



e-volución

Negocio digital & Tecnología

Cuatro niños programan robots elaborados con piezas Lego.

Foto: Antonio Tanarro

CONSTRUIR EL FUTURO

La Universidad de Valladolid enseña a niños de 8 a 16 años los secretos del lenguaje de programación 'Scratch'

La biotecnológica Biocross desarrolla en el Parque Tecnológico de Boecillo una prueba que detecta el alzheimer a través de una muestra de sangre

Página 18





Compartida, la vida es más.

Nace Movistar Fusión

Descubre qué sencillo es y cuánto ahorras cuando lo juntas todo.

Fijo, móvil e Internet en un solo producto. Porque cuando estamos juntos todo suena mejor.

Todo por
49,90€/mes
+ IVA.

Para siempre



Fijo: cuota de línea incluida

llamadas a fijos nacionales ilimitadas y 550 min a móviles



Móvil: 500 min + 1 GB

SMS ilimitados



ADSL: 10 Mb

Juntos en una única factura

1004
Tiendas Movistar
movistar.es



La Fepa
2012
Constitución Española

Cuota 60,38€/mes IVA Incl.: línea, llamadas (ilimitadas a fijos, 500 min/mes a móviles fin de semana y 50 min/mes a móviles Lunes a Viernes) y ADSL; desde el móvil 500 minutos, 1GB Internet y SMS ilimitados. Precios en territorio nacional y a operadores nacionales. Permanencia 12 meses en móvil (190€ de penalización por baja anticipada). No aplica condiciones del Programa de Puntos y de Zona Azul en línea móvil.

Editorial

Futuros
oficios

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



@fjescribano

Cuando, hará unos quince años, comenzaba a ocuparme en algo que se llamaba Internet mi primer deber, al iniciar una conversación al respecto, era hacer una introducción sobre el tema. Había que buscar símiles entre lo que el medio ofrecía y lo que era familiar para la gente en ese momento. Eran tiempos en los que apenas una parte de la población utilizaba la Red. La mayoría de accesos se producían desde centros universitarios. Y no digamos nada de la llamada 'movilidad'. Acababa de implantarse en España el estándar GSM para el gran público que traía una gran novedad: los mensajes SMS. Pretender que alguien entendiera en aquél entonces que Internet iba a permitirme progresar profesionalmente era una tarea harto complicada sin que le tomaran a uno por un visionario desconectado de la realidad. Pero lo más importante de todo es

que, como he dicho, tan solo han pasado unos quince años. Ese plazo es, aproximadamente, el tiempo que necesitará un niño que actualmente esté en educación primaria para incorporarse al mercado laboral.

Si en quince años el acceso a Internet ya se considera un servicio básico, hay más líneas de telefonía móvil que fija y profesiones difíciles de explicar a la gente de a pie están ganando peso en el mercado de trabajo ¿qué puede pasar en otros quince en el ámbito laboral? Sinceramente, nadie lo puede saber. Decidir la formación de una persona desde aquí a quince años vista puede traer consigo un rotundo éxito o un tremendo fracaso. El llamado 'Plan Bolonia' hará que desaparezcan en 2015 todas las titulaciones universitarias tradicionales conocidas hasta ahora (licenciaturas, diplomaturas...), incorporando, en su lugar, multitud de titula-

ciones de grado que abren el abanico de posibilidades a nivel universitario. El modelo abierto de títulos permitirá que la universidad se adapte permanentemente a la evolución social. Y mucho antes de llegar a la universidad nuevos oficios modificarán la capa media de la sociedad.

Es por esto por lo que, más que nunca, debemos ayudar a nuestros hijos a tener una formación lo más completa y multidisciplinar posible fomentando, sobre todo, su capacidad de adaptación a nuevos entornos tecnológicos y sociales. La inteligencia, nos enseñó Gardner en su 'Teoría de las inteligencias múltiples', lejos de ser algo inmutable se desarrolla ampliamente en un ambiente adecuado. No sabemos qué semilla hay que echar, pero sí cómo preparar el terreno para que sea fértil. El tiempo de formar a alguien desde pequeño con un único objetivo terminó.

Nuestros expertos



Francisco José García Paramio.
Ingeniero Superior de Telecomunicaciones. EMBA.

Crowdfunding: Red
y finanzas

P5



Antonio Ferreras
Doctor en Telecomunicaciones.
Director de Telefónica Digital en el Parque Tecnológico de Boecillo (Valladolid).

Formación en
Informática

P15



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

Exoesqueleto

P19



Alicia Malumbres.
CuVitt Managing Partner

Diferencia tu perfil
profesional en Internet

P23



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

El Hogar Digital: Servicios
y necesidades

P28

sumario

NEGOCIO DIGITAL

¿Es posible financiar un proyecto con 'crowdfunding'? 4 y 5

INNOVACIÓN

CITA, con la educación y la tecnología 10 y 11

CIENCIA, INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

Química en la web 20 y 21

FORMACIÓN PARA EL EMPLEO

El experto en marketing 'on-line' 24

ACTUALIDAD DIGITAL

Comparativa entre los mejores 'smartwatches' 28 y 29

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

[PRÓXIMO NÚMERO, 14 DE NOVIEMBRE]

SÍGUENOS EN
FACEBOOK



Y EN
TWITTER



@e_volucion

El 'crowdfunding', juntos para lograr un objetivo

Por J. A. Pardal y J. Zurro



Este modelo de negocio crece rápidamente en los últimos años en España mientras que en Estados Unidos ya se utiliza desde hace más de una década

No es un sistema de financiación nuevo pero sí lo es la utilización masiva de Internet para llevarlo a cabo. El 'crowdfunding', traducido como financiación colectiva, es una forma de obtener recursos económicos para llevar a cabo proyectos que se está extendiendo como la pólvora por la Red. Habitualmente se dedica a la financiación de trabajos culturales, pero también a aventuras literarias que necesitan un empujón de dinero constante y sonante. En el caso de proyectos empresariales que buscan financiación se prefiere hablar del término 'P2C Lending'. Son decenas las páginas web que facilitan esta interacción, este flujo de dinero desde los ciudadanos hasta las entidades o los creadores. Entre ellas destacan Verkami, Lánzanos o Partizipa, en el ámbito cultural, o Socios Inversores en el empresarial.

¿Cómo funciona?

El sistema es bastante sencillo y se basa en la típica frase del 'mejor muchos pocos que pocos muchos'. Un emprendedor o artista se decide a llevar a cabo su proyecto y estipula cuánto dinero necesita para poder realizarlo. Lo sube a la página

junto a una pequeña descripción de lo que quiere hacer y, junto a ella, los beneficios que logrará el donante. Los beneficios no son económicos, o al menos no en todos los casos, sino contenidos exclusivos como entradas para ver la obra de teatro que se quiere realizar, un pase para estar presente durante una jornada de rodaje o la aparición como figurante en el film.

El creador de la idea estipula qué logra su contribuyente por dar dinero al proyecto y también, aunque no en todas las webs funciona igual, cuánto tiempo máximo destinará a la búsqueda de la financiación. En la mayoría de los casos la empresa a través de la cual se busca el dinero cobra un 5% del total recaudado por el proyecto. Hay que

reseñar que para que se cumplan todos los flujos económicos presentes en este contrato entre personas de a pie y empresarios o creadores el proyecto debe conseguir el 100% del dinero que se ha estimado como necesario para llevarlo a cabo. Solo en ese caso el proyecto obtiene su financiación, la página web de 'crowdfunding' sus beneficios por la gestión y el contribuyente aporta su granito de arena.

En cuanto al denominado como 'crowdfunding empresarial' o 'P2C Lending', su volumen de utilización ha crecido un 27% respecto a 2011 en lo que va de año, según datos facilitados por Socios Inversores, un informe que además afirma que se espera llegar a un despegue del 51% en comparación con el año pasado.





Producir cultura: misión imposible

Cine, periodismo, literatura... producir cultura ya no es lo que era, y en la difícil crisis económica actual cada vez más gente con grandes ideas es privada de poder llevarlas a cabo. Sin embargo, hay otras formas de poder realizar una película o una revista: el 'crowdfunding'.

Rubén Ochandiano, que comenzó su trabajo como actor y ha trabajado a las órdenes de Pedro Almodóvar entre otros, cree que tampoco hay que engañarse con estas nuevas formas de financiación. Reconoce que no era su situación ideal producir su primer largometraje Cuento de Verano de esta forma, pero ha sido la única opción que ha encontrado, ya que como expresa «producir cultura se ha convertido en un pasatiempo burgués para el que el estado no facilita ayudas y las empresas solo lo hacen con una serie de proyectos». A pesar de ello, Ochandiano se siente muy afortunado porque muchas personas han mostrado su apoyo y han participado en esta iniciativa

para que el proyecto siga adelante. Un proyecto que como él mismo explica quiere demostrar que un cine de calidad es posible, «un cine que aúne entretenimiento, historia y que haga humedecer el corazón del espectador y sacarle una sonrisa».

La revista cultural La Encuadre, por su parte, surge como consecuencia del anterior pro-

yecto de sus creadores: Ruta 42. Doc Pastor y Dafne Calvo llevaban tiempo queriendo realizar una publicación que ofreciera al lector reportajes y entrevistas de corte cultural.

La Encuadre conoce el difícil panorama actual que puede suponer encontrar financiación para un proyecto. Por ello no han querido atarse a las tradicionales formas de producir una publicación y han decidido recurrir también al 'crowdfunding', aunque para ellos no supone el único medio de financiación. «Nuestra idea es intentar que la venta directa de la revista aporte la mayor parte de los fondos necesarios, pero posteriormente comenzamos con el micromecenazgo como un complemento importante con el que poder obtener un 'colchón' económico que nos permita trabajar más cómodamente y llegar a más sitios».

Tanto Rubén Ochandiano como Doc Pastor tienen claro que las dificultades para que proyectos como estos, diferentes, arriesgados y de calidad salgan adelante es la falta de

información sobre estas formas de financiación. Pero como el creador de La Encuadre manifiesta, «el 'crowdfunding' responde a ese ánimo colectivo de ayudar que existe en todos y cada uno de nosotros, desde el compañero que te ayuda a pagar la gasolina del coche a la madre que se encarga de organizarte el catering en un evento».

«El 'crowdfunding' responde al sentimiento de ayudar»



Crowdfunding: Red y finanzas

Francisco José García Paramio

Ingeniero Superior de Telecomunicaciones. EMBA.

fgparamio@hotmail.com

Usted es un gran novelista en potencia, está escribiendo una novela merecedora del Planeta, pero no dispone de recursos o de un mecenas para publicarla. Y todo ello porque es usted un perfecto desconocido que no puede abrir puertas. En su desazón, se lanza a la calle más transitada de la ciudad y recoge donativos en su gorra. Utiliza un pequeño mupi con fantástica información sobre su novela; les cuenta a los viandantes todos los ejemplares que va a vender; les promete un ejemplar de su libro gratis. Al cabo de diez semanas, usted ha conseguido el dinero necesario para que una gran editorial le escuche y publique su obra. La misma es un éxito para la editorial y para usted. Cumple su promesa y le regala el libro prometido a cada uno de los que le confiaron su 'inversión'. En vez de un productor para su libro, tiene usted cientos de ellos. Este podría ser un perfecto ejemplo de 'crowdfunding'. El término procede del inglés y se traduce al español como 'financiación colectiva', aunque su traducción literal sería 'aportación de fondos por parte de la multitud'. En el empeño, que nos distingue a usted y a mí ya desde hace semanas, de paralelizar los negocios y actividades económicas en la red (digitales los llamamos) con los negocios 'analógicos' (o sea: los de toda la vida), descubrimos que la explosión del 'crowdfunding' era y es previsible dado el alcance masivo de Internet y dado que en la misma red ya disponemos (como vimos hace algunas entregas) de todos los medios para facilitar transacciones económicas seguras y controladas. Usted, novelista en las puertas de la fama, no necesitará salir a la calle a buscar 'inversores' para su idea. Puede acercarse a millones de potenciales aportantes de fondos a través de la red utilizando alguna de las múltiples plataformas de 'crowdfunding' que ya existen en la misma. Por un módico precio le evitarán que pase usted frío o calor en la calle; o que reciba algún mal gesto de algún viandante incomprensivo ante la grandeza de su proyecto literario.

Por ese módico precio, usted no solo conseguirá la financiación: tendrá perfecta y ordenada información de los inversores; podrá comunicarse con ellos y, por supuesto, podrá hacer pago del rendimiento de la inversión que les prometió (no lo olvide: un ejemplar gratuito de su novela). Acotando lo que hay alrededor del 'crowdfunding', encontramos algunos aspectos importantes que deben de ser regulados y adecuadamente controlados: propiedad intelectual y actividad económica. Probablemente sean los dos más importantes. Si usted airea su proyecto en Internet y pide fondos para financiarlo, lo que está haciendo es dar a conocer su idea. Alguien con dinero suficiente puede copiársela y adelantarse a usted. Es necesario proteger este aspecto. Y eso no es nada fácil. Por otro lado, la actividad económica generada se asemeja a una empresa en funcionamiento. Este tipo de 'empresas' necesitan de regulación económica y fiscal que no habrá más remedio que desarrollar ante el boom imparable de este tipo de financiaciones.

10 razones por las que una empresa debe estar en la nube

Por R. Alonso **Infografía:** H. Ko



Seamos conscientes o no, la nube ya ha llegado y forma parte de nuestras vidas. Ya sea por ejemplo en las redes sociales, cuando subimos nuestras fotos, en el correo electrónico, cuando enviamos y recibimos documentos, o en servicios específicos gratuitos como Dropbox o profesionales de pago, lo cierto es que cada vez es más útil tener un espacio virtual donde manejar nuestros archivos sin el límite de movimiento y espacio de un ordenador. A pesar de este uso generalizado, especialmente a nivel personal, aún faltan muchas empresas en la nube. Cada vez son más las firmas que descubren sus ventajas pero aún queda hueco de mercado. Seguramente ocurrirá como con las páginas web corporativas, que inevitablemente acabaron conquistando casi la totalidad del mundo empresarial. La nube ya va por ese camino, y sobran las razones.

Jorge Pascual, director general de Anfix

«Es una gran oportunidad para los proveedores de tecnología»

Para Jorge Pascual, director general de Anfix, la nube es un hecho. «Dentro de unos años no hablaremos de nube sí o nube no, todos estaremos en la nube», asegura. Y él lo sabe de primera mano, ya que Anfix se dedica precisamente a poner al servicio de las empresas lo que denominan como 'escritorio digital'. Según él, las firmas que aún no lo utilizan no es por desconocimiento,

sino por falta de soluciones. «No somos tantos los que estamos poniendo a disposición de las pymes este servicio. Es una gran oportunidad para los proveedores de tecnología. Esta es una vía de crecimiento», pronostica.

Jorge Pascual señala al ahorro económico como una de las principales ventajas de la nube. Las cuentas lo dejan claro. «Con Anfix se paga, en el caso más caro, 19 euros al mes. Si tienes que comprar una aplicación de gestión para hacer lo mismo en Windows primero hay que comprar un servidor, y uno pequeño cuesta unos 1.000 euros. Después adquirir la licencia que cuesta entre 1.500 y 2.000 euros... solo para arrancar, sin contar con los servicios del profesional en informática que lo va a instalar. Con la nube solo pagas una tarifa en el momento en que lo uses y no tienes

que hacer inversiones ni perder dinero si dejas de utilizarlo, explica.

Otro de los beneficios de la nube es la seguridad, algo que en Anfix se toman muy en serio. Por ello utilizan sistemas que no puedan ser contagiados por virus y tecnologías de encriptado que en caso de que alguien acceda a esos datos no pueda interpretarlos. «Usamos sistemas y servicios altamente cualificados, es imposible que una pyme de hasta 19 empleados tenga estos mecanismos de seguridad, sería muy costoso», asegura.

El director general de Anfix se muestra positivo al pensar en la tendencia futura, especialmente en Castilla y León. «La región nos ha sorprendido notablemente, tenemos muchos clientes que están realizando un uso intensivo del escritorio digital y con un buen 'feedback' que nos está transmitiendo. Yo creo que hay mucho potencial».

Del sofá al altar

La página web de Abali Bodas permite organizar el enlace de tu vida con una simple conexión a Internet

Por E. Bengoechea Foto: R. Otazo

¿Mesas redondas o cuadradas? ¿Ramo de rosas o de margaritas? Estas son solo dos de las muchas elecciones a las que tiene que enfrentarse una pareja antes del 'Sí, quiero'. No importa si religiosa o civil, la organización de una boda es un bucle enorme de decisiones y más decisiones que requiere paciencia y tiempo. Con el objetivo de facilitar el trabajo a los novios nació, en el año 2001, la página web de Abali Bodas (abalibodas.com), escaparate que muestra todo lo que se necesita para organizar la boda del año.

«La gente va con prisa e intenta saltarse el paso de las tiendas», comenta María Teresa González, fundadora de Abali Bodas, allá por 1999. Después de haber organizado, por afición y por echar una mano a la familia, las bodas de todas sus primas, se apuntó a un curso de la Cámara de Comercio y terminó fundando este establecimiento en pleno centro de Valladolid. La web, que nació dos primaveras más tarde, fue creada en inicio

como gancho para mostrar a posibles clientes un abanico de todo lo que se podía encontrar en la tienda. Actualmente permite organizar la boda desde el sofá de casa, como bien reza el título del artículo. Solo se necesita tener conexión a Internet, porque «todo se ve mucho más fácil desde la página web», comenta el enólogo Eduardo Gómez, hijo de María Teresa González, y la persona que atiende al público en el comercio de Abali Bodas junto con Ana Merillas.

Lejos queda el plano lleno de cruces rojas que señalan posibles lugares para celebrar con los seres queridos el enlace y las horas perdidas visitando cada posible destino. La elección de restaurante se simplifica al tener una lista determinada con todas las características del mismo y los posibles menús para los invitados. «Trabajamos con más de cien proveedores de confianza» explica González, «si no conocemos a la empresa, directamente no la contratamos».

Invitaciones y regalos

Un quebradero de cabeza es qué pueden regalar el padrino y la madrina a los invitados. Ha de ser bonito, útil y no excesivamente caro. Y, ya que se está metido en harina, que también sea original. Abali Bodas dispone de una amplia variedad de artículos de regalo, tanto para hombre como para mujer, con un abanico de precios. El siguiente paso que va a dar este negocio vallisoletano es mejorar la página web, facilitando aún más las elecciones a los futuros esposos. Las invitaciones y los regalos son los dos ases que oculta Abali Bodas bajo la manga. Estos dos productos, claves del negocio, se van a

poder adquirir

directamente a través de la web. Escoger el tipo de letra, el texto, los colores de los sobres; todo eso y más se podrá elegir, dentro de unos días, desde casa o desde el rincón del mundo que se quiera. La nueva página permitirá al cliente comprar los detalles de los padrinos y encargar las invitaciones sin intermediarios.

Abali Bodas no se limita a las bodas. También prepara bautizos y comuniones. «Ahora arreglamos bautizos a los que, años atrás, organizamos el enlace» comenta con una sonrisa González; «esto pasa porque llevamos 13 años con el negocio». Por eso y porque el boca a boca corre como la seda: «Ahora la gente viene a nosotros porque ya hemos casado a sus primos, amigos...». La tienda parece un arco iris

donde cada estantería alberga objetos de un color determinado. La página web es mucho más práctica, lo distribuye por materias pensando en la comodidad de los futuros esposos.



EDUARDO GÓMEZ
CON DETALLES DEL
PADRINO

«La gente tiene mucha prisa e intenta saltarse el paso de las tiendas»

M^a Teresa González, fundadora de Abali Bodas



ANA MERILLAS
CON UN RAMO DE NOVIA
BOUQUET

Israel Pérez, director comercial de Datacity

«A los grandes **operadores** se les permite un fallo; a nosotros, no»

Por Esther Bengoechea Foto: Fran Jiménez

Datacity estudia a cada cliente para optimizar el servicio multisede

Más de 150 delegaciones en diferentes empresas ya se han puesto en manos de Datacity y del servicio multisede. Actualmente se están estudiando las viabilidades de otras 160 para contratar conectividad con la empresa vallisoletana. Israel Pérez, director comercial de Datacity, explica en qué consiste.

—¿Qué es una solución de multisede?

—Consiste en interconectar las sedes de una empresa en materia de voz y datos, optimizando el rendimiento de sus comunicaciones. Estudiando la compra por volumen del total de sedes, rediseñando bien las comunicaciones y el rendimiento de las mismas, el ahorro puede llegar a un 30% en la factura anual de voz y datos, y siempre con un servicio de mayor calidad.

—¿Qué empresas solicitan este servicio?

—Son empresas que tienen un perfil medio-alto. Hay pymes que, por su actividad económica, sí que están repartidas por todo el territorio nacional pero, por lo general, son empresas fuertes que necesitan poseer unas comunicaciones importantes.

—¿Qué estudio se hace a las empresas que solicitan la solución multisede?

—Lo primero que hacemos es estudiar la actividad de la empresa y sus necesidades. A partir de ahí buscamos la solución. Se suele tomar como referencia la sede central y estudiar lo que necesita cada una de las delegaciones. Desde la sede central se proyectan túneles IP hacia el resto de sedes.

—¿Tienen todas las empresas las mismas necesidades?

—No. El estudio se hace individualizado a cada empresa porque habrá sedes que necesiten un 2 megas simétrico y otras un 10 megas o hasta 100 megas.

co y otras un 10 megas o hasta 100 megas.

—¿Qué quiere decir que son megas simétricos?

—Se trata de líneas de calidad que tienen la misma capacidad de subida y de bajada.

—¿Por qué supone este servicio un ahorro para las empresas?

—Primeramente porque gracias a los acuerdos comerciales que tenemos con los más importantes operadores, somos capaces de llegar al 95% del territorio nacional. Alquilamos circuitos y utilizamos nuestro poder de compra: Si usted va a comprar uno y nosotros 100, lo conseguiremos más barato que usted, seguro. Además, priorizamos siempre la voz como servicio dentro del circuito, así optimizamos el precio y el rendimiento de dicho circuito. Si el cliente está pagando 10 por el circuito y 10 por la voz, a lo mejor con 15, potencia todas las comunicaciones y lo tiene solucionado.

Más ventajas

—¿Cómo puede Datacity asegurar conectividad sin cortes de servicio?

—En Castilla y León, tenemos infraestructura propia, a nivel nacional, alquilamos circuitos a otros operadores. Cada uno de nuestros nodos de comunicación tiene hasta tres salidas redundadas con diferentes operadores. Así, si por ejemplo, se cae uno de nuestros proveedores por un fallo en el servicio, nuestra infraestructura detecta ese corte y levanta el segundo enlace y así sucesivamente.

—¿Es rápido el restablecimiento de la conexión?

—Sí, así el cliente que está en ese momento realizando una llamada y se le corta, marca de nuevo y vuelve a tener línea. Datacity tiene monitorizada la infraestructura y nuestros equipos detectan de forma inmediata cualquier corte de servicio.

Aunque seamos una empresa pequeña nos dedicamos a empresas grandes, por eso nuestras comunicaciones no pueden fallar. A otros grandes operadores se les permite un fallo, a nosotros no.

—¿Qué más beneficios obtiene el empresario con Datacity?

—El tiempo que se ahorra en las gestiones administrativas. Si usted solicita datos a un servidor que está en Madrid y tarda 5 minutos en descargarlos, porque hay más gente utilizando el servicio, está perdiendo tiempo. Pero si consigue descargarse los datos en 15 segundos, el trabajador rentabiliza más sus 8 horas de trabajo por 365 días, eso se traduce en un gran ahorro.



Videoreportaje en
www.e-volucion.es

ISRAEL PÉREZ.
EN LA OFICINA
DE DATACITY, EN VALLADOLID.

Abra La Nevera Roja para saber qué comer hoy

Por J. A. P.

4.000 restaurantes de toda España, 200 en Castilla y León, ofrecen sus productos en este portal web

Encuentra todos los restaurantes de comida a domicilio y para llevar de tu zona, y pide online o por teléfono
Más de 4000 restaurantes en España

¿Cuál es tu ubicación?
Calle, número, localidad

¿Qué quieres pedir?

Variedad de comida a domicilio y para llevar

Filtra tus resultados

Tipo de servicio

- ☒ Cualquier tipo
- ☐ Recogida en restaurante (8)
- ☐ Servicio a domicilio (15)

Tipo de comida

- ☒ Cualquier tipo
- ☐ Americana y hamburguesas (3)
- ☐ Bebidas y más... (0)

6 Restaurantes para pedir online comida a domicilio

Restaurante	Comida	Ubicación	Calificación
Italiano Pizzería Doner K...	Pizza y más...	Calle de Gregorio Fernández 2, V...	★★★★★ (8)
Kebabhot	Kebab y más...	Calle de San Blas 14, Valladolid	★★★★★ (42)

Modelo de negocio:

Esta web gestiona en su plataforma los pedidos de comida 'on-line'. La entidad gana

un porcentaje de las ventas que logra el restaurante mientras que el establecimiento consigue visibilidad en la Red.

Sábado, primera hora de la tarde. El sofá parece tener un imán y usted es de hierro. De un pesado y duro hierro que de una extraña manera le pega a su asiento, pero el hambre comienza a asomarse. Sabe que con un pequeño esfuerzo esa atracción magnética puede ser superada pero está con su portátil sobre las piernas e incluso el teléfono parece estar demasiado lejos. No le apetece cocinar, pero tampoco descolgar el auricular para llamar a algún restaurante para que le traigan la comida. Tal vez no es culpa del imán y todo lo que le acabo de contar es una versión literaria de un día de asueto, pero dé por seguro que en ese momento la solución estará en La Nevera Roja. Este portal de Internet aglutina más de 4.000 restaurantes de toda España en los que se puede pedir comida a domicilio. De este gran volumen de establecimientos adheridos Castilla y León cuenta con más de 200, y en una cuarta parte de ellos ya se pueden realizar los pedidos 'on-line'. A nivel nacional la cifra total se sitúa en unos 1.100, aun-

que la intención de la empresa es la de aumentar el ratio, puesto que ahí reside la diferenciación en el mercado que ellos pueden ofrecer. Para animar a las entidades a que habiliten la compra por Internet y a los clientes a que la lleven a cabo, La Nevera Roja presenta ventajas en este formato, «se puede pagar con tarjeta de crédito y se abre la posibilidad de acceder a ofertas exclusivas para la Red», según los responsables de esta original idea.

Sus cifras en Castilla y León

En cuanto a la comunidad castellana y leonesa, Valladolid presenta una de las tasas más altas de pedidos por habitante, «a nivel de ciudades de mayor tamaño como Madrid o Barcelona». Precisamente, la capital de España es la que aglutina los mayores volúmenes de negocio de este portal y es que, en Madrid se producen el 40% de los pedidos que cosechan y 1.250 de sus restaurantes agregados se ubican allí. La idea de crear esta empresa nació a finales de 2009, cuando sus fun-

dadores trabajaban en la salida a bolsa de un líder mundial en el envío de pizzas a domicilio, y se lanzó dos años después. «En ese momento vimos que en España quedaba mucho por hacer en el canal 'on-line' de la comida a domicilio. Nos ilusionó tanto la idea de estar presentes en el nacimiento de un nuevo canal de venta que no hemos podido parar de pensar en ello desde entonces».

El funcionamiento de La Nevera Roja es simple. De una parte, la empresa de comida se afilia al programa de este portal web, que a su vez gana un porcentaje de cada uno de los pedidos que se gestionan desde su plataforma. De otra, el cliente accede a www.laneveraroja.com y, con solo facilitar la dirección a la que quiere que le llegue la comida, se le muestran todas las posibilidades al alcance de su estómago. Unos clics, pocos minutos de espera y ¡eh voilà! La comida está en casa y, ahora sí, es inevitable levantarse, al menos para abrir la puerta al repartidor, pero el olor a rica comida tras la puerta será un buen acicate. Bon appétit.

CITA, con la educación y la tecnología

Este centro radicado en la localidad salmantina de Peñaranda de Bracamonte forma 'on-line' y de manera presencial a miles de alumnos cada año

Por J. A. P. Foto: Fran Jiménez

«Es complicado conocer todo lo que hacemos». Esta frase, repetida varias veces por el director del CITA de Peñaranda de Bracamonte durante nuestra visita a sus instalaciones, da una idea de la magnitud de temas que abarca este Centro Internacional de Tecnologías Avanzadas dependiente de la Fundación Germán Sánchez Ruipérez. Este lugar se instauró hace ya seis años en la ciudad salmantina y desde entonces se dedica a «difundir un uso avanzado de Internet en todos los sectores y para todos los ciudadanos y todas las personas», como afirma su máximo representante, Joaquín Pinto.

Son las 11 de la mañana y el centro, un bello edificio situado en una de las calles principales de la localidad peñarandina; ya se encuentra a pleno funcionamiento. Fuera luce el sol, pero realmente la actividad está floreciendo dentro. Algunas personas consultan la prensa del día en un hall habilitado a la izquierda de la puerta de entrada. En el aula de libre acceso a Internet, situada en la misma planta, otros usuarios del centro se afanan en buscar en

la Red lo que más les interesa. Mientras, un grupo de personas mayores aprende en una sala de la segunda planta a utilizar los equipos informáticos y, en otra zona del edificio, varios integrantes de Acopedis, una organización sin ánimo de lucro formada por padres de personas con discapacidad intelectual, conoce de la mano de su monitor Enrique González los secretos de la utilización del programa Excel, de Microsoft.

Y es que, las actividades del CITA son muy variadas y abarcan a todos los sectores de la sociedad. Sin ir más lejos, en el año 2011 llegaron a completar un total de 175 de ellas. Según María González, coordinadora de Formación Presencial de la entidad, su objetivo es en todo momento «que los ciudadanos descubran el potencial que tiene la tecnología para su uso diario, para facilitarles la vida». El centro cuenta con una importante respuesta a sus pro-

puestas formativas. De hecho, más de 230 alumnos se aprovechan de la formación ofrecida por él en cuanto a la utilización de las tecnologías y otros 150 están inscritos en los cursos de inglés que se imparten aquí. La enseñanza de este idioma como segunda lengua es fundamental en los objetivos del centro, su coordinadora de Formación Presencial afirma en este sentido que «la tecnología y el uso del inglés van muy de la mano, porque entre otras cosas la información más relevante de la Red siempre la encontramos en este idioma. Parte de nuestra actividad formativa está destinada a enseñar el uso del inglés».

Además, como complemento a estos casi 400 alumnos presenciales, el portal web de la entidad cuenta con 10.000 usuarios diarios, y una suma de cuatro millones de usuarios anuales en su versión 'on-line'. Uno de sus proyectos estrella en la Red es sin duda la Biblioteca Escolar Digital. En ella sus 8.000 socios pueden acceder a una gran cantidad de documentos educativos destinados a la formación regulada y separados en tres categorías: Educación Infantil, Educación Primaria y ESO, Bachillerato y Profesores.



JOAQUÍN PRIETO, CARLOS VICENTE Y MARÍA GONZÁLEZ
DIRECTOR GENERAL, RESPONSABLE DE COMUNICACIÓN
Y COORDINADORA DE FORMACIÓN PRESENCIAL DEL CITA



Además, el CITA tiene suscritos varios convenios de espacios de formación 'on-line' con la Universidad de Salamanca, la Universidad Europea Miguel de Cervantes de Valladolid o la Universidad Carlos III de Madrid. A lo largo de todo el año tienen en el mundo de Internet un total de 9.000 alumnos que realizan algunos de los cursos impartidos por ellos y que tienen duración variable, desde los más cortos, de 40 horas, hasta los que abarcan todo un año académico.

Pero, mientras conocemos todos los rincones que posee la entidad, la actividad no cesa en ella puesto que en este lapso de tiempo han llegado varios alumnos de un colegio peñarandino para utilizar las instalaciones y sus equipos en el desarrollo de una unidad didáctica sobre las características del otoño. Los más pequeños, de 3 años, pintan las hojas de los árboles y los colores del campo sobre una pizarra digital. Los de 5 años, en el aula de al lado, dibujan sobre la pantalla táctil de un ordenador de sobremesa. Mientras, los niños de 4 años aprenden gracias al uso de tabletas digitales.

Formación para el profesorado

A la vez que los más pequeños se forman en su actividad curricular normal utilizando las instalaciones del Centro Internacional, a unos pocos metros de distancia una profesora, que forma parte del programa Abriendo ventanas digitales, conoce el uso de las herramientas tecnológicas que le pueden servir para ejercer su labor didáctica. Este tipo de formación consta en un catálogo que el CITA presenta con periodicidad anual a los profesores interesados, aunque esta no es una lista de opciones cerrada puesto que el centro está dispuesto a recibir peticiones de los propios profesores con demandas de formación que ellos crean necesaria. Si el centro lo considera viable esos conocimientos también se incorporan a la oferta. Los docentes aprenden el uso de los dispositivos pero también cómo pueden utilizarlos para su labor de enseñanza. En él han participado ya cerca de 400 profesores durante los seis años de vida del centro.



Videoreportaje en
www.e-volucion.es

«Lo que
queremos es
generar
conocimiento
y difundirlo»

El Centro Internacional de Tecnologías Avanzadas abrió sus puertas al público en octubre del año 2006, aunque «ya se estaba trabajando tiempo antes en el edificio para dotarlo de contenido y que cuando se abriese la gente ya pudiese disponer de formación y cosas que utilizar», afirma



Carlos Vicente, responsable de Comunicación en la entidad. Su germen está en otra de las experiencias de la Fundación Germán Sánchez Ruipérez, el Centro de Desarrollo Sociocultural que se inauguró en Peñaranda de Bracamonte en el año 1989. «Era un centro cultural al uso en aquel momento», según el director del CITA. Tanto él como la coordinadora de Formación Presencial formaban parte del equipo de este centro con sala de exposiciones, teatro, aula cultural y una biblioteca que en palabras de Joaquín Pinto «dio un giro copernicano a la realidad de la lectura y la realidad bibliotecaria españolas». En el mismo sentido de este giro, los responsables del centro incluyeron el uso de tecnologías para la lectura y el acceso a la información y se dieron cuenta de que el ciudadano integraba muy bien las nuevas tecnologías dentro de sus espacios de ocio, productivos y de lectura informativa y de divertimento. Este fue el nacimiento del proyecto que terminó convirtiéndose en el actual CITA. En cuanto los objetivos a largo plazo, su director lo tiene muy claro, «lo que queremos hacer es generar conocimiento y difundirlo» y añade, «es nuestro objetivo ahora y me atrevería a decir que lo va a ser siempre».

Un edificio singular:

El CITA se ubica en una bella y moderna construcción, obra de los arquitectos Álvaro Siza y Juan Miguel Hernández León.

El CITA en datos

9.000 alumnos disfrutaron en Internet de los cursos que ofrece este proyecto de la Fundación Germán Sánchez Ruipérez.

Casi 400 personas participan en los cursos presenciales. 230 se forman en la utilización de la tecnología y 150 aprenden inglés.

400 profesores han recibido a lo largo de seis años formación dedicada específicamente a las posibilidades de la tecnología para desarrollar su labor docente.

No importa dónde te encuentres,
tu negocio irá contigo.

FacturaPro es la solución de **facturación en la nube** más completa de Internet.

Sin instalaciones y sin preocupaciones técnicas,
simplemente **entrar y usar.**

Entra en **www.anfix.com/facturapro**
y haz una prueba completamente **gratis.**



Proyecto URThere de Telefónica Digital

Inspiración virtual para la alta cocina

Telefónica y elBulli Foundation han creado una aplicación con el dispositivo Kinect que impulsa la creatividad culinaria

Por Rebeca Alonso **Foto:** Fran Jiménez

Levantar un brazo, dar un pequeño paso hacia adelante o mover una mano son pequeños gestos que, sin esfuerzo, ahora pueden ser el instrumento para elaborar una original y exclusiva receta de cocina. Sin fogones, sin pringosas manchas de comida en las manos y el delantal ni malgastar ingredientes. Una aplicación creada por Telefónica con la colaboración de elBulli Foundation con tecnología Kinect de Microsoft permite experimentar cómodamente con recetas y alimentos de alta cocina. Nunca la creatividad culinaria tuvo tantas facilidades. El objetivo es escoger ingredientes de gran calidad y mezclarlos con otros a través de sensores que reconocen el movimiento del cuerpo y la voz para encontrar de esta forma la mejor combinación de sabores.

Es cierto que hoy en día ya existen varias aplicaciones que guían a los usuarios a la hora de cocinar, pero el proyecto URThere de Telefónica va mucho más allá. «Esas aplicaciones solo te permiten seguir la receta paso a paso, nosotros le añadimos un valor creativo y visual» defiende Alberto de Vega, responsable del proyecto.

Otro de sus puntos fuertes es la eliminación de los límites propios de la cocina. «Si haces esto con una tableta acabaría manchada de comida, sería un desastre. Por eso pensamos que lo mejor era controlarlo a distancia», explica. Además, su funcionamiento es muy intuitivo, parecido al de las videoconsolas de última generación y 'smartphones', nada que no conozcamos ya.

Control mediante gestos y voz

Al acceder a la aplicación, el dispositivo Kinect de Microsoft, como el que tiene la consola Xbox, detecta a la persona que se pone delante con su esqueleto y así puede interpretar sus gestos. Una rueda de selección permite escoger los menús simplemente levantando la mano izquierda o derecha para girar a un lado u otro. Así surge una serie de carruseles de ingredientes y técnicas que se recorren con un movimiento de la mano. La aplicación resalta los ingredientes más populares que más se han usado y también los más creativos, es decir, sugerencias en base a lo que hayamos seleccionado gracias a una labor de etiquetado. Para elegir cualquier opción basta con dar un paso hacia adelante. Al final se consigue la receta con todos los pasos y el aspecto visual final para poder llevarlo a la práctica. Tan sencillo como el propio movimiento de nuestro cuerpo.

Pero la aplicación no solo se controla con gestos, sino que también puede recibir órdenes a través de la voz. El propio Ferrán Adrià mostró un gran interés especialmente por esta opción cuando le mostraron el funcionamiento de esta iniciativa tecnológica hace unos meses.

El

proyecto nació en septiembre de 2011 y durante tres meses un grupo de trabajo de Telefónica Digital en Boecillo (Valladolid) colaboró con un equipo de experiencia de usuario de Barcelona y expertos en reconocimiento de voz en Madrid para aplicar la tecnología Kinect de Microsoft a los ingredientes de elBulli Foundation.

Para crear la aplicación, Telefónica Digital ha mantenido una estrecha colaboración con elBulli Foundation, una relación que se extiende a varios proyectos de investigación tecnológica. En este caso, elBulli Foundation facilitó cuidadas imágenes de todos los ingredientes para que la parte visual de la aplicación fuera lo más atractiva posible.

La idea surgió al pensar cómo el dispositivo Kinect de Microsoft podría usarse en las sesiones de ideación que tendrán lugar en el nuevo centro de investigación de Ferrán Adrià y su equipo. En estas sesiones se crean los nuevos platos de elBulli Foundation y los participantes necesitan ver los diferentes ingredientes, tecnologías y técnicas que elBulli ha ido creando a lo largo de los años para encontrar inspiración para sus nuevas creaciones.

Así, a lo largo del proyecto, se fue probando diferentes formas de mostrar la información en pantalla, distintos gestos con los que interactuar con la información, varias maneras de acceder mediante voz a sugerencias de ingredientes o técnicas para añadir color o textura a los ingredientes... siempre contrastando los resultados de estas pruebas con los potenciales usuarios de la aplicación en elBulli Foundation. El resultado es una aplicación que no solo muestra gran parte del valioso catálogo de productos, técnicas, tecnologías y procesos desarrollados por Ferrán Adrià a través de los años con fotos de alta definición, sino que abre una puerta a la experimentación y elaboración de nuevos platos. Toda una inspiración tecnológica para nuevas e imaginativas creaciones culinarias.

El futuro de este proyecto aún no está escrito. Podría ser un instrumento de elBulli Foundation cuando abra sus puertas en 2014 o incluso aplicarse al uso doméstico dependiendo de la evolución de estos dispositivos. Lo que está claro es que las nuevas tecnologías han demostrado ser un auténtico aliado en la búsqueda de la receta perfecta y la excelencia gastronómica.



ALBERTO DE VEGA
RESPONSABLE DEL PROYECTO



Video reportaje en
www.e-volucion.es

Con el 'Scratch' sí se juega

Un programa de la Universidad de Valladolid enseña a los más pequeños a desarrollar sus propias ideas a través de este lenguaje de programación informática

Por J. A. P. Fotos: Antonio Tanarro

Las nuevas generaciones son nativos digitales, eso está claro. Los niños ya no llegan con un pan debajo del brazo, tampoco con un ordenador, pero el día a día, la interacción con los dispositivos de sus padres y una educación que cada vez más temprano les acerca a los equipos informáticos, hace que estos estén predispuestos a conocer cómo funcionan y a manejar, mejor y más rápido que sus progenitores, todos los elementos de la tecnología a su alcance.

Pero acecha el peligro de que los más pequeños tan solo consuman este tipo de soportes, como el que se sienta delante de la televisión para ver de forma pasiva los contenidos que esta le va proporcionando. Desde la Universidad de Valladolid quieren que este concepto de la 'caja tonta' no se extienda a las pantallas de los terminales informáticos, sino que gracias al 'Scratch' buscan que los niños sean activos en el uso de contenidos digitales. Que los consuman, sí, pero que también los generen.

¿Qué es el 'Scratch'?

Aunque suene complicado, y para muchos completamente desconocido, se trata de un lenguaje de programación informática dirigido a niños. Con él, los pequeños pueden decirle al ordenador lo que ellos quieren que haga y lo hacen gracias a la posibilidad de crear sus propios videojuegos, contar sus historias más personales o realizar el diseño de los dibujos que más le gusten, «tres sabores que cubren los intereses de los niños», como afirma Blanca Palop, profesora del Departamento de Informáti-

ca de la Universidad de Valladolid e impulsora de los 'Scratch Days' que la entidad vallisoletana está desarrollando durante los últimos meses en los diferentes campus que posee en Valladolid, Palencia y Segovia.

El 'Scratch' se creó en el Instituto Tecnológico de Massachusetts, MIT, siguiendo la estela de un lenguaje anterior denominado 'Logo', que apareció a finales de los años 60 del siglo pasado y se desarrolló durante los 70.

Con la mejora de las interfaces de los programas, en las que actualmente se ha logrado que todo sea mucho más visual, el MIT llevó más lejos este proyecto y creó el lenguaje denominado 'Scratch', con «un diseño en el que se

simula un puzzle que los niños van construyendo».

Este lenguaje de programación y las actividades que se pueden realizar con él están dedicados a niños de entre 8 y 16 años aunque el pico de uso se sitúa alrededor de los 12, según las estadísticas obtenidas por el MIT en Estados Unidos. Aunque, como afirma Blanca Palop, «lo de las edades es muy relativo porque hay niños de 8 años que tienen una intuición matemática que tal vez les hubiera permitido empezar a los 7. También, los 16 años puede ser demasiado porque a partir de los 14 ya hay otros lenguajes de programación más apropiados, más complicados y con muchas más posibilidades». Además, afirma la profesora, «lo fundamental es la automotivación, y alargar su uso hasta una edad más tardía puede hacer que los chicos pierdan el interés por él». Para fomentar el



UNA NIÑA APRENDE 'SCRATCH' EN SEGOVIA JUNTO AL ADULTO QUE LE ACOMPAÑA

conocimiento que los padres o la gente más cercana a los alumnos tienen de lo que estos hacen es obligatorio apuntarse un adulto por cada niño, y viceversa.

Lego WeDo, la aplicación práctica

Estas jornadas formativas se celebran durante la mañana de los sábados, desde las nueve de la hasta las dos de la tarde. Durante la primera mitad tienen lugar tres talleres diferenciados. En uno de ellos los más pequeños, o quienes no conocen el lenguaje, prueban las posibilidades que éste les ofrece. A su vez, en otra sala, los adultos reciben formación sobre lo que es el 'Scratch', de una manera más formal.

Mientras trabajan estos dos grupos, los más avanzados, o que ya saben programar, se dedican a utilizar los Lego WeDo. Estos pequeños robots se conectan al ordenador mediante una conexión 'usb' y son sus movimientos ejecutan las órdenes que los alumnos han programado en el ordenador. Se trata de una «aplicación práctica que les gusta porque de alguna manera pueden tocar lo que han programado», afirma la profesora Palop.

Por último, y como complemento a toda esta formación, en una sala situada aparte, 20 ordenadores con el programa funcionando están a disposición de todos para que puedan desarrollar sus proyectos y de una manera colaborativa y gracias a los monitores se ayudan y conozcan, creando de esta manera «una comunidad de 'scratchers' para así reforzar el carácter social de estos encuentros». En la segunda parte de la mañana, niños y adultos juntos desarrollarán sus ideas a través del ordenador.

Las empresas empiezan ya a interesarse por estas iniciativas porque consideran que puede ser una buena manera de fomentar las vocaciones y esto «es algo bueno para todos», reflexiona Palop.



Trabajo colaborativo:

Una de las partes más importantes de los 'Días del Scratch' es el momento en el que adultos y niños se

sientan frente al ordenador para programar sus ideas y más tarde presentar al resto de participantes sus proyectos y sus resultados.



Formación en Informática

Antonio Ferreras

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

Estudiar una carrera universitaria relacionada con las TIC (Tecnologías de la Información y las Comunicaciones) sigue siendo una buena inversión para los estudiantes. Disponer de un título de Informática o Telecomunicaciones quizás no garantice un puesto de trabajo, pero lo facilita bastante. Y no es de extrañar; nuestro mundo está cambiando a velocidad de vértigo; Internet, las comunicaciones, la tecnología invade todos y cada uno de los aspectos de nuestra vida: la manera de producir, de vender, de relacionarnos con nuestros clientes. Y las empresas e instituciones necesitan adaptarse rápidamente a este cambio frenético, y ello solo se puede hacer con conocimiento, con profesionales cualificados. Es una trivialidad decir que son profesiones de futuro, de mucho futuro.

Si ahora lo comparamos con las carreras que eligen nuestros jóvenes vemos que hay algo que no cuadra. De los cuatro grados relacionados con las Telecomunicaciones que imparte nuestra Universidad de Valladolid, tres tienen una nota de corte de 5, y solo en una se exige un mísero 5,8. En Informática estamos un poco mejor, con unas notas de corte en torno al 6. Contrasta ello con el flamante 9,1 que se exige en Arquitectura para su acceso (y yo creía que esto de la construcción no estaba en su mejor momento). En Ciencias de la Educación (magisterio para los más talluditos) se ofrecen 440 plazas en Valladolid, 240 en Palencia, 160 en Soria, 200 en Segovia y, en fin, otras 200 en la adscrita Fray Luis de León. Las 80 plazas para los dos Grados en Informática que se ofrecen se me antojan un poco pobres, menos que las 100 que ofrece el Grado en Periodismo y una nota de corte de 7,1. ¿De dónde viene este desajuste? De una parte parece obvia la responsabilidad de la propia Universidad. Aún sabiendo que tiene una organización muy peculiar y que es arrastrada por el peso de la tradición, se le debe exigir una mayor proactividad y agilidad en el ajuste de sus plazas a las necesidades de futuro.

Pero además es necesario hablar claro a los estudiantes; deben saber cuáles son las expectativas de trabajo de cada uno de los grados de los que se ofertan en la Universidad. No se puede dejar solo a los colegios e institutos la organización de las charlas de orientación profesional que, con muy buena intención, organizan entre sus alumnos bachilleres, 'tirando' de los propios padres para dar las conferencias. No parece la forma más profesional de hacer las cosas.

Debemos luchar también contra los estereotipos que transmite la sociedad respecto las carreras técnicas; la imagen del informático introvertido, aislado en su mundo y con poco éxito social forma parte del subconsciente colectivo. La realidad, afortunadamente, es muy diferente. Y es una buena idea fomentar la afición a estas tecnologías entre los más jóvenes. El conocimiento es el mejor remedio para evitar el miedo; la programación es una ciencia que no es más complicada que las otras y está llena de satisfacciones. Los niños pueden iniciarse con lenguajes de programación diseñados para ellos; y siempre entenderán mejor el mundo tan tecnológico que les ha tocado vivir.

Miguel Ángel Morcuende, new media director de Atos

«Las cadenas de televisión tienen que vincular su estrategia a lo digital»

Ingeniero de Telecomunicaciones y periodista, Miguel Ángel Morcuende cree que es el momento de apostar por la innovación «como receta para salir de la crisis»

Por Liliana Martínez Colodrón



MIGUEL ÁNGEL MORCUENDE

Gurú en nuevos medios y entrenamiento, estrategia de negocios digitales y experto en liderazgo. Así se presenta Miguel Ángel Morcuende en su perfil de LinkedIn, red profesional que centró su intervención como ponente en el II Encuentro profesional e-volución. Con más de 15 años de experiencia en proyectos relacionados con Internet, Morcuende es ingeniero de Telecomunicaciones y licenciado en Periodismo. Sus inicios profesionales están enraizados en Televisión Española, empresa en la que fue director de Tecnología en 2001 y subdirector de Internet en 2004. Desde 2011 es new media director en Atos.

–**Como especialista en el mundo multimedia, ¿cómo ve el futuro de las televisiones?**

–En general, a todo el mundo le gusta que le cuenten historias. Además, el audiovisual es un elemento de comunicación muy barato y muy fácil. Por ejemplo, en España se batió en 2011 el récord de consumo televisivo. Algo así como 239 minutos por ciudadano. Esas más de cuatro horas al día se empiezan a compartir con otros dispositivos, como tabletas o 'smartphones'. Ahora, parte de la estrategia audiovisual debe unir el antiguo 'prime time' con otras ventanas de consumo en otras horas y en otros dispositivos. Por lo tanto, las cadenas de televisión han de vincular su estrategia a la estrategia digital.

–**Usted puso en marcha la web de RTVE, muy a la vanguardia en cuanto a visualización y archivo de vídeos. ¿En qué pilares se apoya esta excelencia?**

–Aquí hay un factor clave que es cuando dejas de pensar que la televisión es una cosa e Internet es otra y lo veo como un todo. Se ha apostado por el canal en Internet como un añadido más al canal tradicional.

–También ha asesorado a varios medios y grupos de comunicación, en un sector en el que el modelo de negocio está aún por definir. Por dónde cree que van los tiros.

–Actualmente se produce un efecto espejismo. Por un lado se ve más que nunca la televisión, y se consume más información y noticias, pero por otro lado los ingresos publicitarios disminuyen a pasos agigantados. Por lo tanto, todos los medios han de afrontar una estrategia digital como parte de la estrategia corporativa.

–**En su ponencia habló de LinkedIn como una herramienta profesional imprescindible para el empresario. ¿Por qué esta y no otra?**

–Por varios motivos. Me pregunto dónde está la gente que me puede ayudar y la respuesta es que en LinkedIn, porque es un Gran CNI de negocio: Gente (de negocios) conectando con gente (de negocios). Además, LinkedIn sirve

como herramienta para estar en contacto con otros profesionales; para saber de alguien antes de acudir a una reunión; para conocer qué está haciendo una empresa cualquiera (más allá del aburrido informe anual); para ponerte en contacto con otros profesionales...

–**Leo en su perfil de LinkedIn: Experto en liderazgo, experto en automotivación y gurú digital. ¿Estos conocimientos cómo se adquieren?**

–Todo esto se consigue leyendo mucho, investigando mucho, mirando las tendencias y teniendo un criterio propio. En cuanto a liderazgo, no solo con la lectura, sino con el convencimiento de que es necesario en la vida tener claro un objetivo y unos valores... Y aplicarlos; porque de mediocres estamos rodeados y de conformistas también, soy un convencido de que España y los españoles tenemos mucho que decir, mucho talento y mucho que aportar, y eso sin liderazgo y sin tener las ideas claras es ímprobo.

«Hay que tener claros unos objetivos y valores y aplicarlos. Estamos rodeados de mediocres y conformistas»



Videoreportaje y entrevista completa en www.e-volucion.es

Borja Adsuara, director general de Red.es

«El comercio electrónico puede ser el salvavidas de muchas empresas»

«I-nternauta, p-rofesor, a-sesor y d-irector general de Red.es. Soy como un iPad», se define. Defiende que «estar en Internet es una condición de existencia»

Fotos: Gabriel Villamil

Dirige desde enero la institución encargada de impulsar el desarrollo de la Sociedad Digital en España. Borja Adsuara, director general de Red.es (entidad pública perteneciente al Ministerio de Industria, Energía y Turismo) es licenciado en Derecho y Máster en Propiedad Intelectual, y durante su carrera profesional ha trabajado en diversos puestos relacionados con la Administración General del Estado, la docencia, la cultura, la sociedad de la información y la consultoría estratégica. Su interés por la tecnología y la comunicación va más allá. Muy activo en Twitter, reconoce que siempre ha sido «muy forero», para su ponencia en el II Encuentro profesional e-volución eligió como tema 'Los nuevos profesionales de la economía digital'.

–Usted fue responsable de elaborar el primer marco regulatorio de Internet en España. ¿Esto es como vulgarmente se dice ‘poner puertas al campo’?

–Al revés. Se trata de impulsar la sociedad de la información en España. Y el marco regulatorio, aunque algunos lo contemplan como intentar limitar Internet, pretendía crear la seguridad jurídica para que se desarrollase Internet. No puede haber comercio si no hay una ley de comercio electrónico.

Todo el mundo tiene que saber que si pasa algo alguien responde.

–Las empresas TIC han afeado en alguna ocasión a las administraciones que no se las tenga demasiado en cuenta...

–Es verdad que a veces las administraciones, sin mala voluntad, intentan desarrollar planes sin haber hablado con todo el mundo. Desde Red.es hablamos con todos porque no nos consideramos los más listos de la clase sino que tenemos que trabajar de acuerdo con el sector y hablando mucho con las administraciones públicas. Nuestro papel es hacer de pegamento entre las administraciones y el sector privado.

–Muchas empresas llegan con dificultad a final de mes, ¿cómo se les puede pedir que inviertan en innovación?

–Si no invierten, simplemente desaparecerán. No es una ventaja competitiva estar en Internet, sino que es una condición de existencia. Ahora que las empresas que están con el agua al cuello, el comercio electrónico puede ser un salvavidas digital.

–¿En qué nivel se encuentra España en lo que se refiere a administración electrónica?

–España está en el grupo de cabeza de administración electrónica. Y no lo digo yo, lo dice la ONU que le acaba de dar un premio a España reconociendo todos los esfuerzos y todos los procedimientos de administración electrónica que están disponibles para los ciudadanos. Otra cosa distinta, y no hay que ser autocomplaciente, es el uso que hacen los ciudadanos, porque los procedimientos

están disponibles pero no se usan tanto como nos gustaría. Lo importante es que estuvieran disponibles, y luego ir fomentando el uso y

que los ciudadanos vayan percibiendo las ventajas de utilizar la administración electrónica.

–¿Cuáles son los más comunes?

–Muchos. Algunos están tan interiorizados que ya ni se habla de ellos, como son todos los trámites con la Seguridad Social. También determinados impuestos solo se pueden tramitar en Internet o las peticiones para solicitar ayudas.



BORJA ADSUARA



Videoreportaje y entrevista completa en www.e-volucion.es

Con el alzheimer en el punto de mira

Por J. A. P. Foto: Ricardo Otazo

La biotecnológica Biocross desarrolla en el Parque Tecnológico de Boecillo una prueba que detecta esta enfermedad a través de una muestra de sangre

CARLO ZANOTTI
DIRECTOR GENERAL DE
BIOCROSS

El alzheimer es uno de los enemigos

de la sociedad actual. El feliz alargamiento de la esperanza de vida que hoy en día, por ejemplo en España, se sitúa más allá de los 81 años de edad, ha traído consigo también el desarrollo, o la mayor incidencia en las personas, de enfermedades degenerativas que afectan a las capacidades que posee el cerebro para mantener sus aptitudes psicomotrices a pleno rendimiento.

Sin duda, la enfermedad de Alzheimer es un caballo de batalla difícil con el que los pacientes y también la comunidad científica luchan en muchos frentes. La investigación abarca todas las posibilidades desde las que se considera que se puede atacar el problema. Por un lado, se presenta la necesidad de desarrollar nuevos fármacos que, desde dentro, atajen los síntomas y curen la enfermedad, en el sentido más clásico de la medicina. Por otro, la detección y el diagnóstico precoz en los pacientes permitirá que estos sean tratados desde unos estadios de la enfermedad mucho anteriores a los actuales y de este modo prevenir, o al menos paliar, la actual forma en que el alzheimer afecta a las personas que contraen esta enfermedad. En el primero de los frentes abiertos las medicinas aún no son capaces de curar la enfermedad. En el segundo, los procesos de detección comienzan a hallar nuevas vías como la que se abre con la identificación de marcadores en sangre que avisen de que el paciente es un potencial afectado por esta enfermedad degenerativa.

En este sentido trabaja Biocross, una empresa nacida en el Centro Nacional de Biotecnología ubicado en Madrid y que hace pocos meses se ha trasladado a la Bioincubadora de empresas instalada en el Parque Tecnológico de Boecillo. La entidad, dirigida por Carlo Zanotti, ha logrado identificar en muestras de sangre los marcadores clave que delatan la posibilidad de que el paciente desarrolle este trastorno.

Hacia la detección precoz

Hasta el momento el diagnóstico se lleva a cabo gracias a una completa evaluación clínica realizada por un neurólogo puesto que estos marcadores tan solo eran identificables en el líquido cefalorraquídeo, una muestra difícil de conseguir. Además, esta detección en la forma actual se limita aproximadamente a los últimos 10 años de la enfermedad. Según el director general de Biocross, «hay



Bioincubadora
El Parque Tecnológico de
Boecillo alberga desde

2011 este edificio, propie-
dad de la Junta de Castilla
y León y el CSIC.

un enorme esfuerzo por parte de la industria farmacéutica para desarrollar nuevos medicamentos. En ese momento habrá una demanda de diagnóstico masivo del alzheimer, la gente querrá saber cuanto antes el resultado para comenzar a tratarse lo antes posible».

La entidad entra en una segunda fase tras lograr esta capacidad de identificar en un muestreo sanguíneo los marcadores que indican la posibilidad de sufrir alzheimer. En esta segunda parte, que durará unos dos años, se busca «conseguir una prueba diagnóstica estandarizada y hacer un estudio a nivel europeo para confirmar lo que hemos comprobado en los

centros de España». La detección precoz es clave y, como afirma el propio Zanotti, «parece ser que con los nuevos fármacos, cuanto antes se trate al paciente, mejor va a ser el resultado». Existen varias vías abiertas de investigación en este mismo sentido y lo que real-

mente ocupa a la entidad madrileña es la precisión en el diagnóstico. «Las pruebas que realiza el neurólogo tienen un nivel de precisión de entre el 80 y el 85%. En sangre es difícil de conseguir pero consideramos que en un escenario en el que haya un tratamiento este porcentaje será insuficiente».

¿Por qué en Boecillo?

La bioincubadora de empresas es un proyecto de la Junta de Castilla y León en colaboración con el Centro Superior de Investigaciones Científicas que funciona desde el pasado año. En él se encuentran varios laboratorios compartidos por las empresas que allí trabajan. Los equipos utilizados para el tipo de investigaciones que realizan tienen unos elevadísimos costes y su ciclo de vida es muy corto puesto que las innovaciones son continuas y «en dos años se quedan obsoletos». Para el director general de Biocross estar aquí «presenta grandes ventajas porque esto evita a las pequeñas empresas tener que hacer grandes inversiones en equipamiento. Por lo tanto, el dinero que obtenemos se puede destinar a lo que realmente da valor a la compañía, que es la investigación».



Exoesqueleto

Carlos Ceruelo

Director de Everis en Castilla y León

ceceruelo@gmail.com | @cceruelo

En biología, exoesqueleto es la capa exterior endurecida de algunos animales, como los insectos, que les protege de los peligros del entorno, y les dota de unas extremidades más fuertes y peligrosas. En el mundo tecnológico actual, se denomina así a un esqueleto mecánico externo con el que un ser humano se puede 'vestir', para poder así ampliar las capacidades naturales de nuestro cuerpo. Existen varias compañías especializadas, y hay países como Japón en donde ya se utiliza de forma comercial desde hace unos años. Uno de los productos más avanzados es el HAL-5 de Cyberdyne, que incluso alquilan para necesidades esporádicas.

El exoesqueleto mecánico se compone de unas piernas, un tronco y unos brazos con una estructura similar al esqueleto humano, pero de mayor tamaño, de forma que la persona que lo utiliza es acogida en su interior, estando unidos cada miembro del cuerpo a su homónimo del exoesqueleto. Los materiales de la estructura son muy especiales, livianos pero de gran resistencia. Las articulaciones son avanzados motores que imprimen una gran fuerza al conjunto permitiendo a una persona levantar pesos de hasta 300 kilos sin esfuerzo. La arquitectura del sistema es pieza clave, ya que permite que el punto de apoyo del movimiento, y el peso del propio artefacto, recaigan sobre el suelo y no sobre el cuerpo de la persona. Pero la clave es el sistema de control, un procesador capaz de identificar las intenciones de la persona con gran rapidez, y así acompañar sus movimientos de forma coordinada. Por último, un eficiente sistema de alimentación, que puede ser autónomo basado en los últimos avances en baterías ligeras de gran potencia, o uniendo con un cordón umbilical el dispositivo a una alimentación externa.

Por un lado puede ofrecer protección al cuerpo que está cubriendo, esto es demandado sobre todo en el sector defensa. Dota de una coraza que protege mejor de las agresiones y permite acceder a lugares más peligrosos.

Pero lo más llamativo e innovador surge cuando se emplea para potenciar la fuerza o compensar las carencias de las personas. El uso originario fue en ayuda a discapacitados físicos, que utilizándolo en la parte inferior del cuerpo les permite andar. Posteriormente se desarrollaron sistemas más complejos que permiten aumentar la fuerza y habilidades de cualquier persona, pudiendo realizar de forma sencilla y más segura trabajos duros, como subir pendientes con facilidad o transportar pesadas cargas.

En la ciencia-ficción hemos podido ver artificios similares en películas como Avatar, pero nuevamente podemos comprobar que la ciencia y la tecnología consiguen que la realidad alcance a nuestros sueños. No pasará demasiado tiempo para que veamos estos ingenios siendo utilizados de forma cotidiana. ¿Cuál será la primera empresa castellana y leonesa que incorpore este avance?



Videoreportaje en
www.e-volucion.es

Química en la web

Por J. Z. Fotos: J. Z.

Desde hace tres meses, un grupo de investigación en Ingeniería Química de la Universidad de Valladolid publica con éxito sus contenidos en las redes sociales

En el año 2000 surge en el Departamento de Ingeniería Química de la Universidad de Valladolid un nuevo grupo de investigación dedicado al tratamiento de compuestos orgánicos, volátiles y olores. Su trabajo: el tratamiento biológico de la contaminación atmosférica. Es decir, mejorar y desarrollar procesos biotecnológicos para eliminar contaminantes presentes en emisiones gaseosas. Gracias al esfuerzo de todos los miembros de este equipo, en el 2006 el grupo empieza a crecer de forma exponencial dando a conocer su trabajo al mundo gracias a sus publicaciones en libros y revistas de prestigio.

Donde para muchos esta sería la meta final, para ellos fue solo el comienzo. Hace dos años decidieron que tenían que dar a conocer su trabajo al gran público. Para ello crearon una página web, en la que comenzaron a colgar sus líneas de investigación y, por supuesto, sus múltiples publicaciones científicas. Sin embargo, lo que de partida fue una gran idea al poco tiempo quedó estan-

cada. La rigidez de la estructura de la página, hacía que para un grupo que no está familiarizado con el diseño de sitios web, fuera complicado actualizarlo constantemente y ofrecer contenido de forma periódica. Esta iniciativa había funcionado muy bien dentro de su campo profesional; muchos universitarios e investigadores acudían a ella con el fin de encontrar cierto artículo o pedir ayuda a su grupo, pero no habían alcanzado una difusión global. Necesitaban una idea en la que todo el departamento pudiera colaborar.

La solución: un blog

Guillermo Quijano, doctor en Biotecnología por la Universidad de México, ofreció una salida: un blog. Él ya tenía experiencia previa en el campo de las bitácoras, ya que el mismo poseía una dedicada también a la Ingeniería Química. Esta sugerencia fue aceptada por todo el equipo y pronto comenzaron a trabajar en ella. Decidieron además, que

no solo en publicar estaba la clave, deberían ayudar todos a promover este contenido a la gente mediante las redes sociales. El resultado: en tres meses han conseguido superar las 4.000 visitas, un número muy positivo para un campo como el de la investigación; y la misma cantidad que la web había conseguido en dos años de vida.

A nivel de información, el blog ofrece prácticamente los mismos contenidos que tenía la web, datos sobre el grupo, sus líneas de investigación, poder leer sus artículos, sus publicaciones... Entonces, ¿por qué este éxito en la nueva propuesta? Guillermo Quijano lo tiene claro: «el blog es más rápido, directo e intuitivo, además su integración con las redes sociales es fundamental y la posibilidad de poder medir el número de visitas cada día, ver qué contenidos han funcionado y cuáles no, e incluso saber de qué lugar del mundo proviene cada usuario es de mucha utilidad para el blog. Una bitácora además aporta un apoyo visual que con la web no podíamos crear».

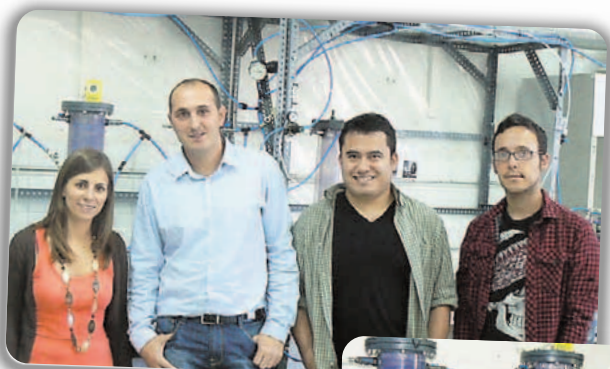
Se refiere a una de las claves de esta iniciativa, la creación por parte del propio grupo de investigación de gráficos, imágenes e incluso vídeos de youtube que complementan la información y ofrecen un valor añadido a aquellos que lo visiten.

Sin embargo, el salto absoluto de visitas lo han visto en el momento en el que han comenzado a difundir sus contenidos mediante las redes sociales (su preferida, Twitter). Cada uno de los miembros del grupo utiliza su perfil profesional de Facebook para publicar los contenidos del blog. Sin embargo la creación de una cuenta de Twitter propia del equipo de investigación y desde la que todos pueden publicar, ha sido uno de los pasos más



Formación e información:

El espacio en Internet del Environmental Technology Group de la UVA ofrece a todos los interesados un gran volumen de datos, tutoriales y recursos.



importantes para que la visibilidad del equipo haya crecido.

Humanizando el equipo

Eso sí, no quieren que Twitter se convierta solo en un mero repetidor de los contenidos que cuelgan en su bitácora. Quieren ofrecer información, por supuesto, pero también mostrar al mundo que detrás de esos estudios y resultados hay un equipo humano. Por ello no tienen ningún problema en que Twitter sea una ventana al mundo para mostrar las nuevas incorporaciones que pueda tener el equipo o para enseñar, mediante una foto, que después de una larga semana de trabajo se merecen un descanso y deciden quedar todos para comer. Crean que ese equilibrio entre lo social y la información, es lo que está haciendo de Twitter una de sus herramientas fundamentales.

Uno de los aspectos que más destaca es la utilización del inglés como idioma tanto en el blog como en las redes sociales. El doctor Raúl Muñoz lo tuvo claro desde el principio. El contenido está dirigido a un mercado internacional, no puede quedarse estancado en las barreras de nuestro país. Además, su equipo de investigación realiza colaboraciones con otros grupos de distinta nacionalidad: australiana, belga, francesa... por lo que ellos son un usuario potencial de su blog. Por si este motivo fuera poco, destaca que incluso dentro del propio equipo la internacionalidad de sus componentes es una de las características fundamentales, con investigadores de nacionalidades tan distintas como México, Brasil o España. Actualmente, gracias a esto, reciben visitas de más de 30 países. Esto encaja a la perfección con uno de sus principales objetivos: entrar en contacto con grupos de investigación de otros lugares del mundo y alentar a los estudiantes a entrar en este complicado campo.

Contentos con el resultado, los miembros del equipo de investigación no piensan quedarse estancados y ya planean nuevas ideas para mejorar el blog, como un perfil profesional en Facebook, o una de las propuestas que en breve comenzarán a desarrollar: la creación de tutoriales y vídeo-consejos que puedan ayudar a otros investigadores y grupos en sus tareas. La química, unida a las nuevas tecnologías y a la imaginación, es un arma que desde este equipo han sabido usar a la perfección y que, por supuesto, van a seguir utilizando.

El blog del investigador:

Gracias a la creación del blog, el grupo formado por Raquel Lebrero, Raúl Muñoz, Guillermo Quijano y José M. Estrada ha hecho llegar la investigación a más de 30 países del mundo

ESTÉS DONDE ESTÉS

Accede a la información cultural de Valladolid
Descárgatela en tu Smartphone



Actividad subvencionada por el:



Colabora:



Un proyecto de:

elnortedecastilla.es

Cómo buscar trabajo en Internet(II)

Por J. Z.

Los conocimientos sobre aplicaciones móviles y sistemas operativos como Android o iOS destacan como los más demandados en la actualidad

Bolsas de empleo, redes sociales, currículos, cartas de presentación... términos que acompañan la vida de aquellas personas que se encuentran buscando trabajo. Miles de páginas y consejos que muchas veces se pierden entre la inmensa cantidad de información que encontramos en la web. Sin ánimo de confundir, queremos ver qué opinan desde el otro lado, qué consejos nos pueden dar los que desarrollan su labor en los temidos departamentos de Recursos Humanos. Beatriz Fernández trabaja en este campo dentro de la consultora TI. Ella explica algunas de las claves que pueden suponer el éxito en un proceso de selección.

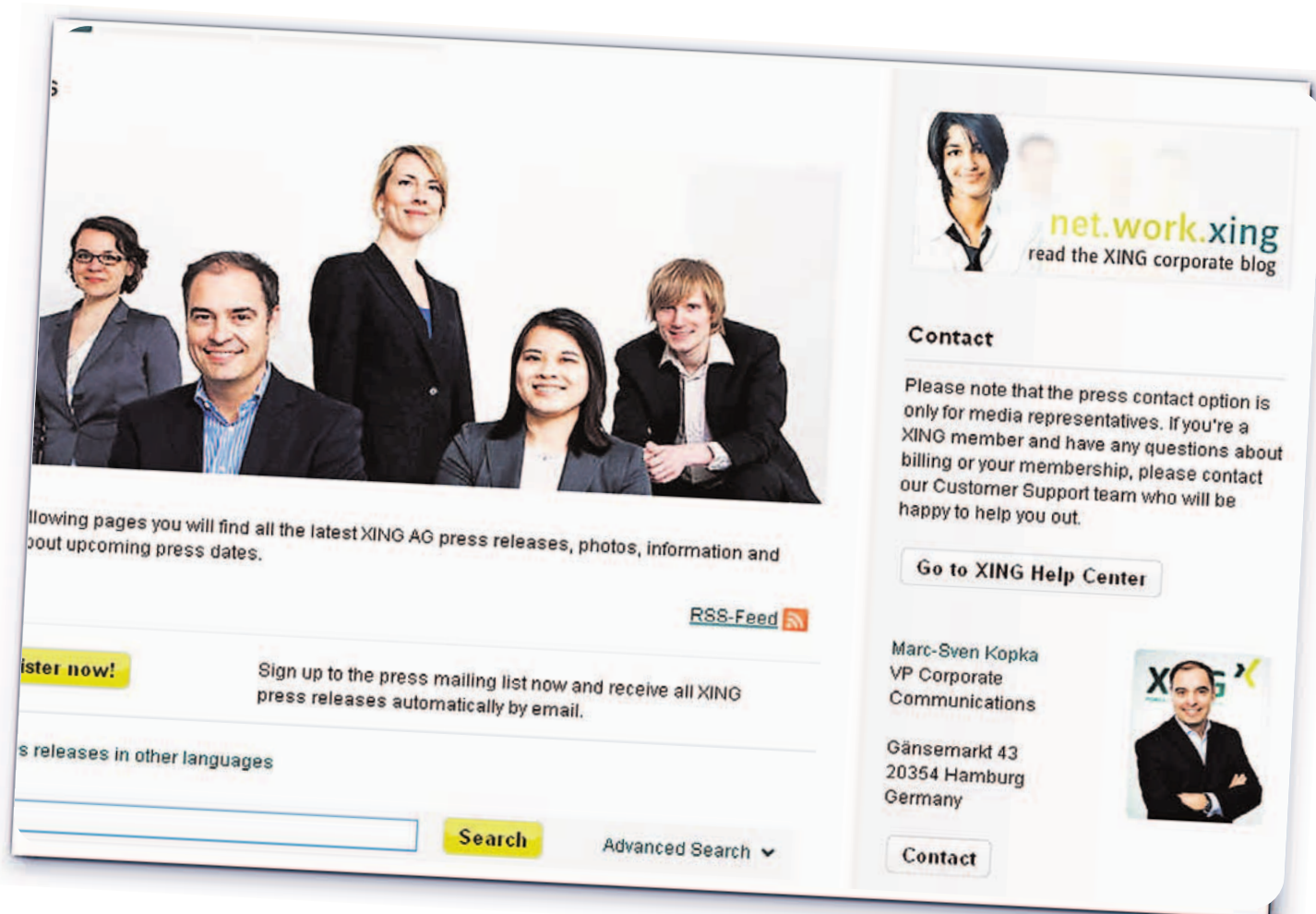
Por supuesto, y como siempre, lo primero que destaca es la importancia del idioma, actualmente un requisito imprescindible. El dominio ya no solo del inglés, el cual se da por hecho que hay que tener controlado, sino también de un segundo idioma es fundamental, por lo que se recomienda empezar a trabajar en ello para marcar la diferencia con los competidores.

En el ámbito que ellos trabajan, dentro del sector tecnológico, hay un campo del conocimiento que empieza a despuntar sobre el resto: las tecnologías de movilidad. Es decir, todo lo que tenga que ver

con sistemas operativos como Android, iOS, el desarrollo de aplicaciones móviles para iPhone, iPad, smartphones y soluciones relacionadas con iCloud.

España es el 2º país europeo en penetración de 'smartphones' (después de Gran Bretaña) y uno de los 5 primeros a nivel mundial, por lo que ante la falta de expertos en desarrollo de aplicaciones, a la hora de contratar a una persona está primando el conocimiento en lenguajes de desarrollo móviles, incluso a veces por encima del dominio de los idiomas.

Beatriz Fernández rompe con sus palabras, un prejuicio que tiende a existir sobre las entrevistas presenciales: la gente suele pensar que realmente son los conocimientos, o mejor la falta de ellos, lo que hace que no se pase a la siguiente fase de un proceso de selección. Sin embargo, según esta profesional de Recursos Humanos esto no es cierto. Una vez se ha llegado a la entrevista, lo que se busca es un perfil personal, ya que se valora más que un candidato sea capaz de salir adelante ante una situación complicada que el hecho de que

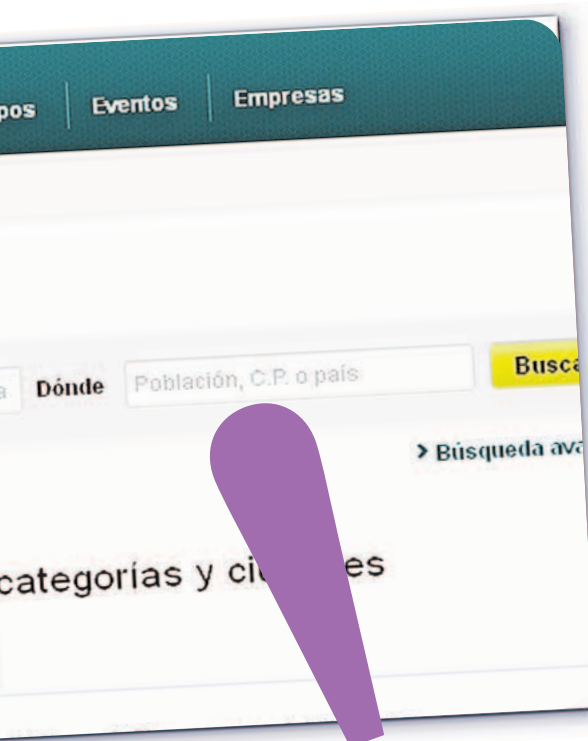


posea más conocimientos que el resto.

Respecto a dónde buscar las ofertas de empleo, desde este departamento confiesan que a la hora de reclutar gente con una cualificación profesional alta, prefieren utilizar redes sociales profesionales como LinkedIn o XING antes que bolsas de empleo convencionales como Infojobs.

La alternativa: XING

LinkedIn no es la única red social de ámbito profesional que nos podemos encontrar en la web.



Consejos de los profesionales:

Nunca hay que olvidar de los idiomas, han sido, son y seguirán siendo fundamentales.

Mostrarse natural y saber sacar adelante situaciones complicadas en una entrevista presencial es tan importante o más que los conocimientos.

Utilice las nuevas redes sociales de ámbito profesional como XING o LinkedIn para buscar ofertas de empleo.

El conocimiento en lenguajes de programación para sistemas operativos como iOS o Android es un campo en continuo crecimiento, aprovéchelo.

Entre sus competidoras destaca XING. Esta plataforma, creada en 2003 en Alemania, cuenta actualmente con 12 millones de usuarios. Su principal utilidad es establecer conexiones entre profesionales de tu sector. Gracias a estas conexiones se puede visualizar la red de contactos que nos separa de cualquier persona. Es decir, es fácil saber si la persona que buscamos está comunicada con nosotros mediante algún contacto. Como se puede observar, las líneas generales de XING son similares a lo que nos puede ofrecer LinkedIn, red a la que dedicamos el primer capítulo de este reportaje en el número anterior de e-volución y que actualmente supone una de las mejores formas para entrar en contacto con las empresas. Entonces ¿en qué se diferencian? El principal contraste entre ellas es el número de usuarios de cada una. LinkedIn ya posee 175 millones de miembros, mientras que XING roza los 12. Sin embargo esto no tiene que hacernos obviar a XING. Simplemente hay que saber en qué campos trabaja mejor. Por ejemplo, debido a su origen alemán, domina en todos los países germano parlantes. A partir de aquí, son pequeños detalles los que separan las dos redes sociales. Por ejemplo, en XING no hace falta ser titular de una cuenta Premium para poder ver quién ha visitado el perfil personal, se puede consultar en cualquier momento. Sin embargo, LinkedIn mostrará solo las últimas visitas como gancho para luego ofrecerte mediante un enlace su servicio Premium para obtener más información.

XING, no solo otra red social de ámbito profesional:

LinkedIn no es la única en este campo, La alemana XING ya alcanza los 12 millones de usuarios y ofrece servicios que no da LinkedIn.

Aquí es donde se encuentra otra de las grandes diferencias entre ellas, el precio. Los servicios para abonados de LinkedIn se encuentran divididos en categorías, y pueden llegar a costar hasta 36 euros. XING, por su parte, ofrece un único servicio Premium a un precio de 6,95 euros.

Como conclusión, hay que destacar otra de las posibilidades que XING ofrece y que lo destacan por encima de otras redes sociales profesionales existentes: la capacidad de crear eventos. Es posible hacer uno, ver aquellos que han realizado los contactos o los que la propia página sugiera y que puedan ser interesantes. Teniendo en cuenta el perfil de cada uno, se mostrarán reuniones, charlas o cursos que puedan venir muy bien como formación.

Una forma más de hacerse visible para las empresas en la web y de demostrar nuestro potencial utilizando las redes sociales, pero como se ha repetido, no es la única manera, ni la definitiva. De cómo usamos y compaginemos todas las armas a nuestro alcance puede depender nuestro éxito en la búsqueda de empleo por Internet.



Diferencia tu perfil profesional en Internet

Alicia Malumbres

CuVitt Managing Partner

amalumbres@cuvitt.com

Internet es el nuevo canal de información y relación con ventajas para todos: los profesionales pueden mostrarse en las redes sociales sin decir que están buscando empleo, aunque lo estén, y las empresas pueden buscar profesionales publicando una oferta o sin publicarla. Se calcula que los puestos que se ofertan son solamente un 20% de los que realmente se están buscando. No podemos cumplir el primer consejo a la hora de buscar trabajo: 'Ajuste su CV a los requisitos del puesto y a los valores de la compañía'. ¿Cómo, si no sabemos cuáles son? Se produce un curioso efecto: al ganar visibilidad las personas, pierden visibilidad los puestos, el reto en Internet consiste en ser fácil de encontrar.

La 'findability' nos obliga a realizar análisis exhaustivos. Saber cuáles son las redes sociales prestigiadas en los sectores o países que nos interesan, seguir a los profesionales que sean referentes en el sector, actividad o función que queramos, estar al tanto de quiénes son los bloggers de referencia, plantearnos si tener un blog y posicionarlo bien con post de calidad y contenidos atractivos. Si además nos interesa ese 20% de puestos que se ofertan hemos de estar presentes en los portales de empleo generalistas o en los cada vez más numerosos portales verticales, especializados en perfiles específicos, perfiles verdes, tecnológicos, legales... Son muchos los sitios en los que tenemos que estar activos y actualizados.

Nuestro perfil debe resultar diferencial para conseguir la entrevista personal. ¿Cómo diferenciarnos en este entorno virtual global e hipercualificado? La realidad es que siempre hay otros, a veces muchos, parecidos a nosotros en términos de formación y experiencia. El modelo de datos del CV tradicional no es eficaz diferenciando con estas dos variables imprescindibles pero no suficientes. Las personas tienen difícil describir las variables personales que las distinguen y las empresas no pueden incorporarlas a sus criterios de búsqueda porque no se recogen de forma sistematizada en ningún modelo. De ellas solo se habla en la entrevista, pero hay que llegar a tenerla, perdiéndose las ventajas de un preanálisis curricular virtual más completo y diferenciador. Existe una iniciativa en la red, en la que tengo la suerte de participar, que ha desarrollado un modelo de datos alternativo. Un modelo multidimensional que permite al usuario hacer un CV diferente de forma guiada. Recoge más dimensiones, permite diferenciarse, buscar y ser encontrado por más criterios.

Con el sistema CuVitt se puede hacer lo que los expertos en marketing digital aconsejan para aumentar la 'findability': gestionar nuestra marca personal. En este caso haciendo un análisis interno: aumentar nuestro autoconocimiento, entender la influencia de nuestras características personales en el entorno profesional y diferenciarnos por eso. Lleva tiempo, como todo buen análisis. Costará más o menos convertirlo en hábito, pero la tendencia es imparable. Evolucionar el CV tradicional hacia modelos multidimensionales es una exigencia de los nuevos mercados laborales.

El experto en marketing 'on-line'

Crece la demanda de este tipo de profesional, responsable de la imagen de la empresa en Internet

Dejando a un lado las operaciones de marketing masivas que puede realizar un robot en Internet, como el envío de correos electrónicos indiscriminadamente, la venta 'on-line' ofrece una gran posibilidad a las empresas de optimizar sus recursos y llegar a un amplio número de clientes potenciales con una inversión no demasiado cuantiosa. No obstante, esta nueva puerta que se abre necesita de profesionales en la materia que conozcan tanto las herramientas informáticas de que disponen como las estrategias de marketing que se aplican en el trabajo más tradicional.

Como afirma Susana Carnero, programadora y diseñadora web de la empresa zamorana Question de Imagen, «lo que no funciona 'off-line' tampoco lo hace 'on-line'. Si no pondrías en el departamento de marketing a un informático, tampoco debes hacerlo para la venta en Internet.»

Aquí aparece con fuerza la figura del especialista en marketing 'on-line', un nuevo perfil profesional que ha nacido al albor del crecimiento de Internet, sí, pero que sobre todo está consiguiendo sus mejores resultados desde el auge de las redes

sociales y a través del buscador más utilizado del mundo, Google. Para utilizar estas herramientas y definir una estrategia en redes sociales es necesario pensar en cómo va a actuar la entidad, qué cara va a mostrar a sus usuarios, cómo va a llegar hasta ellos y cómo va a lograr que sean sus seguidores y, aquí, la figura de este nuevo empleo especializado es imprescindible.

Por J. A. P. Ilustración: He Kyeong Ko

¿Tengo ya ese perfil en mi empresa?

La formación es clave si se quiere tener éxito en este ámbito. Un experto en marketing puede ser muy válido si se forma de manera correcta en las posibilidades de Internet. También se puede dar la oportunidad a otro tipo de empleado que conozca las herramientas de la Red y posea un perfil comercial. Es un puesto muy relevante porque será el garante de la imagen en la Red que posea la marca.

¿Lo necesita o es una moda pasajera?

Salvo que el suyo sea un negocio muy especializado, local y sin proyección debe dar por seguro que tiene que tener la mejor presencia en Internet. La tasa de uso de la Red es tan grande que no estar en ella es como no existir. Y no solo es necesario para que crezca el negocio, sino para crear una personalidad que esté del lado de los seguidores de la página web de la empresa o sus perfiles en Facebook o Twitter.

¿Voy a vender más gracias a él?

Inmediatamente no. La presencia en Internet asegura más visibilidad y beneficios a medio plazo. La venta directa 'on-line' puede ser difícil en un primer momento. Poco a poco los clientes no verán el perfil de la empresa como el de una entidad que les pretender vender sino que se les presentará con una personalidad propia, seria y cercana que puede ayudarles en su vida, ya sea profesional o personal.

Dolors Reig, psicóloga social

«Internet ayuda a evolucionar a las personas»

Por E. Bengoechea Foto: D. R.

Para la editora del blog El Caparazón, las redes sociales son instrumentos en el aprendizaje de los jóvenes

Mientras sus amigas jugaban con muñecas, ella programaba en basic y copiaba el código de sus propios juegos de ordenador. Y es que el currículo de Dolors Reig (1971, La Garriga. Barcelona) es de los que no se olvida y de los que no cabe en cualquier sitio. Psicóloga social y editora del blog El Caparazón, ha realizado un posgrado en Inserción sociolaboral, Máster en Criminología, Máster en multimedia, diseño y desarrollo web y, actualmente, estudia el Doctorado en Sociedad del Conocimiento. Trabaja como conferenciante, consultora y gestora de formación en campos que abarcan desde Innovación social, la dinamización de comunidades o las redes sociales, pasando por Educación y la Psicología 2.0.

—¿En qué consiste la Psicología 2.0?

—Para muchos psicólogos será el estudio de las patologías asociadas a la red. Para mí es la dinámica que intenta describir los cambios que vive la psique (inteligencia, socialidad, individualización...) en el nuevo contexto de hiperconexión constante a lo que denominamos información y sociedad.

—¿Quién comenzó a aunar las

tecnologías con la psicología para beneficio del paciente?

—No hay demasiadas referencias al respecto. Quizás Turkle aportó una primera visión positiva acerca de cómo el 'mundo en la pantalla' nos completaba más que restar nada de nosotros. En mi caso descubrí que para problemáticas sociales y de construcción de identidades adaptadas eran un recurso inestimable.

—¿Por qué las tecnologías son un recurso inestimable?

—Porque permiten generar experiencias de éxito que después se convertirán en expectativas. La

expectativa de éxito en lo social aliviará la ansiedad anticipatoria por miedos sociales que muchos adolescentes muestran en el mundo 'off-line'. A la vez, en lo virtual, podemos poner en práctica distintas facetas de nuestra personalidad para construirnos después desde las que más nos gusten.

Internet como herramienta

—¿Las tecnologías pueden llegar a cambiar a las personas?

—Ayudan a evolucionar a las personas si se adaptan a lo que es natural para ellas. No creo que se creen necesidades nuevas y sí que aumentan las posibilidades de satisfacer las existentes. No olvidemos que también unas gafas o una aspirina son tecnologías.

—¿Internet ha supuesto un antes y un después en la sociedad?

—Sí, creo que vivimos un cambio de paradigma y se ve claro si observamos cómo estamos más interconectados y somos más fuertes y grandes (autoorganización sin organizaciones, autocomunicación de masas, lo llamarían Shirky o Castells), si estamos juntos.

—¿Se puede lograr que un joven utilice las redes sociales para formarse?

—Siempre se ha alabado

el aprendizaje social y las posibilidades de colaboración en redes sociales aumentan infinitamente, rompiendo todo tipo de barrera geográfica o temporal. Ya no estamos hablando de que sea mejor aprender con ellas sino de que se trata de instrumentos muy potentes para el aprendizaje, que cambian la forma en que aprendemos, lo que hace absurdo no integrarlas en los sistemas educativos.

—¿Pueden convivir la pizarra y las tizas con el iPad y los eBooks?

—Sí claro... podemos andar de casa a la esquina y sin embargo tomaremos el coche para hacer recorridos más amplios. Quizás la tiza y la pizarra sigan teniendo sentido en cuanto a instrucción en ciertos temas pero para otros, las posibilidades de autoaprendizaje, de creatividad (y por lo tanto de expresión emocional), de autorealización, de expresión de la inteligencia colectiva que ofrecen las tecnologías digitales son demasiadas como para obviarlas.

—¿Y cuál es el primer paso para conseguir que el e-learning entre de verdad en las aulas españolas?

—Ya está en ellas, creo... Pero el primer paso será reconocer que la tarea del profesor es motivar el autoaprendizaje más que enseñar.



DOLORS REIG
CONECTADA CON SU 'SMARTPHONE'

¡Qué tiemble WhatsApp!

Por J. A. P.

Los bilbaínos Spotbros han desarrollado una aplicación de mensajería que pretende convertirse en líder del mercado. De momento, ya cuenta con 130.000 usuarios

La necesidad de comunicación es inherente al ser humano. De una parte somos curiosos por naturaleza, nos gusta estar informados de lo que ocurre a nuestro alrededor, ya sea en nuestros círculos más cercanos o en la política del país o el día a día de nuestro equipo preferido. De la otra, y reforzando el sentido bidireccional de la comunicación, queremos que los demás conozcan aspectos de nuestra vida; el lugar donde nos hemos ido de vacaciones, cuáles son nuestras principales aficiones o los amigos que más queremos. La democratización del uso de las redes sociales y los equipos informáticos móviles, de la mano de la telefonía sin hilos, ha dado un nuevo cariz a este interés que todos tenemos, contar lo que nos pasa y conocer lo que hacen otros.

De hecho, la llegada de los mensajes sms, que ya parece que quedaron apartados a un lugar residual en nuestra comunicación diaria, ya empezó a difundir esta cultura,

que con el paso de los años y sobre todo con la llegada de las aplicaciones de mensajería gratuita y las redes sociales se ha disparado hasta límites insospechados. Para muestra basta un vistazo a sus estadísticas de uso de WhatsApp. ¿Cuántos mensajes enviados tiene usted? Yo más de 600 porque reinstalé la aplicación hace pocos días. ¿Y, recibidos?, en mi caso más de 1.200. Piénselo, ¿cuánto coste en sms hubiera supuesto este gran volumen de mensajes enviados y recibidos?, ¿cuántos caracteres nos hubiésemos ahorrado si tuviésemos que pagar por este servicio?

Los vascos Spotbros han decidido dar un paso adelante más en este concepto e integrar este tipo de servicios de mensajería gratuita con una red social, en una aplicación a la que han dado el mismo nombre que a su empresa. En ella los usuarios se pueden comunicar de tres maneras diferentes, a través de la más tradicional

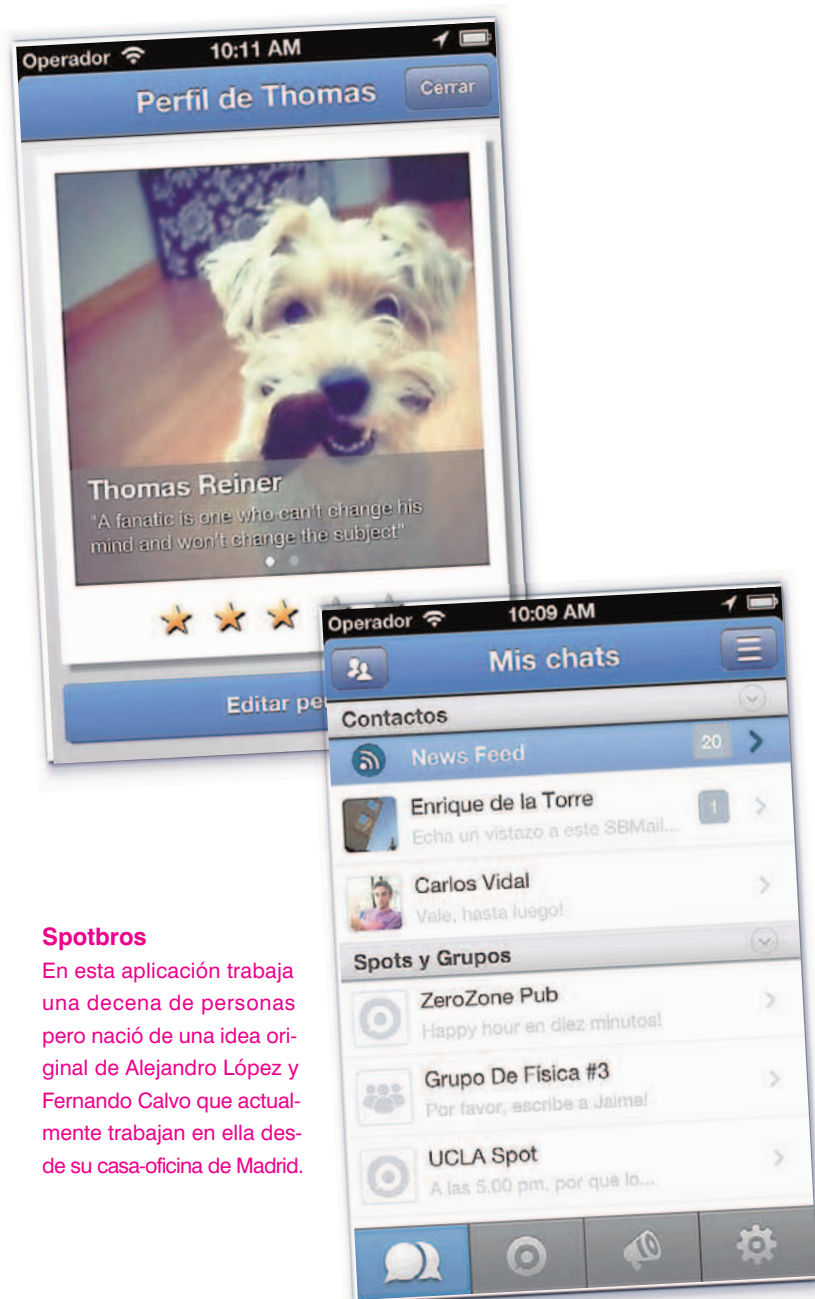
forma en la que intercambiar mensajes, fotografías y ubicaciones gps, y también a través de los 'shouts' y los 'spots'. El primero de estos términos, hasta ahora desconocidos, es una original llamada a las personas integrantes de la misma red, que están en un radio de 1,5 kilómetros. El usuario de la aplicación quiere determinada información y la pregunta que lanza, por ejemplo ¿dónde está el taller más cercano a mi ubicación?, le llega a todos los usuarios presentes en esa distancia máxima de un kilómetro y medio. A su vez, los receptores del 'shout' podrán responder o reenviarlo a los siguientes 100 usuarios presentes en su radio de acción.

Los 'spots', por su parte, son grupos de usuarios que hablan sobre un mismo tema. Según fuentes de la propia empresa, uno de los grupos más activos es 'Aviso de controles', donde más de mil usuarios comparten la ubicación de los radares de velocidad. Además, una de las señas de identidad que los creadores de la aplicación quieren poner de relevancia es la seguridad que se aplica a las comunicaciones enviadas. Toda la información que viaja a través de la aplicación está codificada

spotbros



GORKA RODRÍGUEZ, FERNANDO CALVO, ALEJANDRO LÓPEZ Y ÁLVARO MARCOS
DE SPOTBROS



Spotbros

En esta aplicación trabaja una decena de personas pero nació de una idea original de Alejandro López y Fernando Calvo que actualmente trabajan en ella desde su casa-oficina de Madrid.

acorde a la norma AES 256 bits y los servidores en que se aloja tan solo la guardan durante 30 días.

Más de un año de desarrollo

La idea de crear Spotbros nació en enero de 2011 de las mentes de los bilbaínos Alejandro López y Fernando Calvo, que consideraban que las aplicaciones de mensajería instantánea no eran más que «una copia de los sistemas de los ordenadores personales de hace 20 años». A partir de ahí, y gracias a una primera ronda de inversión, sus creadores se desplazaron a Madrid desde donde desarrollan su idea para los teléfonos Android y de Apple. Hoy en día han conseguido más de 150.000 descargas y sus usuarios registrados superan los 130.000.

«La aplicación es gratuita y va a seguir siéndolo», afirman desde Spotbros, cuyo objetivo prioritario es continuar añadiendo personas a su aplicación y mejorarla. «Queremos virtualidad en el mundo real y que los usuarios puedan interactuar ya no solo con otros, sino también con sus tiendas y marcas favoritas». En el horizonte un objetivo que no dudan en remarcar, «demostrar que las buenas ideas también pueden ser 'made in Spain'».

lo más descargado... para hacer deporte



RunKeeper

1

★★★★★

Gratis

La aplicación más completa para salir a correr. Marca rutas, ritmo, calorías, duración...



Easy to 5K

2

★★★★★

2,39

En dos meses cualquiera podrá correr 5 kilómetros con la técnica 'correr y andar' que propone.



Weightbot

3

★★★★★

1,59

Si además de hacer deporte también se quiere perder peso, esta aplicación es la ideal.



Entrenador personal

4

★★★★★

Gratis

Ejercicios físicos que se pueden hacer en casa categorizados por tiempo y esfuerzo.

lo más descargado... para hacer deporte



RunKeeper

1

★★★★★

Gratis

La versión Android de la aplicación más completa para hacer 'footing'. Con mapas de rutas.



Nike+

2

★★★★★

Gratis

La aplicación de la marca deportiva norteamericana está a la altura de las mejores. Nueva en Google Play.



Endomondo

3

★★★★★

Gratis

Considerada por muchos la mejor aplicación para hacer deporte. Consigue la mejor valoración.



Noom Cardio Trainer

4

★★★★★

Gratis

Sirve para correr, hacer senderismo, ciclismo u otras actividades deportivas.

Por M. E. G.

'CEVNE', la rentabilidad de un coche eléctrico

Por M. E. G.

El centro tecnológico CARTIF ha lanzado CEVNE, una web que permite comparar el gasto de un vehículo eléctrico con otro de motor de combustión. Su finalidad es que los usuarios puedan conocer la cantidad de ahorro que supondrá decidirse por una u otra opción.

La herramienta muestra de manera simulada el vehículo ideal para cada consumidor. La web (<http://ve.cartif.com>) analiza el ahorro, el tiempo de coste acumulado, el coste medio por kilómetro y el

Compara un vehículo eléctrico con uno de combustión

precio de combustible frontera (a partir de qué modelo de coche el eléctrico es más

rentable). Mediante gráficas se puede analizar la simulación. Se pueden seleccionar los tramos en kilómetros en los que se elige cada modelo de vehículo, la curva de costes por kilómetro, el ahorro y el coste acumulado, entre otros factores como la curva K-p.

CEVNE pone a disposición de los usuarios una calculadora que permite realizar las cuentas con todos los modelos de adquisición de vehículos eléctricos que puede ser comprado, comprado con alquiler de batería o alquiler con derecho a compra.



La web que permite comparar el gasto en vehículos eléctricos y de combustión.

Aquellos relojes calculadora

Son lo último para tener el 'smartphone' en la muñeca: leer correos electrónicos, consultar redes sociales o la previsión del tiempo... ¡hasta dan la hora!

Por M. E. García

Los 'smartwatches' han irrumpido con fuerza en este 2012 para llevar los teléfonos inteligentes hasta la muñeca. La mayoría de ellos leen correo electrónico, muestran avisos de las principales redes sociales y del Whatsapp, muestran los 'e-mails' y pueden recibir llamadas, entre otras particularidades.

Es importante tener en cuenta que los 'smartwatches' no son un teléfono en sí, sino un dispositivo que se conecta a ellos, es un 'gadget' más, un accesorio que hace más fácil el acceso al teléfono. Igual que se pasó de los relojes de bolsillo a los de pulsera puede que ahora se dé el salto del teléfono de bolsillo al de pulsera.

La compatibilidad entre el reloj y el teléfono es el factor clave y hay que estar muy atentos a las especificaciones. La mayoría conectan mediante Bluetooth 4.0 con dispositivos Android pero con unas determinadas características. Igualmente existen relojes que pueden servir para iOS.

Actualmente, el más completo en cuanto a sincronización de los que se encuentran en el mercado es el I'm watch. Este 'smartphone' italiano es capaz de conectarse con casi cualquier teléfono inteligente sin importar la marca o el sistema operativo que utilice.

El Sony Smartwatch posee una conectividad inferior con bluetooth 3.0. Como ventajas cuenta con su pantalla OLED táctil y un diseño inmejorable aunque el futuro parece que está en los que posean tecnología de tinta electrónica, como el Pebble porque su gasto de batería es menor. Dura 7 días por 2 o 3 del de Sony.

El modelo de Casio, el G-Shock GB-6900, hará las delicias de los amantes de lo retro ya que recuerda mucho a aquellos relojes calculadora de los noventa. También tiene una duración de batería digna de admiración pero su pantalla y sus funciones están más limitadas.



I'm watch

Sincronización: Bluetooth 4.0.

Teléfonos compatibles: Todos, en teoría.

Funciones: conexión a redes sociales, acceso a los contactos, recibir llamadas y aplicaciones.

S. O.: Android.

Pantalla: 1,54 pulgadas.

Memoria: 4 GB.



El Hogar Digital: Servicios y necesidad

Antonio Mateos

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

Manteniendo mi creencia de que una ciudad nunca podrá ser avanzada si sus edificios no lo son y partiendo de la base que el Hogar Digital solo despegará con la demanda por parte del usuario, en la actualidad muy escasa, la oferta de sistemas actuales ofertados por el mercado para digitalizar el hogar es sumamente amplia y responde a casi cualquier necesidad. Las distintas tecnologías existentes (X-10, KNX, EIB, BatiBUS, BUSing, InsTABUS, EHS, CEBus, LonWorks, BACnet o SCP) buscan automatizar y controlar diferentes sistemas o el aumento de seguridad, confort o ahorro

energético en las viviendas. Aunque ahora casi solo se implantan estos sistemas en viviendas unifamiliares, existen muchas y diversas razones influenciadas por nuestra forma de vida actual, que hacen cada vez más necesaria su implantación generalizada. Cada vez son más necesarios servicios como alarmas técnicas (detección de fugas de agua, gas o humos), control de iluminación o riego (encendido, apagado y regulación de luces, persianas, toldos, etc.), climatización (control temperatura, calefacción, aire acondicionado) y seguridad o vigilancia (gestión y control de accesos, presencia, alarmas, videovigilancia o simu-



★★★★☆
Sony Smartwatch

Sincronización: Bluetooth 3.0.

Teléfonos compatibles: HTC, Motorola y Samsung de cuarta generación.

Funciones: conexión a redes sociales, acceso a los contactos, recibir llamadas y aplicaciones.

S. O.: Android.

Pantalla: Oled 1,3 pulgadas.

Memoria: -

Otros: Pantalla táctil.



★★★★☆
Casio G-Shock GB-6900

Sincronización: Bluetooth 4.0

Teléfonos compatibles: Android.

Funciones: conexión a redes sociales, acceso a los contactos, recibir llamadas y aplicaciones.

S. O.: -

Pantalla: En blanco y negro.

Memoria: -

Otros: Mayor duración de batería.



★★★★☆
Pebble

Sincronización: Bluetooth 2.1+EDR y 4.0.

Teléfonos compatibles: Android e iOS.

Funciones: música, correos electrónicos, redes sociales, el tiempo.

S. O.: Propio.

Pantalla: 1,3 pulgadas.

Memoria: -

Otros: e-paper.

lación de presencia). Aspectos destacados son la seguridad de personas enfermas o con discapacidades y el acceso a través de las redes al Telecontrol, la Telemedicina, Telecompra, Teletrabajo, Teleeducación, Telebanca, etc... y en auge el entretenimiento y el ocio, pues a través de estas instalaciones se pueden integrar grabaciones, reproducción y distribución de imágenes y sonidos, videojuegos, cine en casa u ordenadores y acceso a Internet.

El control de electrodomésticos aunque puede ofertarse porque es fácilmente conectable a Internet, todavía no lo es, que un frigorífico determine qué productos

escasean o que él solo sea capaz de realizar el pedido al supermercado.

Y para poder llevar a cabo todos estos servicios y aplicaciones son necesarios sensores, elementos de actuación, pantallas o monitores, teclados, cámaras, elementos de reconocimiento de voz o de comunicaciones, cableados o dispositivos inalámbricos, etcétera y un sistema de control y de acceso a ellos.

La oferta actual de productos y servicios es sumamente atractiva y se adapta a cualquier tipología y casi a cualquier necesidad con un coste reducido sensiblemente en los últimos años.

Pero a mi ver y entender, existe un pequeño gran problema, para que estos sistemas sean viables a futuro, integrables, rentables y convincentes: Es necesario un proceso de estandarización importante y aunque los sistemas KONEX, LONWORK o X-10 son los estándares mas utilizados, dada la situación de oferta actual, los organismos de normalización deben y están obligados a realizar un esfuerzo importante para conseguir que los equipos, sistemas y redes involucrados sean capaces de interoperar unos con otros mediante protocolos abiertos que permitan, además, una utilización fácil e intuitiva.

LTE, a un paso del 4G

Esta nueva conectividad inalámbrica para dispositivos móviles revolucionará las comunicaciones gracias a su gran velocidad de transferencia de datos

Por J. A. P. Ilustración: H. Ko

La llegada de la más actual hornada de teléfonos y tabletas de última generación ha traído consigo un acrónimo que cada vez suena más entre las características de estos dispositivos, la tecnología LTE.

Las siglas significan Long Term Evolution, un estándar de comunicaciones móviles desarrollado por 3GPP, entidad responsable de las tecnologías GSM, UMTS y HSDPA que hoy en día están presentes en la inmensa mayoría de los dispositivos móviles. La tecnología GSM se consideró la 2G y la UMTS fue denominada 3G, mientras que su optimi-

tación, la HSDPA, es la denominada 3,5G o Turbo 3G. No obstante, hoy en día el LTE no es reconocido como la sucesora de ellas, la tecnología 4G, puesto que no cumple los requisitos exigidos por la Unión

Internacional de Telecomunicaciones, ITU. Debido a este pequeño avance que aún debe darse para llegar hasta el mínimo, esta conectividad es considerada en el argot del sector 'casi-4G' o '3,9G'.

Como ocurrió en la guerra del sistema BETA y el VHS por convertirse en la tecnología predominante en la reproducción de vídeo doméstico, el desarrollo LTE tiene en la tecnología WiMax a un firme competidor. No obstante, actualmente se trabaja con la posibilidad de que ambas compartan mercado puesto que por sus características, la

segunda de ellas tiene la posibilidad de llevar la conectividad a zonas de más difícil acceso o rurales. Actualmente, la ITU solo reconoce como tecnologías 4G al LTE Advanced y WiMax 2, ambas en desarrollo y que son las sucesoras naturales a sus hermanos mayores que están llegando ahora a los dispositivos. La versión 'Advance' del LTE logra tasas de descarga cercanas a 1Gb. Es un capítulo más en el veloz desarrollo de las últimas innovaciones, aún no se domina por completo la terminología y funcionalidades de la nueva tecnología y ya se desarrollan sus siguientes avances.

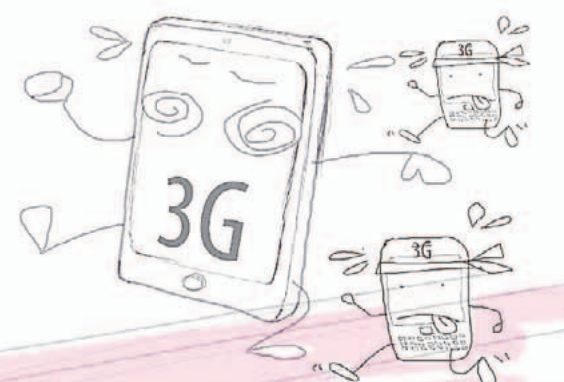
También para portátiles

Esta nueva infraestructura sin cables, implantada de manera pionera en los países nórdicos en el año 2007, presenta varias mejoras respecto a sus antecesores pero todas ellas giran en torno a la optimización del ancho de banda para el envío de paquetes de datos. Pero no debemos centrarnos tan solo en el uso de esta tecnología para los teléfonos y las tabletas,

sino que los denomina-

xión es la mejora de la velocidad también cuando el usuario viaja en un vehículo a altas velocidades. ¿No se han dado cuenta de que viajando en coche o tren la navegación es más lenta? Pues eso está siendo subsanado, o al menos mitigado, en las nuevas versiones de los sistemas de descarga de datos para dispositivos móviles. Con la nueva tecnología a la que nos referimos se logra que las altas velocidades que consigue el LTE se mantengan hasta los 15 kilómetros por hora y que sean compatibles hasta una velocidad tan alta como los 500.

Pese a que este término comienza a ser un habitual, su desarrollo y estandarización a nivel mundial no es homogéneo. Si un usuario del iPhone 5 de Apple quiere navegar en Estados Unidos lo hará más rápido que en España. Y ¿esto por qué ocurre? La Long Term



dos 'pinchos USB' que dan conectividad a los ordenadores portátiles en lugares sin acceso wifi también son parte

de esta revolución. De hecho, Telefónica ya comercializa sus pinchos 4G y la web de tecnología Movilzona.es salió a la calle con uno de ellos y comprobó las velocidades de subida y descarga en Madrid. Según su publicación, en las zonas de la Plaza de Neptuno, Calle Recoletos y Congreso de los Diputados, las capacidades de esta red les «sorprendieron. Y ya no solo con 25Mbps en sentido descendente, sino los 17 y 20Mbps de subida».

Si en algo destaca esta nueva forma de conec-

Evolution emite en varias frecuencias de su espacio reservado en el espectro radioeléctrico. Como toda tecnología que se basa en las ondas, el aparato emisor y el receptor deben operar en la misma frecuencia y en este caso no es así.

El teléfono que los de Cupertino venderán en España, concretamente el modelo A1429, utiliza tres frecuencias, las de 850, 1.800 y 2.100 megahercios. Ninguna de ellas se destina hoy en día a estas conexiones en nuestro país. A partir del 2015 la TDT, que ahora ocupa la frecuencia de 800 Mhz, migrará a otro lugar pero esta no es compatible con el LTE. La 2.100 no se utilizará mientras que la 1.800 la ocupa el 3G, así que la solución no parece estar próxima.

Lo + 'retuit'

Encuentros profesionales e-olución



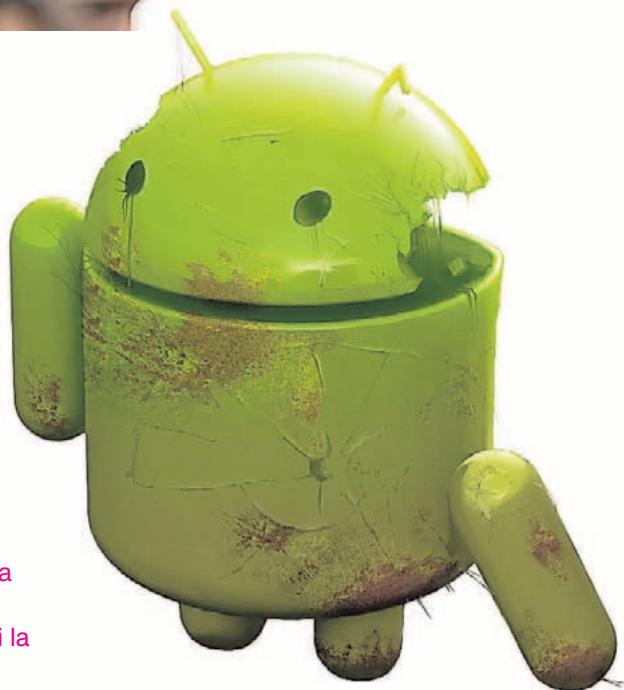
Las ponencias de Miguel Ángel Morcuende y Borja Adsua durante los Encuentros profesionales e-olución reunieron a más de cien personas en la Feria de Valladolid. Allí hablaron sobre las claves del comercio electrónico y del papel que juegan las redes sociales a la hora de vender en Internet.



¿Cómo comprobar si tu Android está infectado?



Los fallos de seguridad de los teléfonos Android han dado mucho de que hablar. Samsung ha solucionado ya el problema. A pesar de todo, existe una manera de comprobar si el terminal está a merced de los piratas. Una dirección <http://www.isk.kth.se/~rbbo/testusd.html> y si la cifra es demasiado larga, está infectado.



'Angry Birds' lleva su batalla a una galaxia muy, muy lejana



Rovio ataca de nuevo. Los pájaros cabreados se alían con la franquicia más rentable del cine para seguir destruyendo a sus enemigos. Un mini tráiler de 20 segundos ha bastado a la compañía para anunciar que están preparando algo nuevo, que tiene que ver con la Guerra de la Galaxias y para explicar que los pájaros estarán del lado de los buenos. Ese 'angry' vestido de jedi con espada azul lo atestigüa.



'¡Cuéntamelo otra vez!' Una aplicación para leer cuentos con la voz de sus padres



¿No tiene tiempo para contar cuentos? La empresa salmantina Chocosoft (Ramón Álvarez, Ángel Oliva, Miguel Sánchez y Patricia Martín), ha creado una aplicación para iPad para que los niños puedan disfrutar de la voz de sus padres.

El 'Virus de la Policía' provoca un aumento de 'malware'



Inteco ha alertado de que el llamado 'Virus de la Policía' ha provocado un repunte en los ordenadores infectados. Esta es una de las conclusiones del 'Estudio sobre la seguridad de la información y la e-confianza de los hogares españoles'.

La amarga venganza de los cerdos verdes



Los malos de 'Angry Birds', los cerdos verdes roba huevos, han obtenido su venganza gracias al nuevo juego para móviles de Rovio 'Bad Piggies' en el que deben atacar los nidos utilizando distintos artilugios.

Tim Cook pide perdón a los usuarios de iOS 6



Después de la que se ha liado con la aplicación 'Mapas' de iOS 6 y sus múltiples fallos, el nuevo responsable de Apple hizo pública una carta en la que pedía disculpas por las molestias causadas aunque los errores tardarán en corregirse.

Icon Multimedia, responsable del Metro de Málaga



La empresa palentina es la adjudicataria del sistema de información del futuro Metro de Málaga que cuenta con tres líneas en construcción y otras tantas en proyecto. Paneles, megafonía y pantallas LED son la elección de Icon Multimedia.

**BBVA**

Te presentamos *BBVA Contigo*: tu asesor donde y cuando tú quieras.

En BBVA hemos creado para ti **BBVA Contigo**. Una persona, siempre la misma y solo para ti, que **con una simple llamada de teléfono a su móvil o un email**, te gestionará cualquier operación; desde una sencilla transferencia hasta la tramitación de una hipoteca o un asesoramiento financiero personalizado. Alguien que te conoce, te escucha y sabe qué necesitas. Eso es aprovechar tu banco.

BBVA Contigo: email | móvil | de 9h a 19h | servicio de apoyo 24h | fines de semana.

Infórmate en www.bbva.es/bbvacontigo/ o en el 900 325 325.

adelante.