, Google anunció el lanzamiento de sus propias gafas de realidad aumentada ('Project Glass'), un dispositivo que hacía tiempo venía rumoreándose pero del que muy poco se sabía. Hasta que decidió saltar a la palestra y presentar su prototipo en un momento en que esta tecnología no podría estar más en boga.

Ahora bien, el punto de inicio para poder comprender las prestaciones y aplicación de este desarrollo es conocer en qué consiste. El término de realidad aumentada (RA) hace referencia a la tecnología que reproduce entornos reales con escenografías virtuales superpuestas, con el objetivo de crear una visión mixta en la que la imagen real se refuerza con los contenidos de la información virtual. Tal y como hace Google con sus 'Project Glass', la realidad aumentada se concibe como una evolución natural de las ventajas de los dispositivos móviles, que se integra a un nivel mucho más directo en el día a día del usuario.

La aplicación de esta tecnología encuentra numerosas ramificaciones, desde el sector de la arquitectura al del entretenimiento, pasando por la educación y el turismo. Probablemente el ocio es uno de los aspectos más conocidos, especialmente a raíz de su integración en dispositivos como la PS Vita de Sony o el lanzamiento de prototipos de gafas de realidad aumentada como las Project Glass de Google.

Pero en el caso de la construcción la RA es una evolución totalmente lógica de los sistemas de diseño, ya que permite adelantar el aspecto final que tendrá una edificación. Como prueba de ello, el Centro de Investigación Técnica VTT de Finlandia publicó recientemente algunos de sus últimos progresos en el campo de la realidad aumentada, gracias a la cual pueden visualizar el resultado de futuras construcciones no solo a través de un ordenador, sino también desde el iPad o un Smartphone.

El sector educativo tampoco es ajeno a las posibilidades que abre el uso de la realidad aumentada y un ejemplo de ello se encuentra en el '3D Magic Book'. Tal como indica su nombre, este libro 'mágico' incorpora RA para permitir al niño explorar aquellos contenidos que más le gusten y lleva a un nuevo nivel el concepto de lectura visual que introdujeron en su momento los libros en tres dimensiones.

Pero, pese a todo, si hay un sector por el que es conocida la realidad aumentada es el del entretenimiento. Es aquí donde Sony ha sabido posicionarse con fuerza al apostar por esta tecnología, tomando como ejemplo más conocido el de la consola PS Vita. Y es también aquí donde cada vez más la RA se hace un hueco den-

tro de los smartphones, con aplicaciones como la que ofrece El Norte de Castilla, Ocio Móvil.

Cuando el informador es la guía

El funcionamiento de este sistema se basa en la integración del portal de elnortedecastilla.es y Cotesa, de modo que las noticias se georreferencian y publican a través de su plataforma de movilidad, para después enlazar con dispositivos móviles con sistema android e iOS. Por ello, en el éxito del proyecto ha sido clave el papel de esta empresa vallisoletana perteneciente al Grupo Tecopy, especializada en la aplicación de Sistemas de Información Geográfica (SIG) y movilidad a la gestión y el análisis territorial. Entre sus objetivos se encuentra la optimización de los procesos de negocio a través de las ventajas de la geolocalización.

Este aspecto es uno de los pilares en los que se asienta la integración de la realidad aumentada y el sector de la automoción y la última prueba de ello acaba de ser presentada por Pioneer. Se trata de un GPS que incorpora RA y muestra la información en una pantalla transparente delante del conductor, del mismo modo en que haría un holograma. Bautizado como 'Cyber Navi', este sistema llegará al mercado japonés en junio y estará disponible, previsiblemente, para un 70% de los vehículos.

Son muchos los ejemplos de lo que la realidad aumentada puede ofrecer y su futuro abre un universo de posibilidades difícil de concretar. Es posible que las gafas de Google sean la ventana abierta de lo que está por llegar, que la mejor guía de viaje aguarde al otro lado de un 'smartphone' o que la curiosidad acabe superando los límites del libro.

En educación, la realidad aumentada es la base de libros interactivos que superan las dos dimensiones



física

La construcción y el mundo de la arquitectura se nutren de las ventajas de la realidad aumentada. Con esta tecnología es posible conocer y valorar el aspecto final de los diseños antes de crearlos

Las aplicaciones como Ocio Móvil convierten los 'smartphones' en las nuevas guías de ocio

La consola PS Vita ha apostado por la realidad aumentada. Es la evolución del juego



4G: Guía rápida de supervivencia

Antonio Ferreras

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

Ya están aquí. La nueva generación de móviles ha venido para quedarse. Lo oiremos cada vez más en los anuncios de teléfonos móviles y de las operadoras. Los nuevos smartphones serán 4G o no serán. Si eres de los que se preocuparon de saber que es un 'acelerómetro', este artículo es para ti. El nombre: 4G o cuarta generación; después de los teléfonos 2G y 3G, la denominación no podía ser otra. No obstante es un nombre oficioso, como el iPad 3 o la Princesa del Pueblo. Oficialmente es un conjunto de protocolos de transmisión, fundamentalmente el LTE (Long Term Evolution) y el malogrado WIMAX; pero apuesto a que nadie lo llamará así. Así que si en las especificaciones del teléfono, algún fabricante despistado pone que 'soporta LTE', el terminal es 4G.

Mejoras: Por un lado, supone un gran incremento de del ancho de banda de transmisión de datos, capacidades de datos de 'subida' de hasta 50 MB y de 'bajada' de hasta 100 GB, pudiendo alcanzar 1 GB con el receptor en reposo. (Un truco de ingeniero: para saber cuando la velocidad es de 'subida' o de 'bajada' hay que acordarse de que los usuarios siempre estamos 'debajo'). Por otro lado, tiene sistemas que aseguran la calidad del servicio, de forma que se garantizan un ancho de banda sostenible y un retardo máximo de transmisión.

Nuevos servicios: Con esas capacidades mejoradas en la transmisión de datos, se notará una mejora sustancial en el funcionamiento de las aplicaciones que se conecten a Internet (descargas más rápidas, menores tiempos de latencia); el funcionamiento de estas conexiones móviles se aproximará a las conexiones fijas con cable. Lo notaremos sobretodo en que recibiremos videos de mucha mejor calidad. Al mejorar las tasas de subida, podemos imaginar a reporteros transmitiendo las noticias en tiempo real sin necesidad de las aparatosas unidades móviles.

Disponibilidad: Para que podamos disfrutar de la telefonía 4G en plenitud hay que tener dos cosas disponibles, los teléfonos y las redes. La liberación del espectro (tranquilos, nadie va a soltar un fantasma) permitirá tener disponibles las frecuencias de transmisión para que los teléfonos funcionen. Resulta que ahora están ocupadas para la emisión de algunos canales de TDT, por lo que habrá que mover a estos últimos, a la vez que resintonizamos (¡una vez más!) nuestros receptores de televisión. Este proceso no se producirá nunca antes de enero de 2014. Una vez hecho esto los operadores de telefonía tienen que poner a funcionar sus nuevas redes y antenas, y nosotros comprarnos los teléfonos 4G.

¿Y hasta entonces? Las operadoras ya han puesto a funcionar en las grandes ciudades esta tecnología, aunque solo para transmisión de datos; son los populares 'pinchos' para conectar los ordenadores portátiles a Internet. De forma provisional, utilizan una banda de frecuencias disponible de poco alcance, por lo que la extensión de 4G a zonas más despobladas se ve poco probable hasta que no se produzca la liberación del espectro antes mencionada.

Entre los mejores del mundo

Por J. A. Pardal Foto G. Villamil

Isend es una empresa líder y con proyección mundial desde su sede en el Parque Tecnológico de Boecillo



**JOSÉ MANUEL
BERNÁRDEZ**
DIRECTOR
TÉCNICO DE ISEND



Videoreportaje en
elnortedecastilla.es

Se puede crear en Valladolid una de las siete empresas líderes del mundo en su sector? Sí, se puede. ¿Se puede ser emprendedor y ganarse la vida con ello en los tiempos que corren? Sí, se puede. Y, ¿se pueden crear 18 puestos de trabajo en seis años y pretender llegar a 32 en los próximos doce meses? Por supuesto que se puede.

Estas son las señas de identidad de Isend, una empresa implantada en el Parque Tecnológico de Boecillo que se dedica al diseño y fabricación de equipos de ensayos no destructivos y que se especializa en el chequeo de tubos y cables de la industria siderúrgica. Sus creadores y directores, Carlos Pablo Rodríguez y José Manuel Bernárdez, son la clara muestra de que todo lo expuesto anteriormente es una realidad y una posibilidad. Ellos son el prototipo de emprendedor. Rebosan ilusión y saber hacer y, sobre todo, confianza en su empresa y en sus propias ideas como fuente de riqueza y de generación de tejido industrial en Castilla y León. Isend nació a mediados del año 2006 y seis meses después aterrizó en Boecillo. Durante el siguiente trienio sus dos 'padres' se dedicaron al desarrollo de su idea. Dos ingenieros que idearon el hardware y el software de un sistema de sensores, adaptados a cada pieza a petición del cliente, que detecta fallos en tubos y cables. Construyen varios tipos de máquinas pero las más utilizadas integran un sistema de dos bobinas que generan una corriente que salta de una a otra. Las piezas que se van a observar atraviesan esa corriente y, si aparecen algún tipo de alteración en ella quiere decir que hay un fallo estructural o una pequeña fisura en ella. Se trata de un trabajo que hasta ahora realizaban, a ojo, los operarios de las fábricas.

Precisión micrométrica

Este ingenio desarrollado por Isend detecta fallos inferiores a 30 micras de tamaño, una apreciación casi imposible para la visión humana. «Si te dicen que pagando un 20% más te aseguras de que ese producto no tiene ningún tipo de fallo lo compras; esa plusvalía la dan las máquinas diseñadas por nuestra empresa». Los creadores de Isend recibieron en el año 2010 el Premio al Empresario del Año que concede la Escuela de Empresariales de la Universidad de Valladolid y hoy en día exportan sus productos de forma regular a Polonia, Turquía y Brasil aunque trabajos puntuales les han llevado por todo el mundo a países tan dispares como Reino Unido o Francia, Tailandia o Sudáfrica.

«En todo el mundo la industria metalúrgica trabaja igual así que nuestro campo de actuación puede ser cualquier parte del globo», asegura José Manuel Bernárdez.



**CARLOS PABLO
RODRÍGUEZ**
DIRECTOR DE ISEND



JORGE PASCUAL
DIRECTOR
GENERAL DE ANFIX

El negocio está en la nube

Por I. P. Foto Anfix

Desde que comenzó la crisis económica, el mercado 'cloud' ha crecido en casi tres mil millones de euros

El lanzamiento de plataformas de almacenamiento en la nube como Dropbox, SkyDrive (de Microsoft) o la más reciente Google Drive ha supuesto el empujón definitivo a esta tecnología y su aplicación al mundo del negocio. Esto conlleva también una mayor preocupación por la seguridad en redes sociales y sistemas 'cloud', como demuestran iniciativas como la conferencia 'Protección de Datos ante nuevos modelos de negocio', que organizó la Cámara de Comercio Canadá España en abril.

Esta situación responde al gran protagonismo que están tomando los nuevos modelos de negocio inspirados tanto en la red en general como en la nube en particular. Son muchas las empresas que enfocan su negocio a través del comercio electrónico y las tiendas 'on-line', desde grandes cadenas de ropa como Berskha a tiendas de fotografía como Fotoprix. Y no son las únicas. Cada día aumenta el éxito de las tiendas outlet en la red (establecimientos con ropa de determinadas marcas que venden a precio reducido en Internet), como es el caso de BuyVip y de los 'Liveshopping' (portales que ofrecen llamativas ofertas y descuentos por tiempo limitado). Pero el negocio en la red no solo se basa en la venta, sino también en la prestación de servicios. Algunos han apostado con éxito por este sistema, como es el caso de la plataforma de música Spotify, que alcanzó los tres millones de usuarios de pago a principios de año.

Con todo, la gran apuesta del momento en el negocio digital no es otra que la del SaaS (Software como Servicio, del inglés Software as a Service). Este término hace referencia al con-

junto de aplicaciones de gestión que se ubican en la nube y que abarcan todo tipo de campos. Un ejemplo de ello es FacturaPro, la herramienta de facturación electrónica de Anfix. Jorge Pascual, director general de esta compañía afincada en Boecillo (Valladolid), recuerda los orígenes de lo que ahora conocemos popularmente como 'cloud computing'.

Sin instalar nada

«Entre finales de los 90 y comienzos del año 2000 empezó a gestarse lo que en aquel momento llamábamos el modelo ASP (Application Service Provider o Proveedores de Proveedor de Servicios de Aplicación). La idea de base no ha cambiado desde entonces: que las aplicaciones que tradicionalmente utilizamos en nuestros ordenadores puedan ejecutarse en Internet sin necesidad de tener que instalar nada». Y esto ya es una realidad, como demuestra el éxito de los sistemas de almacenamiento 'cloud' o los programas de gestión en la nube como FacturaPro. Evidentemente aún queda mucho camino por recorrer y las perspectivas a corto plazo de este tipo de negocio son optimistas. «Según IDC, una de las mayores consultoras de mercado, las dos grandes tendencias del momento son la movilidad y el 'cloud computing'. Desde que comenzó la crisis, el mercado 'cloud' ha crecido en casi tres mil millones de euros, mientras que el resto de sectores

han dejado de crecer o han sufrido caídas. Y la razón no es otra que el ahorro de costes».

Sin duda, uno de los factores que juegan a favor del negocio 'cloud' es el de la reducción de gastos, un aspecto decisivo para las pymes y los autónomos. Pero no es el único. «Este sistema aporta soluciones al usuario sin exigirle nuevos conocimientos técnicos. Nadie se compra un coche pensando en aprender mecánica y aquí debe ocurrir lo mismo. Prima la sencillez». Tampoco puede dejarse de lado el tema de la seguridad, ya que ningún empresario comprometería la fiabilidad de su negocio para conseguir reducir los costes. Y la nube le asegura que no tendrá que hacerlo, ya que en la balanza entre creación de beneficio y prevención de los intereses, el empresario conseguirá el equilibrio. «Es como si en lugar de la furgoneta que utilizas en

tu negocio, pudieras usar un avión. Es impensable que el pequeño empresario compre uno». Con el negocio en la nube ocurre lo mismo. Es la antesala a un nuevo concepto de negocio, basado en la rapidez, la accesibilidad, la seguridad y, sobre todo, los costes asequibles.

Es casi imposible anticipar hacia dónde va el mercado, pero sí se puede conjeturar sobre su futuro en el corto plazo. El negocio 'cloud' ya es un éxito y hay que estar ahí, porque es donde está el negocio. «La crisis ha acelerado el cambio, pero es la pyme la que tiene que dar el último paso y apostar por la nube».

El empresario busca en el 'cloud' menos costes, sencillez y seguridad

Homenaje al conocimiento

Por I. P. Foto Marco Gómez

El Campus Miguel Delibes busca convertirse en un referente de la innovación tecnológica y en una lanzadera de nuevas empresas

Instruirse; instruirse siempre. Este es el verdadero alimento del alma». Así resumía el filósofo y jurista Cicerón, considerado uno de los grandes oradores de la época romana, el principio que rige la necesidad de conocimiento. El sabor es un derecho, un medio, un fin y en muchas ocasiones una vía de evolución. La ciencia se presenta como una ventana abierta a millones de nuevas oportunidades, de avances para hacer la existencia del hombre un poco más justa y lógica. Y es el propio ser humano quien construye esta hipotética realidad asomándose a los límites de su conocimiento y descubriendo que están allí donde él los ponga.

En Valladolid, el límite se difumina un poco en honor a la que siempre será una de sus grandes figuras, Miguel Delibes. El escritor que encumbró a 'la milana' y a los altos cielos de Castilla, da nombre a uno de los campus de la Universidad de Valladolid. En él, los espacios se entrelazan para rendir homenaje al conocimiento y convertir a la capital en un centro de innovación y un estímulo de creación empresarial con aspiraciones de referencia nacional.

Probablemente, uno de los grandes conocidos de este campus sea el Instituto de Oftalmología Aplicada (IOBA), que surge con el objetivo de presentarse como una alternativa de calidad capaz de competir con los mejores centros europeos. Tras la colocación de la primera piedra, en 2005, y la inauguración oficial del edificio, en julio de 2009, el instituto ha venido trabajando tanto en el plano asistencial como en el de la investigación y la docencia. Sus objetivos pasan por la profundización en el conocimiento de los medios diagnósticos y terapéuticos y la aplicación de estos avances a la prevención y tratamiento de las principales enfermedades oculares que aquejan a los ciudadanos. Para ello se sirve de unas instalaciones con un tamaño de cuatro mil metros cuadrados, 12 gabinetes médicos y siete laboratorios. Todo ello ha sido posible gracias a una inver-

sión de tres millones y medio de euros, financiados con fondos Feder y la colaboración de la Universidad de Valladolid y Caja España.

Y los frutos ya pueden medirse en cifras. Según una encuesta realizada entre casi 300 especialistas por la OCU, el instituto se sitúa en el sexto puesto del ranking que mide los diez mejores centros de Oftalmología de España. Un éxi-

to a batir en el futuro. Pero el campus en honor a Delibes es mucho más y prueba de ello son el nuevo Aulario-Biblioteca de la Facultad de Ciencias, el Centro de Transferencia de Tecnologías Aplicadas (CTTA) y el edificio LUCIA (Lanzadera Universitaria de Centros de Investigación Aplicada), que se compone de tres centros.

Apuesta ambiciosa

En el caso del Aulario, la apuesta es ambiciosa. Cinco laboratorios, 45 aulas de docencia y tres bibliotecas, todo ello al servicio del saber a a partir del próximo año. Con un presupuesto total de más de 8 millones y medio de euros, su biblioteca recopilará otras actualmente albergan la Facultad de Ciencias, la Escuela Técnica Superior de Ingenieros de Telecomunicación, la de Informática y la Escuela de Ingenierías.

El CTTA, por su parte, bien podría definirse como la antesala de las nuevas empresas creadas por recién titulados. O este es, al menos, el objetivo de su creación. Este centro de transferencia, impulsado con una inversión de casi 6 millones de euros, busca captar empresas, potenciar la investigación aplicada y crear un polo de atracción de nuevos talentos. Y ya ha comenzado a hacerlo. A comienzos de mes, la empresa Feelo Transmedia suscribió un acuerdo con la Universidad para fijar su sede en el CTTA. Este estudio encargado de diseñar producciones transmedia ocupará un módulo en la segunda planta del edificio y consolidará de forma definitiva la razón de ser del centro.

Por último, que no menos importante, es imposible acabar este paseo homenaje a la figura de

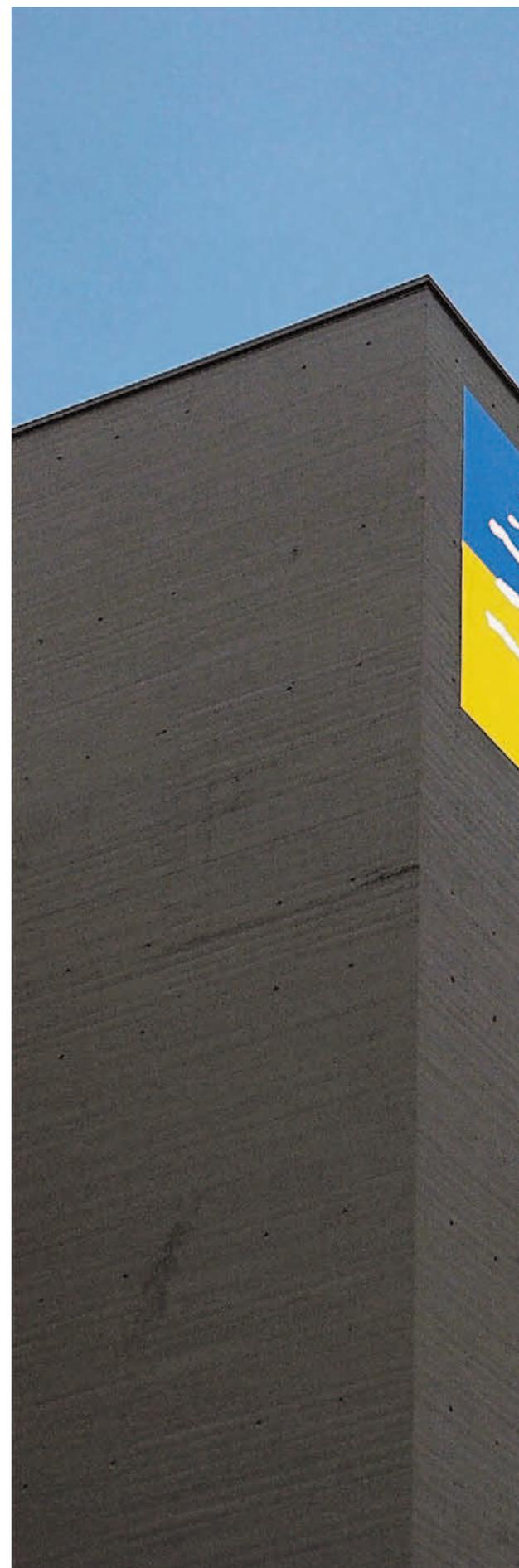
Delibes sin visitar el edificio LUCIA, cuya primera piedra se colocó el pasado mes de febrero. Esta lanzadera de centros de investigación aplicada tiene en su origen el impulso de empresas con base tecnológica y espera ser un referente europeo en la eficiencia energética. Para ello contará con tres centros científicos: la Unidad de Investigación en Nutrición, la Uni-

dad de Metabolopatías y el Centro para el Desarrollo de la Sociedad Digital del conocimiento. Todo ello con una inversión inicial de más de 8 millones de euros

Son muchos los pasos que hay que dar para seguir avanzando por el camino de la e-volución. Continuar creciendo de la mano del Campus Miguel Delibes puede ser uno de ellos.

EDIFICIO LUCIA

La Universidad de Valladolid colocó el pasado mes de febrero la primera piedra del edificio LUCIA (Lanzadera Universitaria de Centros de Investigación Aplicada). Su objetivo es convertirse en un referente a nivel europeo en la gestión de la eficiencia energética.





El navegador del coche y la relatividad

Carlos Ceruelo

Director de Everis en Castilla y León

ceruelo@gmail.com | @cceruelo

La ciencia, origen de todas las tecnologías, nos enseña que el mundo es muy diferente al que nuestra lógica e intuición nos insinúan, y cuando mejor nos damos cuenta de lo extraño de su funcionamiento es cuando tratamos con lo más grande, como planetas, estrellas y grandes velocidades, o con lo más diminuto, como partículas atómicas. Vamos a repasar el funcionamiento del navegador, a veces llamado GPS, que sorprendentemente no funcionaría de no aplicar las fórmulas obtenidas de la Teoría de la Relatividad de Einstein. Si tu navegador no tuviera en cuenta el distinto transcurrir del tiempo 'relativo' entre dos puntos, cada hora acumularía un error similar a la distancia de la Plaza Mayor de Valladolid a la de Zorrilla. Hay que puntualizar que GPS son las siglas en inglés de 'Sistema de Posicionamiento Global', y se trata de una red estadounidense de unos 30 satélites que orbitan la tierra emitiendo las señales que nuestros navegadores reciben. Además de este sistema americano existen uno ruso, uno chino, otro japonés y especialmente importante para nosotros es el sistema europeo llamado Galileo, que esperamos que en unos años esté a pleno funcionamiento, aunque la crisis lo está retrasando.

Su funcionamiento no es difícil de entender, nuestro navegador constantemente tiene que recibir señales directas de al menos 3 satélites, por eso a veces no funciona en calles muy estrechas y tampoco en túneles. La señal que envía cada satélite contiene la información de su momento exacto de emisión y el navegador registra su momento de llegada, así que resta ambos tiempos y sabe cuánto ha tardado. Con este dato es muy fácil calcular la distancia que nos separa del satélite ya que la velocidad de esa señal es la de la luz. Ahora que conoce la distancia que le separa de 3 o más satélites, y como tiene guardada la posición de todos ellos, el dispositivo calcula por triangulación nuestra posición exacta. Por tanto es imprescindible que los relojes de satélites y navegadores estén perfectamente sincronizados.

Y aquí surge el problema y es donde entra Einstein. Los satélites se mueven a una velocidad de unos 14.000 Km/h y esto provoca que sus relojes atrasen respecto a los nuestros, tal y como predice la Teoría Especial de la Relatividad. Por otro lado orbitan a unos 20.000 km de altura, con lo que la gravedad terrestre influye menos sobre ellos y eso provoca que los relojes adelanten, exactamente como nos dice la Teoría General de la Relatividad. La suma neta de estos dos efectos contrarios es que los relojes de los satélites adelantan 1 microsegundo cada tres cuartos de hora, por lo que se tienen que ajustar constantemente para que estén sincronizados con los de los navegadores. Es de suma importancia puntualizar que esta diferencia temporal no es un problema con los relojes, éstos funcionan perfectamente, sino que el tiempo en todo el satélite pasa más deprisa que el tiempo en tierra, en realidad 'envejece' más rápido, simplemente porque así es como funciona nuestro mundo, y Einstein se dio cuenta de ello hace un siglo y lo explicó y calculó en sus Teorías de la Relatividad, tanto en la Especial que trata sobre la velocidad, como la General que habla sobre la gravedad, y sin ambas el GPS fallaría estrepitosamente.

Estos efectos nos ocurren a todos cuando nos movemos, pero a bajas velocidades la dilatación temporal es ínfima. Si estuvieras toda tu vida viajando en tu automóvil a 140 km/h, vivirías según mi reloj, 20 millonésimas de segundo más que si hubieras estado parado.

FACHADA DEL EDIFICIO DE I+D,
CAMPUS MIGUEL DELIBES
(VALLADOLID)



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



La movilidad en el entorno de la salud inspira miles de aplicaciones y el siguiente desafío pasa por integrarlas en el día a día del profesional

El historial clínico llega al smartphone

Por I. P. Foto Everis



La situación que vive el sector sanitario impulsa la necesidad de introducir mejoras que permitan obtener una mayor eficiencia y menores costes. Esta es la razón que explica el crecimiento que está experimentando el mHealth (movilidad de salud, del inglés mobile Health). Se trata de la aplicación de los dispositivos móviles al mundo sanitario, una realidad que podría llegar a tener más de 500 millones de usuarios en 2015, según los resultados de un estudio reciente. Un reflejo de esta realidad es el aumento en el desarrollo de herramientas diseñadas para favorecer la integración de personas con algún tipo de discapacidad, como la aplicación Tor-Bus, que facilita a las personas invidentes el acceso al autobús.

Esta es la razón por la que organizaciones como la FDA (Food and Drugs Administration) han incidido en la necesidad de regular su desarrollo. Y es algo que ya ha comenzado, como atestigua la reciente autorización de la primera aplicación móvil de monitorización de pacientes. Esta medida abre un mundo de posibilidades del que ya forman parte hasta 6.000 aplicaciones. Y la razón no es otra que el gran número de beneficios que implica la integración y utilización de dispositivos móviles en el sector de la sanidad. Estos sistemas abarcan desde el acceso a la historia clínica del paciente con un smartphone, a la mejora de la calidad de vida de los ingresos de larga duración gracias a las Smart Room (habitaciones inteligentes con sistemas de domótica) y a la mejora de los sistemas integrales de prevención y salud laboral de los trabajadores.

En este último caso destaca la optimización de los sistemas informáticos de la Sociedad de Prevención MAZ (SPMAZ). Con esta medida se pretende optimizar los servicios de prevención de riesgos laborales y «aumentar el valor añadido de las empresas en materia de salud laboral», según asegura Carlos Salgado, director general de la entidad. Para llevar a cabo estos cambios se ha contado con el apoyo de Everis Health, consultora de estrategia, negocio y desarrollo de aplicaciones.

Cero accidentes

«Gracias al trabajo conjunto se ha conseguido una mejora en la eficacia de los sistemas, de cara a la consecución de objetivos futuros», explica Francisco José Gracia, gerente de Everis Health en Aragón. De este modo, la promesa

‘cero accidentes’ que orienta la filosofía de trabajo de la sociedad llega a un nuevo nivel. Pero el apoyo a la SMPAZ, fundada en 2006, no es la única iniciativa en la que colabora Everis.

El uso de técnicas de inteligencia artificial para prevenir la depresión se sitúa en la base del proyecto OPTIMI, iniciativa que forma parte del séptimo programa marco europeo y de cuyo desarrollo se encarga la consultora. Parte de la hipótesis de que el punto de origen de las enfermedades mentales a largo plazo tiene relación con la capacidad para afrontar el estrés. Para valorarlo, se realizarán análisis a voluntarios de China, Suiza, Reino Unido y España y Everis gestionará la coordinación del proyecto y las comunicaciones con la Comisión Europea.

Rehabilitar jugando

Este proyecto refleja el valor y las innumerables posibilidades que abre la tecnología al mundo de la salud. La misma conclusión se deriva de TEREHA, una plataforma pionera en la telerrehabilitación integral de pacientes con daño cerebral, que se sirve de sencillos juegos de realidad aumentada. De este modo se favorece la rehabilitación motora, cognitiva y psicológica de los pacientes, pero también se ayuda a sus familiares a sobrellevar la situación.

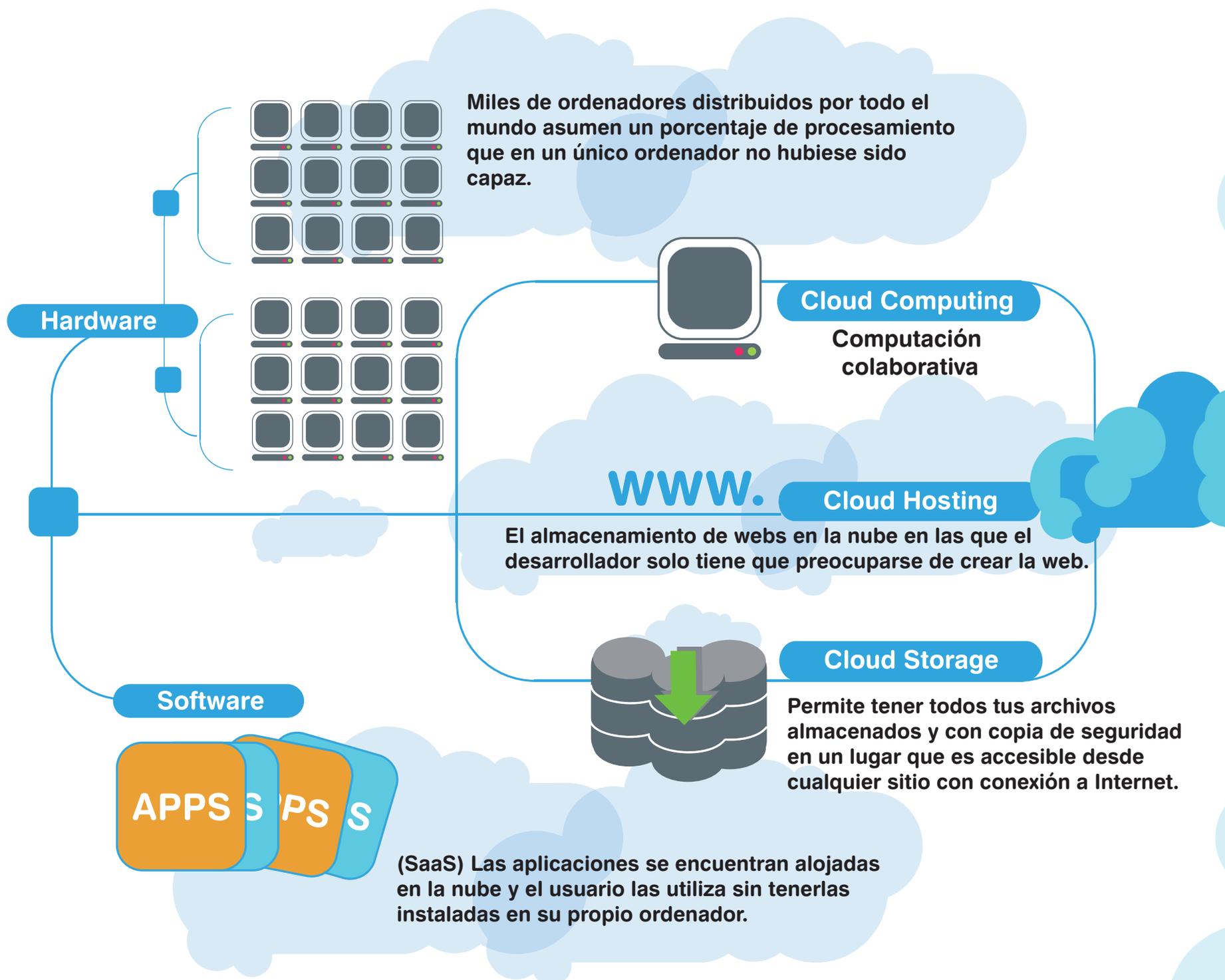
La gran apuesta está por llegar y pasa por lograr que los profesionales no dependan de un dispositivo, sino que puedan acceder a la información desde cualquiera de ellos. Es lo se conoce como nomadismo, un paso más allá de la movilidad de salud (la mHealth o mobile Health) y la próxima escala del trabajo de Everis, que podría ser aplicado a las urgencias en un plazo de tan dieciocho meses, según opina el director de Everis Health en Galicia, Alberto Borrego. Su concepción es sencilla y responde a la necesidad que tiene el profesional de acceder a los datos clínicos en cualquier momento y lugar. Asegurar la máxima rapidez y eficacia en los sistemas de respuesta pasa por evolucionar en la movilidad de las herramientas.

Esto es solo el comienzo. El protagonismo de las apps para la mejora sanidad en las ciudades inteligentes crece cada día y promete mejorar la calidad de los sistemas asistenciales, acelerar la gestión de las citas y consultas y optimizar los recursos disponibles. Es el momento de la telemedicina, la automatización de los procesos y el ‘homecare’ (o asistencia sanitaria en casa). La oportunidad de reinventar sobre la base de la tecnología y el desarrollo y, en definitiva, la solución a una sanidad en crisis y presa de los recortes.

La tecnología puede ser la salvación de una sanidad con recortes



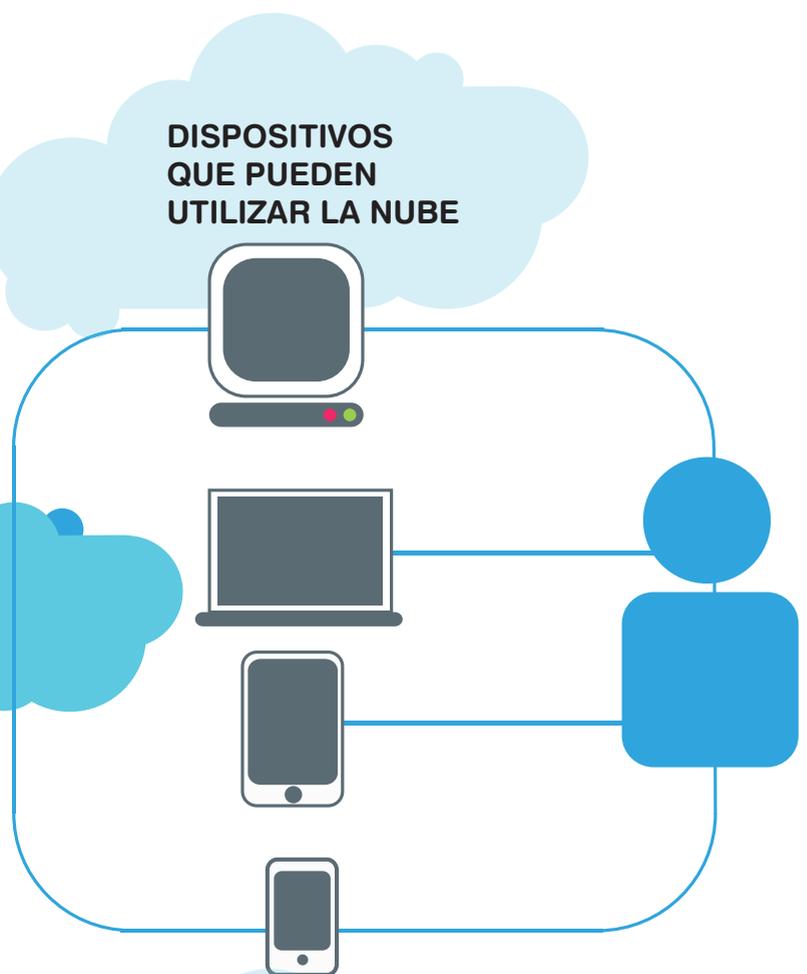
La nube: mucho más que almacenamiento



Se cree que Google tiene más de

1.000.000 de servidores

O



Ventajas de utilizar Cloud:

- Incremento de la movilidad
- Incremento del rendimiento
- Escalabilidad
- Entorno virtual
- Menores costes
- Desarrollo rápido
- Capacidad para procesar un uso computacional alto
- Sincronización en todos los dispositivos

res



‘Cloud’: Tan lejos, tan cerca

Manuel A. Fernández

Director de Operaciones de EAM
Sistemas Informáticos

manuel.fernandez@eam.es | @manuelfdz

Más de una vez habremos visto algún dibujo en el que se comunicaban dos ordenadores a través de una maraña de cables, routers, switches, firewalls, que interconectan varios proveedores de telecomunicaciones y que era representado con una nube en medio de los dos equipos con un título que dice: ‘Internet’. El ‘cloud’ (del inglés, nube) se basa precisamente en ese principio: despojar de toda complejidad al usuario, para que se preocupe solo de lo que necesita. Pero esto no es tan nuevo. Cuando creamos una cuenta de correo en Hotmail o Gmail, estamos usando un software a través de Internet y no nos preocupa en qué centro de datos están los servidores o desde qué país nos descargamos los correos: conectamos, enviamos, recibimos y no necesitamos saber nada más.

Ya por el año 1984 John Gage, vicepresidente de Sun Microsystems, afirmaba que «the network is the computer» (la red es el ordenador).

Los servicios ‘cloud’ se pueden adquirir bajo tres modelos distintos de explotación: Infraestructura como Servicio (IaaS), Software como Servicio (SaaS) y Plataforma como Servicio (PaaS). Lo habitual es que las dos últimas se implementen sobre tecnología de la primera, para mayor flexibilidad y disponibilidad. Con las herramientas que nos ofrecen los proveedores de Infraestructura como Servicio podemos configurar desde un pequeño servidor (cloud server), con el sistema operativo que deseemos, a través de unas fáciles plantillas, hasta una compleja red de servidores con switches internos y externos, firewall, balanceadores, servidores de aplicaciones, servidores de bases de datos, a través de fáciles asistentes de configuración (aunque no nos engañemos, es fácil pero hay que saber). Esta puede ser una buena alternativa para aquellas empresas que están en la tesitura de cambiar sus servidores, sin tener que preocuparse de sus necesidades futuras, puesto que el pago es en función del uso que hacemos de los recursos.

La parte más conocida del ‘cloud’ es el Software como servicio. Utilizar el correo de Hotmail o Gmail, gestionar la agenda con Google Calendar, utilizar aplicaciones de gestión como Salesforce o Kubbos, guardar copias de seguridad o sincronizar ficheros en algún disco remoto como Dropbox, Ubuntu One o Google Drive (cloud storage), crear documentos con Office Live o Google docs, compartir fotos con Flickr o Picasa, o vídeos en YouTube, son algunas de las aplicaciones a las que podemos acceder, y que se ofrecen según el modelo SaaS.

Por último, los servicios que la Plataforma como Servicio nos ofrece son más específicos para desarrolladores de software, ya que consiste en poner a disposición de los técnicos unas herramientas para el desarrollo, pruebas e implementación de aplicaciones, sobre todo para los entornos web y móvil. Un paso más adelante, y por lo que están apostando varios fabricantes, es el escritorio en la nube (VDI o Cloud PC), que consiste en disponer de un escritorio remoto al que puedes acceder desde un PC, portátil, tablet o móvil. Su ventaja es que lo que se cambia desde uno de ellos, puede verse al instante desde cualquiera de los otros.

La universidad 'on-line'

Por Verónica Mellado

La educación en la red facilita la especialización y se ha convertido en una opción casi indispensable para miles de profesionales

La tasa del paro en España supera el 24% según datos oficiales. El porcentaje se dobla si hablamos de la población activa más joven (entre los 25 y los 35 años) y, de acuerdo con las previsiones, esta cifra no va a mejorar en los próximos años dada la situación económica global en la que nos encontramos inmersos. España es el país de la Unión Europea que muestra mayores variaciones en la tasa de ocupación de sus profesionales según su nivel de estudios. La tasa de ocupación para las personas con educación superior es un 11,52% mayor que para quienes poseen titulación secundaria o elemental según datos del EAE Business School. Según el mismo estudio, «en España, son las personas con un nivel educativo más alto quienes muestran menores dificultades para encontrar empleo. De hecho, las diferencias son muy significativas». Es más, al igual que pasara con la tasa de paro total, los universitarios se ven más afectados por la larga duración que los posgraduados.

Es decir, cuanto mayor es la formación y especialización de una persona, más posibilidades de inserción laboral existen. Por eso son cada vez más las personas que encontrándose en situación de desempleo deciden comenzar estudios de formación superior, o los trabajadores en activo que apuestan por la especialización para salir de la precariedad contractual o mejorar su posición en la empresa en la que desarrollan su labor.

Sin embargo, las obligaciones familiares, los horarios laborales, las distancias desde el domicilio de residencia y la falta de oferta académica en el territorio cercano al que se circunscriben algunos de los estudiantes potenciales han fomentado el aumento de oferta de estudios oficiales a través de Internet en los últimos años.

Principio de igualdad

Muchas instituciones académicas ofrecen servicios de educación en Internet. La más antigua de ellas, la Uned, nació en 1972 para hacer realidad el principio de igualdad en el acceso a la formación universitaria. «Se trataba de que nadie por razones de trabajo, lugar de residencia, etcétera, teniendo capacidad, dejase de tener acceso a la Universidad», afirma su vicerrector, Miguel Santamaría Lancho. Desde su creación, toda la oferta formativa de esta institución ha sido a distancia. Según el vicerrector: «la Uned, como universidad pública, es un servicio a los ciudadanos, que la financian con sus impuestos y a sus estudiantes que contribuyen con las tasas de matrícula. La llegada de Internet nos ha permitido mejorar estos servicios haciendo la formación más accesible».

Santamaría Lancho afirma que el perfil de su

alumnado responde al de «personas que quieren compatibilizar sus estudios con su actividad laboral o con la búsqueda de empleo. Otro grupo importante es el de titulados superiores que quieren cursar otra carrera». De hecho, muchas de las citadas anteriormente responden a las segundas titulaciones más demandadas: «Respecto a la franja de edades, está bajando, pero la mayor parte están entre los 30 y los 45 años».

El vicerrector de la Uned explica que, en efecto, en la institución han notado un incremento de cifras de alumnado en los últimos años: «La matrícula en los nuevos grados se ha incrementado en porcentajes significativos que van del 20 al 80% respecto a las anteriores titulaciones».

También algunas instituciones académicas de nacimiento tradicional han adaptado su oferta formativa al concepto de Universidad 'on-line'. Este es el caso de la Universidad Católica Santa

Teresa de Jesús de Ávila. La UCAV puso en marcha las primeras titulaciones en la red. «La tecnología está cambiando aceleradamente la forma de educar a los jóvenes», asegura la rectora, María del Rosario Sáez Yuguero.

Segunda carrera o especialización

El perfil del alumno de la UCAV a distancia es el de adultos de entre 30 y 40 años que cursan su segunda carrera o tienden a la especialización. María del Rosario Sáez Yuguero argumenta que «existe una creciente demanda de formación en la sociedad; se busca no solo el terminar una carrera, sino el completar una segunda, realizar estudios de posgrado o de especialización profesional. Esta creciente demanda corresponde a un modelo social que, por una parte, es más competitivo y cada vez necesita de más habilidades que justificar en el trabajo».



gana puntos

En Castilla y León, de cara al próximo curso 2012/2013, la Universidad Isabel I de Castilla abrirá también sus puertas a la educación superior a distancia. Su caso es diferente porque nace con vocación digital. Su rector, Isidoro González Gallego, explica que «la Universidad Internacional Isabel I de Castilla nace como una universidad 'on-line' multimedia, es decir, más allá de las clásicas enseñanzas a distancia».

Tratándose de la primera universidad exclusivamente 'on-line' de Castilla y León, el grado de penetración que su oferta formativa puede llegar a tener, está vinculado a su grupo promotor. Isidoro González aclara que «no hay que perder de vista que en el grupo promotor de nuestra universidad figura una cooperativa con el Instituto Piaget que mantiene universidades en Portugal, Brasil, Angola, Mozambique, etétera. Por otro lado, estamos a punto de firmar un convenio con un destacado grupo editorial internacio-

nal para ofrecer enseñanza superior en todos los países iberoamericanos y africanos». González añade además que «el paro en nuestro país empuja a muchas personas a especializarse o reengancharse y, sobre todo, a adquirir aprendizajes actualizados, más competitivos y de mayor calidad».

Muchos doctores, escasa colocación

«Pero las nuevas competencias necesarias para nuestra sociedad afectan a todas las personas, –añade– no solo a las que están en el paro. Y afectan a nuestro país y a todos los países del mundo. Desde la perspectiva de los titulados universitarios y, entre ellos, de los doctores y doctoras con fuertes especializaciones, podemos estar orgullosos del alto número de doctores que nuestras universidades producen. Pero no es menos cierto que ninguna puede colocarlos (o solo coloca a algunos), en su cuadros aca-

démicos». Esa es la gran paradoja de la educación superior en cualquiera de sus modalidades: a distancia, digital o presencial. Casi todas las instituciones que ofertan estudios de formación superior o especialización en la Red apuestan desde hace años por la incorporación de grados y especialidades adaptadas a las nuevas necesidades del mercado o las nuevas realidades que rodean al consumidor. En la UOC (Universitat Oberta de Catalunya) estudios de titulación propia como el Graduado Multimedia o formaciones de Postgrado como 'Media and Web Impact: estrategias de visibilidad y audiencia' han arrancado con un número significativo de alumnos desde las primeras promociones.

En definitiva, la educación 'on-line', propiciada por las circunstancias adversas y la precariedad laboral, ofrece la oportunidad de mejora profesional. Las posibilidades son incontables. Solo hace falta elegir la más adecuada.

Diferencias en tasas de ocupación en Europa según el nivel de estudios

Educación secundaria | E. superior | Variación

Alemania | 94,4% | 97,4% | 3,18%

Bélgica | 93,5% | 96,6% | 3,32%

Dinamarca | 93,6% | 94,1% | 0,53%

España | 79% | 88,1% | 11,52%

Francia | 91,7% | 94,9% | 3,49%

Italia | 92,9% | 94,8% | 2,05%

Irlanda | 82,8% | 92,8% | 12,08%

Lituania | 80,4% | 94,3% | 17,29%

Portugal | 88% | 91,8% | 4,32%

Países Bajos | 96,2% | 97,2% | 1,04%

Reino Unido | 91,6% | 95,7% | 4,48%

Suiza | 96,6% | 97,5% | 0,93%

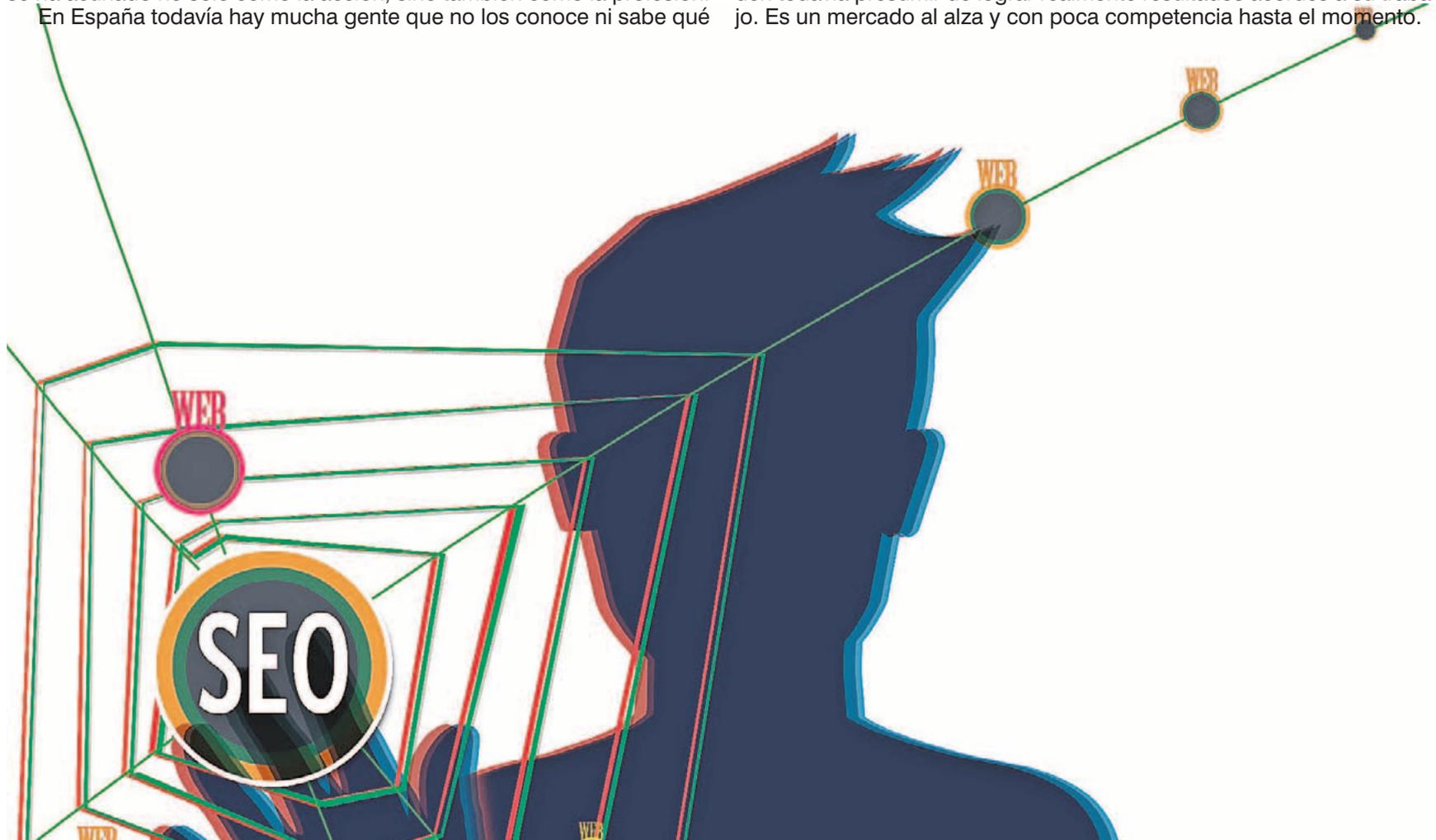
SEO: El traductor de algoritmos

Por J. F. Echevarría Ilustración: He Kyeong Ko

Cada vez se oye más aquello de SEO en el mundo de Internet, pero mucha gente todavía no tiene claro lo que significa. SEO son las siglas en inglés para 'Search Engine Optimization', que en español quiere decir posicionamiento en buscadores o posicionamiento en motores de búsqueda (Google, Yahoo, Bing, etc...). Sin embargo, el término SEO se ha acuñado no solo como la acción, sino también como la profesión. En España todavía hay mucha gente que no los conoce ni sabe qué

hacen, pero cada vez más se les está asignando el valor que se merecen. La dificultad de su trabajo y lo especial del mismo hacen que estos profesionales en Estados Unidos lleguen a cobrar más de cien mil dólares al año.

Muchos hay que se hacen llamar SEO en España, pero pocos pueden todavía presumir de lograr realmente resultados acordes a su trabajo. Es un mercado al alza y con poca competencia hasta el momento.



¿Qué significa tener mi web bien posicionada en buscadores?

Si tenemos un negocio, nuestra página web será nuestra prescriptora en la Red. Todos los potenciales clientes o gente que esté buscando información acerca de los servicios y/o productos que ofrezcamos lo ideal será que pudiesen llegar a nuestro sitio web lo más directamente posible en el momento de la búsqueda.

Por lo general buscando el nombre de nuestra empresa saldremos los primeros, pero ¿Y para las búsquedas de los productos que ofrecemos? En esas consultas será en las que realmente nos interesará estar y para ayudarnos con esto es para lo que están los SEO.

¿Cuáles son los conocimientos que hacen falta?

Un SEO necesitará tener nociones básicas de programación de páginas web. No tanto ser un experto, sino conocimiento del lenguaje y de la estructura de programación. Algo muy valorado por los buscadores es la corrección y optimización del código que contienen los sitios web.

Cada vez las redes sociales van poseyendo una mayor influencia en la posición de una página web en los motores de búsqueda. No se necesitará que sean expertos community manager, pero sí que será cada vez más conveniente tener unos conocimientos mínimos para poder desarrollar una estrategia en redes sociales.

Una vez se tienen todas estas habilidades, un SEO es fundamental que experimente y testee. Los algoritmos que rigen las posiciones en los buscadores son secretos, por lo que aparte de lo básico, el éxito viene de la experimentación y experiencia.

Por último, un gran conocimiento de las herramientas de estadística y optimización como Google Analytics o Google Webmaster Tools serán esenciales en el día a día para realizar el seguimiento y saber qué acciones han tenido éxito y cuáles no han sido fructíferas.

¿Es necesario que mi empresa tenga un SEO?

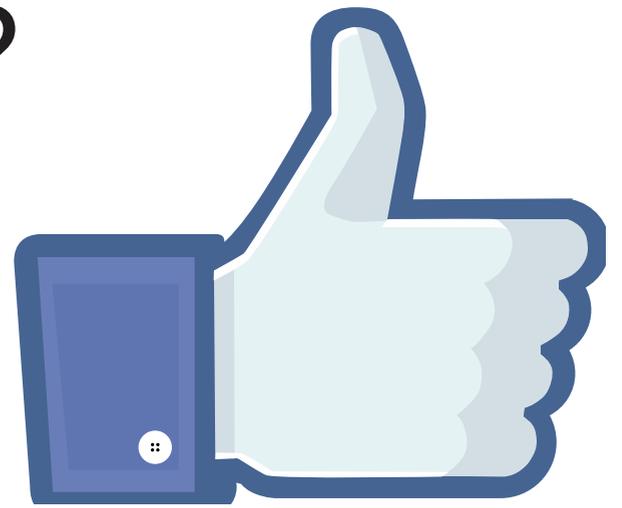
Cuando se es consciente de la importancia de la aparición en los primeros puestos para búsquedas relacionadas con nuestro negocio en Google o Bing, se puede empezar a pensar en que hace falta tener un SEO en la plantilla. Si la empresa tiene claro que su clientela viene desde la Red, no es descabellado el plantearse intentar posicionar el sitio web lo más alto posible asumiendo un trabajador más en plantilla.

A menos que dicha empresa se dedique al diseño y gestión de páginas web, la respuesta sería que no. Los servicios de posicionamiento casi siempre es preferible externalizarlos y no asumirlos desde dentro de la compañía. En España cada vez hay más empresas que se dedican al posicionamiento en buscadores y ciertamente asumir el coste implicaría una apuesta muy fuerte por Internet.

¿Un nuevo follower? ¡Me gusta!

Por M.E.G.

Las redes sociales han creado su propio lenguaje; un vocabulario que ha llegado para quedarse



Las redes sociales han irrumpido en Internet y en la vida diaria. Esta invasión ha tenido su reflejo en el vocabulario empleado. Twitter es el rey en esto de las palabras nuevas pero otras redes tan importantes como Facebook o Youtube también han conseguido introducir sus términos en nuestros quehaceres diarios, incluso Pinterest, la última moda en España se ha hecho un hueco entre estos neologismos en su mayoría derivados del inglés (trending topic), adaptaciones al español (tuit), nuevas palabras (pinear) o términos con distinto significado al original (perfil, muro).

Twitter

Tuit (Tweet): Cada uno de los mensajes publicados por un usuario que no pueden superar los 140 caracteres pero sí pueden incluir enlaces.

Tuitear (Tweeter): La acción de escribir tuits y enviarlos a Twitter.

Tuitero (Tweetero): Cualquier persona que tiene su usuario y tuitea.

Retuit (Retweet): Es la manera más habitual de republicar un tuit de otro usuario que considera especialmente interesante. Puede hacerse de una dos maneras. La primera, con las letras RT + @nombreusuario y el mensaje y la segunda mencionando el usuario al final del tuit.

Mención (@): La manera en la que un usuario puede referirse a otro con la fórmula @nombreusuario. No se debe confundir con el retuit. Ese tuit aparecerá en la pestaña destinada a las menciones del usuario al que se refiere.

Hashtag (#): Con # antes del término se puede acceder, una vez publicado el tuit, a una búsqueda con ese tema. Los hashtag se pueden incluir al principio o al final del tuit, incluso formando parte del mismo.

Timeline: pantalla principal de un usuario en la que van apareciendo todos los tuits de los usuarios a los que sigue.

Seguidor (follower): Usuario que leen en su timeline tus tuits. Tiene que hacer click sobre el botón 'seguir'.

Seguido (following): Usuario que leen los tuits de otro en su timeline.

Follow Friday: Son recomendaciones de seguimiento a otros usuarios en Twitter que se realizan los viernes. Está formado por una o varias

menciones a los usuarios recomendados y un hashtag #FF, iniciales de Follow Friday.

Trending topic: Se traduce como 'tema del momento' y los los términos más repetidos en cada país, ciudad, etcétera. Puede ser una o varias palabras, incluso hastags.

Facebook

Perfil: Página personal de cada usuario en la que rellena una serie de datos (nombre, apellidos, lugar de trabajo, estudios, etcétera) que pueden estar abiertos a todos los demás usuarios o no.

Amigo (friend): Contactos de Facebook. Los 'amigos' en Facebook pueden acceder a los datos del otro, fotos, publicaciones, comentarios.

Muro (wall): Página en la que puedes publicar tus contenidos. Un amigo puede publicar su contenido en el muro de otro.

Grupo: Cualquier usuario de Facebook puede abrir su propio grupo sobre un tema. Son de lo más variado y divertido. En cada uno se discute sobre ese tema o se aportan contenidos que se publican en el muro del grupo.

Página oficial (fan page): Son perfiles creados por marcas y empresas no por personas físicas. En vez de ser 'amigo' de una marca se es 'fan'.

Aplicaciones (apps): Desarrollos dentro de la propia red social que van desde juegos hasta tests pasando por otros para consultar la previsión meteorológica, agenda, cumpleaños, etcétera.

Youtube

Lista de reproducción (Playlist): Un usuario registrado en Youtube puede elaborar su propia selección de vídeos. Normalmente se realizan por temas y pueden ser tantas como el usuario quiera. Youtube reproducirá todos estos vídeos sin interrupción entre ellos.

Embeber (embed): La acción de copiar el código proporcionado por Youtube para poner en una página ajena el vídeo subido y que se reproduzca en la web en cuestión.

Pinterest

Pinear: Publicar fotos en Pinterest.

Repinear: Republicar una imagen que ha subido otro usuario a Pinterest para que la puedan ver sus seguidores porque la considera interesante.

Tuit,

tuitear, tuiters,

followfriday, mención (@), hastag

(#), trending topic, follower, following, retuit, timeline

Grupo, Apps (aplicaciones), página oficial (fan page),

perfil, amigo (friend), muro (wall)

Lista de reproducción (Playlist), embeber (embed)

Pinear, repinear

JAVIER CUCCIARDI
EN LA CALLE PLATERÍAS DE VALLADOLID

Por I. P. Foto G. Villamil

La promoción corporativa es uno de los pilares que la empresa, independientemente de su tamaño, debe tener presente. Pero la publicidad conlleva un gasto que la pyme no siempre puede permitirse y es aquí donde entra en juego el marketing en Internet. Este tipo de promoción aún no ha conseguido asentarse completamente en el mundo empresarial de Castilla y León, pero su uso ha comenzado a crecer en los últimos años. Esto es lo que concluye desde su propia experiencia el SEO de Infinity Marketing 'On-line' Javier Cucciardi.

En su opinión, las ventajas de este tipo de promoción son especialmente importantes para las pymes y empresarios autónomos, puesto que ponen a su alcance un ahorro considerable en gastos en publicidad tradicional y permiten llegar a distintos sectores de clientes potenciales. Sin embargo, «su éxito depende de su correcta planificación», asegura Cucciardi.

Y es que el marketing en Internet requiere una estrategia y ante todo, la búsqueda de un objetivo claro. «No se puede estar por estar, ni desconocer las herramientas, porque puede ser contraproducente. Una de las principales razones que explica que muchas pymes no exploten este tipo de promoción es su desconocimiento; pero si se mima el portal, se actualiza con frecuencia el blog y se cuida la presencia en redes sociales, puede ser un éxito rotundo. Ahora bien, eso supone tener claro que en Facebook prima la relación con la comunidad, en Twitter la comunicación inmediata y en YouTube, la búsqueda del valor multimedia».

Posicionamiento SEO

Este tipo de promoción abre todo un universo de posibilidades publicitarias a quien sepa explotarlas. «Hay que estar en redes sociales porque es donde está el mundo, pero no debes esperar a que él te encuentre, sino darte a conocer. Si no sales en las dos primeras páginas de Google, hay algo que no estás haciendo bien», explica Cucciardi. Por ello, este formador remarca la importancia de diseñar la estrategia de promoción e identificar a los potenciales clientes. Y es aquí donde entra en juego el correcto posicionamiento SEO. «Asegúrate de aparecer en los resultados de búsqueda y de que Google detecte tu portal como una fuente de contenidos importantes. Aprovecha al máximo las referencias externas para que sean una vía de entrada a tu web».

Conjugar todos estos factores es clave para la empresa que quiera reforzar su lugar en el mercado, fidelizar clientes actuales o promocionarse entre nuevos sectores potenciales. «Es un error permanecer impasible ante las ventajas económicas que nos ofrece el marketing en la red. desde mi experiencia aconsejo que descubrir, conocer y explotar lo que ofrece Internet puede ser la ventaja competitiva que situará a una empresa por encima del resto».



Videoreportaje en
elnortedecastilla.es



@jucuciardi

Javier Cucciardi
«El marketing en red es perfecto para la pyme»

El formador y consultor señala como pilares del marketing 'on-line' la web, el blog corporativo y las redes sociales



El Real GPS de Rubén

Un palentino crea el primer geolocalizador de realidad aumentada como trabajo para un máster

Por Esther Bengoechea

Cuando tenía dos años gastaba las horas ante una pantalla de ordenador jugando a cazar cervezas. Veintidós primaveras más tarde ha inventado el primer Real GPS para Android gratis. El proyecto de Rubén Infante Docio partió de una premisa sencilla: «Busqué esta aplicación para utilizarla, porque la necesitaba y no la encontré; así que decidí crearla».

Pensé en lo fácil que sería llegar a los sitios a través de señales reales en el móvil, lejos de los mapas».

El programa Real GPS nació en el Máster en Informática móvil de la Universidad Pontificia de Salamanca que este palentino está realizando. Solo necesitó dos elementos para realizar este trabajo. ¿Cuáles? Una flecha multidireccional que indica el camino a seguir y el símbolo de una rotonda. Las calles, tal y como se reflejan en las pupilas, aparecen en el móvil a través de la cámara del mismo. La única salvedad es que el conductor ve las señales que debe seguir sobre las imágenes de realidad aumentada. Posee

todas las ventajas de un GPS normal. En primer lugar se introduce el destino del viaje y la aplicación calcula la ruta adecuada. Se puede escoger el camino apropiado dependiendo del tipo de vehículo (si se va a ir en bicicleta, en coche o incluso andando) y de si se quiere circular por carreteras de pago o, por el contrario, evitarlas. La app también ofrece la hora estimada de llegada, la velocidad a la que se circula y la distancia que queda para finalizar el trayecto. Como bien resumió Rubén: «En fin, lleva lo que todo GPS debe tener más la parte de realidad aumentada».

Pensando en todos los detalles para el beneficio del usuario, Rubén ha tenido en cuenta el hecho de lo que puede afectar al bolsillo del viajero utilizar el Real GPS en la capital de amor,



Y el folio se transformó en piano

Lejos de coches y carreteras también hay sitio, dentro del cerebro de Rubén Infante, para desarrollar una aplicación musical, diseñada para iPhones y iPads. Bautizada como 'The Real Piano' es tan sencillo como imprimir una hoja (tinyurl.com/realpiano) y descargar la aplicación del App Store. Se puede escoger tocar un piano o un órgano, incluso que se escuchen otros

ruidos al apretar las ficticias teclas tales como un latigazo. Lleva alrededor de 2.000 descargas. La lista infinita de aplicaciones creadas por este palentino pasa por el primer videojuego para móviles Windows Phone 7 adaptado para usuarios con discapacidad visual o auditiva llamado 'La cara oculta'. Actualmente se encuentra en la tercera ronda de la Microsoft 'On-line'

Cup, si pasa la siguiente criba tendrá que volar a Australia para defender su trabajo en la gran final. «Para mi el viaje ya sería bastante premio» comentaba entre risas. Hay que esperar hasta junio para saber si 'La cara oculta' está entre las diez mejores aplicaciones de su categoría (Windows Phone) y si Rubén tiene que hacer la maleta rumbo a las Antípodas.

París, buscando el Museo de Rodin, o en cualquier otra parte del mundo. «Las tarifas de datos cuestan muchísimo en el extranjero si te conectas» explicaba. «Lo bueno de mi programa es que solo se necesita hacer una llamada, no una petición de datos, y con eso ya puedes realizar todo el camino sin problemas». Y ¿cómo se puede disponer de este programa gratuito? No hay más que entrar en el Google Play y descargar el Real GPS en el smartphone.

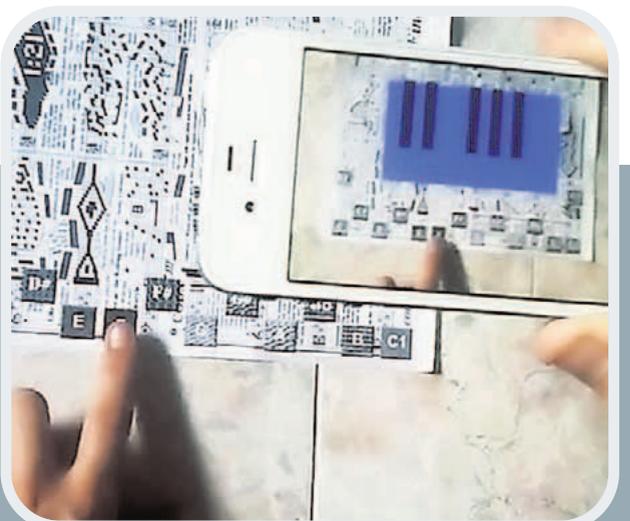
La aplicación de Rubén está todavía un poco en el aire. Según las propias palabras del creador: «Aún está en pañales». Este proyecto, que nació como trabajo para un máster, obtuvo un 7 de nota final. Rubén pidió una segunda oportunidad, para poder mejorarlo y así subir el Notable. «No funciona perfectamente en todos los teléfonos. En el mío va genial, pero lo probé en el de un amigo y da fallos», comentaba. Tiene en mente sacar una segunda versión que pueda ser utilizada por todos los móviles Android.

Aunque Rubén tenga muchas ganas de sentarse de nuevo frente al proyecto y retomar el Real GPS, probablemente no pueda hacerlo hasta dentro de tres meses o más. «Me gustaría continuarlo ya pero como mínimo hasta finales de verano no me podré poner con ello», explicaba pensativo. A principios de mayo hizo la maleta y se trasladó a la capital, donde está trabajando en Plain Concepts, una compañía de tecnologías Microsoft, dentro de las prácticas del Máster. Allí permanecerá hasta septiembre, como mínimo. Está aprendiendo a programar aplicaciones Metro en Windows 8.

La falta de tiempo hace que también tenga un poco aparcada otra de sus pasiones: la lectura. Ganador del premio Burbuja Literaria y del Hermano López Peñín en sus años escolares, reconoce que escribe cuentos desde muy

pequeño y que siempre tiene artículos y «cosillas empezadas» para actualizar sus blogs. Cuando estaba en 2º de ESO tardó poco más de 48 horas en leer 'Los pilares de la tierra', que se ha convertido en su obra favorita y que ha significado el punto de partida de su pasión por los «libros gordos».

Más allá de ordenadores, aplicaciones para móviles y la literatura, es amante del rugby amén de exjugador (disciplina deportiva a la que promete volver), que disfruta saliendo de fiesta con sus amigos y que actualmente circula con el Real GPS por Salamanca, Palencia y su último destino Madrid.



lo más descargado...



WhatsApp

1



Gratis

El servicio de mensajería gratuita más popular del mercado en el Google Play de Android.



Street View en Google Maps

2



Gratis

Para explorar el mundo a pie de calle desde un móvil. Turismo por cualquier ciudad o recorrer el barrio.



Doodle Jump

3



0,75

Sube y sube hasta que ya no puedas más. Dirige a Doodler y no te caigas de las plataformas.



Office Suite Pro 6

4



0,76

Para editar, ver e imprimir documentos en Word, Excel y otros archivos de Microsoft.

lo más descargado...



TuMe

1



Gratis

Nuevo servicio de mensajería gratuita para smartphones desarrollado por Telefónica.



Play Boy Spots

2



Gratis

Juega a las siete diferencias con las conejitas de Play Boy desde tu teléfono móvil.



WhatsApp

3



0,79

Messenger para smartphones. Es una manera rápida de estar siempre conectado con los amigos.



Vocal Search

4



0,79

Realiza las búsquedas en tu dispositivo Apple con la voz. Google, Youtube, etcétera.

‘Autoescuela Fácil’, el teórico en el bolsillo

Por E. B.

Nadie olvida el número de fallos. La memoria retiene los momentos previos a entrar en el aula o cómo los dedos estrangulan el bolígrafo esperando el examen. Los test manoseados que, con su funda transparente, viajan de mano en mano siempre permanecen en las retinas. Para facilitar a los futuros conductores el repaso de los temas estén donde estén ha nacido la aplicación para Android de Autoescuela Fácil, que se puede descargar con este mismo nombre en Google Play. Esta app ha sido finalista en la categoría de Mejor aplicación para nuevos dispositivos de la cuarta edición de los Premios Buscando El Norte Digital, de elnortedecastilla.es.

Más de 50.000 usuarios ya se la han descargado gratuitamente para estudiar el permiso B, A, AM y BTP desde el teléfono móvil

La versión gratuita alcanza las 50.000 descargas

o la tableta. ¿La clave del éxito? Que ha sido actualizada 24 veces desde su nacimiento a principios de 2011 y que posee exámenes oficiales de la Dirección General de Tráfico. Existe un paso

más en este proyecto, la versión de pago de Autoescuela Fácil con más material para practicar antes del gran día. Unas 1.000 personas, de países como Suiza, Francia o Estados Unidos, ya la tienen en sus smartphones.

El creador de esta aplicación es el vallisoletano Adolfo Aragón Fernández, un desarrollador informático y profesor de conducción en la empresa de su padre, la Autoescuela Miguel. Siempre busca aplicar las nuevas tecnologías para el beneficio de los alumnos. Recuerda que, amén de las aplicaciones, también se pueden hacer el test en autoescuelamiguel.com.



La aplicación de Android para poder repasar los test de autoescuela.

Android vs. iOS

Por J. F. E. Ilustración H. K. P.

Eterna batalla, infinita discusión: ¿Tú de quién eres, de Android o de iOS? ¿Cuál de los dos es el mejor sistema operativo para móvil?

Para comenzar a compararlos lo primero que hay que hacer es diferenciar entre las mentalidades de ambos, en el caso de Android es de código abierto y está diseñado para distintos fabricantes mientras que iOS es un sistema operativo cerrado y específico para los dispositivos que fabrica Apple.

No se puede decir que una filosofía sea mejor que la otra, ambas tienen sus pros y sus contras. El código abierto supone unos costes técnicos iniciales muy altos, mientras que la opción cerrada supone unos fuertes costes sociales a largo plazo. En cuanto a aceptación, siempre se encontrarán fans a las dos con gente más atraída por la exclusividad que propone Apple y otra a la que la gratuidad y apertura de la que hace gala Google con su sistema operativo le parecerá una ventaja.

En cuanto a seguridad, el gran problema de la apertura de código es la mayor vulnerabilidad ante virus que supone poner al servicio de los programadores su código. Además, Android deja a elección del usuario el poder instalar aplicaciones que no provengan de la tienda oficial, que para muchos es una ventaja, pero que supone un claro riesgo.

Siempre ha existido la creencia de que iOS era invulnerable frente a los virus (demostrada falsa más de una vez) pero ciertamente se comporta de una manera más robusta frente a ataques dada la dificultad de acceder al sistema de archivos que los caracteriza. Esa dificultad de acceso al sistema de archivos es en efecto una ventaja en cuanto a seguridad pero supone una restricción de uso muy fuerte que hace que no se pueda sacar el máximo rendimiento a sus dispositivos.

Hablando de rapidez siempre se ha dicho que iOS es más fluido que Android y si nos ceñimos

a cuestiones puramente técnicas no le falta razón, su gestión de los procesos y control de las prioridades le otorgan una velocidad mayor que su competidor. Android al basarse en JAVA, necesita cargar inicialmente una máquina virtual y gestiona su memoria y su caché de una manera menos efectiva.

En cuanto a la experiencia del usuario más allá de la rapidez, Android se encuentra un paso por delante ofreciendo posibilidades de personalización de la pantalla y añadiendo un recurso como los widgets que conceden al usuario la posibilidad de tener en sus múltiples escritorios aplicaciones abiertas con información y con interfaces amigables.

La competencia entre unos y otros hace que ambos vayan progresivamente adaptando las mejores funcionalidades del contrario como pasó recientemente con la persiana de notificaciones que adaptó iOS en su versión 5.0 copiando la que tan buen resultado da en Android. Otra ventaja que ofrece Android es la instalación de aplicaciones de manera remota, mientras que en iOS es estrictamente necesario el conectar el dispositivo para tener la aplicación en el dispositivo.

Otra de las ramas que más influencia sobre el usuario tiene es la tienda de aplicaciones donde tradicionalmente el App Store siempre fue mejor que el Market. Sin embargo el lavado de cara y de nombre que desde Google se le dio a su tienda, ahora llamada Play, nada tiene que envidiar ni en cuanto a caracterización de las aplicaciones ni en cuanto a su motor de búsqueda.

Si nos centramos únicamente en las tabletas, los iPads han sido siempre los reyes en usabi-

lidad al poseer un sistema operativo que se adaptaba perfectamente a sus características. Las tabletas con Android, sin embargo, poseían un sistema operativo que no se adecuaba ni al tamaño ni a las necesidades y características de estos relativamente nuevos gadgets. Sin embargo la aparición de Ice Cream Sandwich (Android 4.0, la última versión del sistema operativo de Google) abre un competidor más que válido para poder afirmar que ahora sí que es un sistema adaptado a las necesidades de las tabletas.

Las últimas versiones

Además de la mencionada anteriormente incorporación de la persiana descendente de notificaciones por parte de iOS en su versión 5.0, los de Apple han querido identificar su última versión con los servicios en la nube basándola en su ya conocido iCloud, aplicación de almacenamiento en la nube con sincronización instantánea en todos los sistemas de la marca bajo una misma cuenta de iTunes.

La respuesta desde Google no se hizo esperar pero no fue basando el sistema operativo en ello sino sacando Google Drive, su aplicación de almacenamiento en la nube que en los nuevos terminales viene incorporada y en los antiguos se ha ofrecido instalar automáticamente.

En resumen, aunque muchos puedan pensar que iOS es mucho mejor y más rápido, en la mayor parte de los casos esta afirmación viene asociada a los terminales. Si la comparación se realiza sobre terminales de alta gama que lleven Android, se puede observar que el rendimiento del sistema operativo no tiene nada que envidiar al de Apple.

Que uno sea mejor o más rápido depende del terminal



La revolución de los dispositivos conectados

Inés Leopoldo

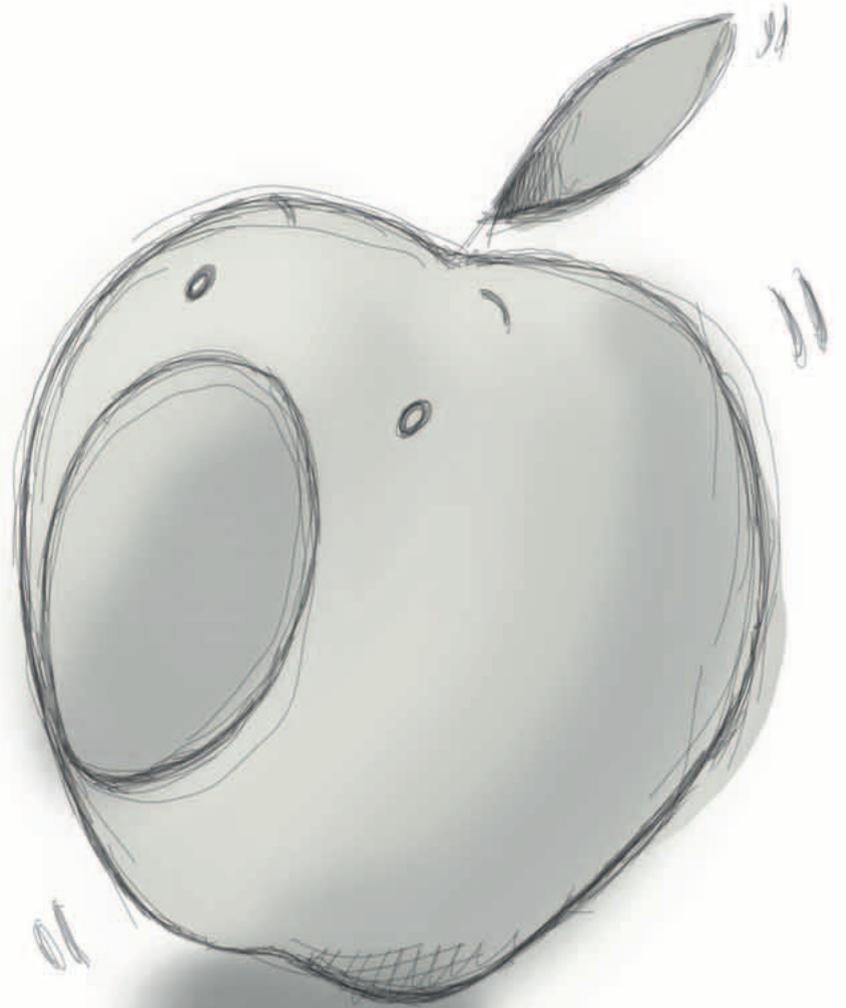
Directora general de Mtsue Venture
@inesleopoldo

El crecimiento de la conectividad global en la última década se puede atribuir, en un abrumador porcentaje, a la telefonía móvil. Con casi un teléfono móvil de media por cada habitante del planeta, estos dispositivos se han convertido en un accesorio más en la vida del hombre moderno. Pero pensemos por un instante en el resto de objetos que nos rodean diariamente: a nivel personal, la nevera, el calefactor o el coche, y a nivel colectivo, los semáforos o los elevadores, por citar unos pocos ejemplos. ¿Qué pasaría si se pudieran interconectar y nos brindaran información que nos permitiera reducir el consumo de energía del hogar o gestionar de forma inteligente una ciudad?

El concepto de máquinas o dispositivos comunicándose entre sí se denomina Máquina a Máquina (M2M, por sus siglas en inglés), y desempeña un papel esencial en una sociedad caracterizada por la ubicuidad y la inmediatez.

Básicamente, M2M utiliza un dispositivo (etc) para capturar un 'evento' (nivel de temperatura, inventario, etcétera) que se transmite a través de un medio (inalámbrica, por cable o híbrida) a una aplicación (software). La aplicación traduce dicho 'evento' en información relevante (por ejemplo: se ha superado el límite de temperatura permitido).

Así, desde los contadores de consumo de agua hasta los monitores del corazón o los equipos que controlan el ganado, las máquinas ya se comunican entre sí. En esta nueva era de la comunicación, se espera que todas las actividades incorporadas en industrias como transporte y energía, administración pública, salud, aeropuertos o fuerzas de seguridad, beneficiando de verdaderos avances a través de millones de dispositivos. Por ejemplo,



sensor, medidor, temperatura, nivel de energía, nivel de información (software) en información, nivel de temperatura,

de electricidad a los dispositivos ayudan el rastreo de los dispositivos entre sí y con las personas. La interacción entre objetos se está desarrollando en esta tecnología. En las administraciones de seguridad, se están desarrollando más de la conectividad, una de las

mayores compañías de seguros generales en el Reino Unido ha logrado un descenso del 20% en el riesgo de accidentes causados por conductores jóvenes, gracias a un equipo de seguimiento en el coche que monitorea el comportamiento de conducción, tales como el frenado y la aceleración, las curvas, la velocidad y la hora del día en que se conduce el vehículo. Los datos se utilizan para calcular las primas de seguros: cuanto mejor sea la conducción, menor será la prima. Y, a nivel urbano, se están desarrollando aplicaciones de las llamadas de Smart Cities, es decir ciudades inteligentes, que permiten mejorar la eficiencia en muchos áreas de la comunidad. En España, Telefónica acaba de anunciar un acuerdo con el Ayuntamiento de Alcalá de Henares para desarrollar servicios como gestión de tráfico, aparcamiento, transporte público y recogida y tratamiento de basura, entre otros. Como era de esperar, M2M es un nuevo e interesante

mercado para las compañías proveedoras de servicios de telecomunicaciones. En Europa, durante el 2011, estos ingresos de conectividad representaron más de 1.500 millones de euros, poco más del 1,1% de los ingresos de los operadores de telefonía móvil en 2011. A finales de 2011, el mercado móvil global de M2M alcanzaba un nivel cercano a los 100 millones de módulos. De acuerdo a la aplicación, cada módulo a su vez conecta una cierta cantidad de dispositivos, los que, en su conjunto, ya superan a la cantidad de habitantes del planeta.

Se calcula que para el 2020 habrá casi 7 dispositivos conectados por habitante. A lo largo de los años hemos evolucionado de conectar lugares mediante la telefonía básica, a conectar personas a través de los móviles, y ahora comenzamos a presenciar la interconexión con el resto de los dispositivos que nos rodean. Y esto es tan solo el comienzo.



INSTALACIONES DEL 112,
CALLE GARCÍA MORATO, VALLADOLID.

La tecnología que salva vidas

Telefónica gestiona los servicios de comunicación del 112 en Castilla y León mediante innovadores sistemas tecnológicos

Por Rebeca Alonso

Cinco segundos es el tiempo medio de respuesta del 112 en Castilla y León, que en 2011 actuó en 292.000 incidentes y atendió 1,5 millones de llamadas. Esta eficacia ha sido reconocida con el Premio Europeo al Mejor Servicio de Emergencias 2012. Los operadores que hay al otro lado de la línea atienden al alertante mientras desde el primer momento se avisa y coordina a policía, bomberos, ambulancias y todos los organismos necesarios. Pero, ¿cómo es la tecnología que hay detrás de este importante servicio?

«Con respecto a las bases de datos y de sistemas de información utilizamos tecnología de última generación con un alto nivel de redundancia, es decir, que no hay ningún elemento que no sea sustituido automáticamente por otro en caso de problemas. Además tenemos un producto propio llamado Séneca, una plataforma software que es el sistema que integra todos los elementos: telefonía, radio, mensajes cortos u otros canales nuevos que incorporemos en el futuro. Mantenemos esta plataforma en constante evolución», explica José Manuel Masiello Ruiz, gerente de Operaciones de Proyectos de Gestión de Emergencias. «Cualquier actualización técnica se realiza sin interrumpir el servicio, que funciona 24 horas al día los 365 días al año», añade.

Desde Valladolid

«Telefónica es la única empresa del sector TIC capaz de dar una solución extremo a extremo, integrando y liderando en un solo proyecto las comunicaciones y las infraestructuras tecnológicas de primer nivel, que posibilitan su escalabilidad, una mayor eficiencia en el servicio y una evolución continua del mismo», puntualiza Juan Carlos Morán, director de Telefónica en Castilla

y León. Y lo mejor es que esta tecnología puntera es eminentemente vallisoletana. El software específico de emergencias y la gestión del mismo se hace desde Valladolid. El núcleo del sistema es tecnología española desarrollada por Telefónica en gran medida en Boecillo y está implantada en la mayoría de los 112 de España. El 70% de la población española está atendida por un sistema implantado por Telefónica.

Pero, ¿cómo se pone en marcha esta tecnología desde el momento en que se recibe una

llamada? José Manuel Masiello lo tiene claro. «Nada se deja al azar. Ante una determinada situación, el operador no tiene más que capturar la información que le está diciendo el ciudadano y ya la plataforma se encarga de ejecutar los procedimientos de aviso que están configurados», aclara. Y para facilitar que cualquier persona en una situación de emergencia pueda efectuar la llamada, la cobertura o el dinero no son un obstáculo. Por ello es posible llamar con un mínimo de cobertura de cualquier operador,

aunque no sea el de nuestro terminal, y también aunque no tengamos saldo. Nada menos que 4.000 llamadas diarias son las que recibe el 112 Castilla y León y gestiona Telefónica, y esto en un día normal. En caso de situaciones extraordinarias se produce un alto pico de avisos. En estas ocasiones se sobredimensiona el sistema para una capacidad de proceso y gestión de llamadas mayor.

Y para conseguir un mínimo tiempo de espera, «la plataforma tecnológica está orientada a atender con la mayor rapidez la llamada para conseguir que el ciudadano transmita la información necesaria mínima para empezar a actuar y se lleva un control del número de operadores y sus necesidades», puntualiza. Telefónica quiere ir más allá y, para ello, está estudiando cómo podrían ayudar elementos tan actuales como las redes sociales o las videollamadas en la gestión de las emergencias. La filosofía consiste en la transformación del sistema sanitario a un modelo de salud sostenible gracias a las nuevas tecnologías. «En cuanto a atención a los pacientes y sostenibilidad económica, la tecnología puede aportar una gran solución. La idea es mejorar la atención y disminuir costes».



«Nada se deja al azar. El servicio tampoco se interrumpe nunca»

José Manuel Masiello,
gerente de Operaciones de Emergencias

La gestión de Relaciones Humanas, a cargo de Grupo Norte

Grupo Norte gestiona los recursos humanos del 112 Castilla y León desde 2006. Se encarga de la selección de personal, formación, organización y gestión del servicio en la atención de las llamadas. También procura que los empleados aprendan a manejar esta tecnología y adquieran otros conocimientos como geografía y protocolos de actuación. «La media de antigüedad es de siete años y el índice de absentismo está en el 1,9%. Estos datos reflejan nuestra política de recursos humanos», explica Olga Rodríguez, directora del Servicio.

Lo + retuiteado



PRESENTACIÓN DEL SAMSUNG GALAXY SIII

1. La surcoreana ha presentado su nuevo terminal el día 3 de mayo. Un modelo con pantalla HD Súper AMOLED de 4.8 pulgadas, cámara de 8 megapíxeles, batería de 2.100 mAh y sistema de reconocimiento de voz S-Voice. «Diseñado para humanos e inspirado en la naturaleza. Es la magia y la promesa del Galaxy».

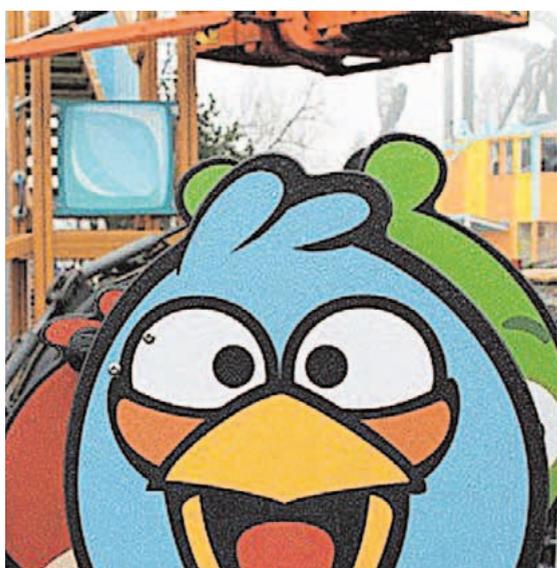
GUINNESS INTRODUCE CÓDIGOS QR EN SUS VASOS

4. La última campaña promocional de la compañía consiste en ocultar códigos QR en algunos de sus vasos, de modo que solo sean visibles cuando se llenan de cerveza. A través de ellos el usuario puede acceder a cupones y descuentos.



ANGRY BIRDS LLEGA A LOS 1.000 MILLONES DE DESCARGAS Y YA CUENTA CON UN PARQUE ATRACCIONES

5. El juego de Rovio sigue siendo un éxito y su última versión, Angry Birds Space, ha alcanzado los 50 millones de descargas en solo 35 días, mientras que la saga completa supera la cifra de 1.000 millones. No es de extrañar que el juego haya inspirado ya un parque de atracciones.



LANZAMIENTO DE GOOGLE DRIVE

2. El sistema de almacenamiento en la nube de Google ofrece 5 GB de forma gratuita a todos los usuarios. Quienes lo deseen, también podrán ampliarlo a 25 GB por 2,49 dólares al mes (1,88 euros), 100 GB por 4,99 dólares mensuales (3,76 euros) o incluso 1 TB por 49,99 dólares mensuales (unos 37,71 euros).

TELEFÓNICA DIGITAL LANZA TU ME, SU APLICACIÓN DE MENSAJERÍA GRATUITA

3. Se trata de una herramienta 'all-in-one' que permite a los usuarios compartir mensajes, fotos o vídeos a través de los smartphone que la tengan instalada. Además, almacena los contenidos en la nube, por lo que los usuarios pueden acceder a ellos cuando lo necesiten.

VISA ANUNCIA QUE SU SISTEMA DE PAGO MULTIPLATAFORMA LLEGARÁ EN OTOÑO

6. El monedero virtual de la compañía Visa, bautizado con el nombre de V.me, permitirá a los usuarios realizar pagos a través del tablet, el smartphone y el ordenador. La empresa ha informado que estará disponible en España a partir de otoño.

LA PIRATERÍA Y LOS VIRUS PONEN EN ALERTA A TODOS, INCLUIDO MAC-OS

7. Más de 300.000 usuarios podrían quedarse sin Internet en julio como consecuencia del fin de una operación anti-hackers. Pocos escapan a las amenazas en la red y el virus Olyx.B ha puesto en jaque a MacOS, por lo que la llegada de Avast a esta plataforma se produce en el mejor momento posible.

VALLADOLID ACOGE LA REUNIÓN INTERNACIONAL ANUAL DE SOCIOS DE EVERIS

8. La consultora ha celebrado la reunión con sus socios en la capital vallisoletana. Unos 160 directivos se han dado cita en la ciudad para analizar los resultados de la compañía durante el pasado año, así como valorar y decidir los objetivos para 2012.



datacity

La **SOLUCIÓN** a las
COMUNICACIONES
de su **EMPRESA**

Soluciones globales para PYMES,
Multisede y Gran Cuenta

Servicios de Voz

*Un dimensionamiento global con
gran ahorro para su empresa*

Centralita DATA IP
Centralita Virtual DATA IP
Servicio Multisede

Tarifa plana fijos nacionales
Soluciones personalizadas
Planes escalables de centralitas

Conectividad

*Potencie sus comunicaciones,
ahorrando en su facturación*

Internet Simétrico Garantizado (SIG)
Servicio Multisede

Soluciones integrales para empresas
Conexiones seguras
Accesos dedicados
Mayor cobertura y disponibilidad
de servicio

Hosting Servicios Cloud

*Asegure su presencia en Internet
El mejor alojamiento, las mejores tarifas*

Planes Hosting: Linux y Windows
Housing
Hosting de Base de Datos
Registro de Dominios
Servidores Virtuales
Servidores Dedicados
Correo Exchange
Servicios Streaming
Backup Online
Escritorios remotos

Atención al Cliente:
902 910 029

www.datacity.es
clientes@datacity.es