El Norte de Castilla

Nº 9 / Enero de 2013 www.e-volucion.es

e-volución

Negocio digital & Tecnología

El negocio sin crisis

Marga Seco, creadora de Mipantallita.com.
Foto: *Rodrigo Ucero*

Marga Seco es una leonesa que ha fundado una empresa de aplicaciones en un sector «que, por suerte, respira»

Páginas 26 y 27

El comercio electrónico, las tarjetas sin contacto y los teléfonos móviles están revolucionando las formas de pago; pero no solo 'on-line', también 'off-line'

Páginas 4 a 7

La nueva forma de leer EL NORTE DE CASTILLA de siempre

desde cualquier lugar y en cualquier momento

Disfruta de **EL NORTE DE CASTILLA** en Kiosko y Más desde tu **ordenador, tablet o móvil**.
Entra en **www.elnortedecastilla.es.** y sigue los pasos para acceder a la promoción.

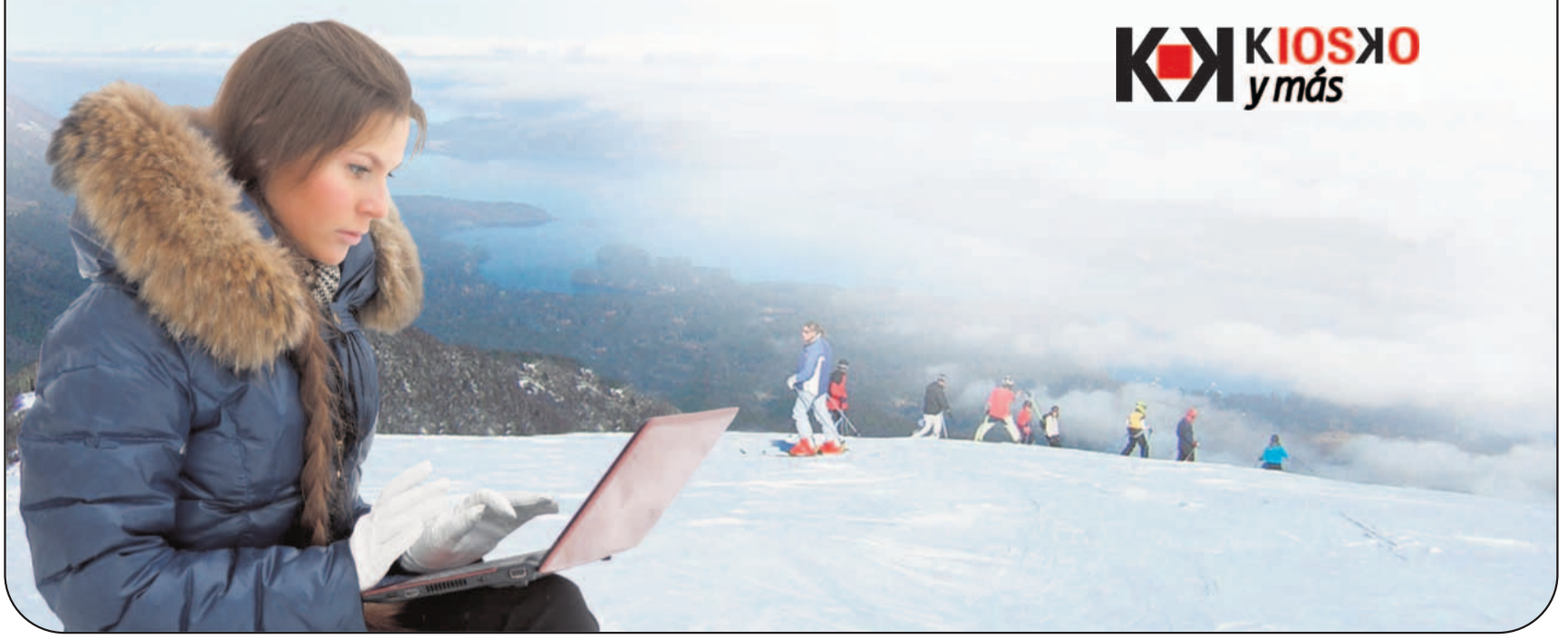
Y si quieres verlo en tu **tablet**, una vez que te hayas registrado en la web, **descárgate gratuitamente la aplicación de Kiosko y Más**. Con todas las funcionalidades para la información más completa.

Suscríbete
por solo
23'99 €/mes

El Norte de Castilla

en

KIOSKO y más



Editorial

El futuro se decide

F. Javier Escribano Cordovés.
Ingeniero Europeo (EUR ING), MBA
Director de Unidad de Negocios Digitales
de El Norte de Castilla

@fjescribano

El año que se fue nos dejó extraordinarios avances científicos y técnicos que trascenderán nuestra generación. El bosón de Higgs, el aterrizaje del Curiosity en Marte, la confirmación de que no hay ADN 'basura'o la capacidad de controlar prótesis con la mente fueron algunos de los avances científicos más importantes de 2012.

Todo ello se consiguió por equipos con gran formación, ilusión y medios. Nuestro país lleva muchos años invirtiendo en educación de alto nivel. Desafortunadamente la sociedad no ha percibido su gran valor lo que, unido a una baja presencia de empresas con objetivos científicos y tecnológicos, ha producido que tengamos a titulados universitarios lejos de sus quehaceres naturales. La publicidad sigue insistiendo en lo importante que es hablar inglés y cuánto se necesita para hacer una entrevista de trabajo. Sin embargo en la gran mayoría de las empresas españolas, que son de pequeño tamaño, no se utiliza el inglés a diario en absoluto.

Por tanto no hay conexión entre la preparación y lo que el mercado demanda. Y ¿si en lugar de adaptar la formación se planificara a medio y largo plazo cambiar el mercado de trabajo?

Si no somos capaces de valorar, aunque no lo entendamos en detalle, que la demostración de que existe algo tan exótico como los fermiones va a influir sobre nuestra vida sobremanera al permitir avanzar en la computación cuántica, por poner un ejemplo ¿para qué establecer institutos de investigación o empresas con áreas investigadoras que reciban a titulados universitarios?

Centrándonos ya en 2013 nos encontramos de nuevo ante un salto cualitativo. Entramos definitivamente en un mundo multipantalla. Los últimos estudios realizados allende el océano manifiestan que la mayoría de los televidentes se acompañan de algún dispositivo (tableta o teléfono inteligente) para realizar consultas sobre lo que están viendo en el televisor. Queremos información. Nos encanta consumirla.

El reciente CES, la feria anual de la electrónica en Las Vegas, ha confirmado que las pantallas van a rodearnos por doquier. Lo táctil se impone definitivamente, al igual que lo convertible. Los televisores 4K comienzan a avanzar. Incluso aparecen términos híbridos como los 'phablet', nuevo palabro que surge de la mezcla de 'phone' y 'tablet'. Algo así como 'tabletófono' que se refiere a aquellos dispositivos más grandes que los 'smartphones' pero más pequeños que una tableta. Parece que, al final de todo, Mortadelo era un avanzado a su época.

Con un poco de imaginación cada vez veremos más y más oportunidades de negocio y este número de e-volución incluye varias.

sumario

NEGOCIO DIGITAL
Entrevista con Néstor Palao, un empresario de 15 años 9

INNOVACIÓN
IDForest, el negocio natural 12 y 13

CIENCIA, INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO
Dos universitarios inventan el calcetín del sueño 20 y 21

FORMACIÓN PARA EL EMPLEO
Todo lo que debes saber sobre el trafficker 25

ACTUALIDAD DIGITAL
Comparativa entre cuatro navegadores web 28 y 29

Nuestros expertos

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

Seguridad en las transacciones P6 y 7

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

Viviendo en un mar de datos P13

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

Información y Criptografía (II) P19

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

Formación: aprovecha tu potencial P22 y 23

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

La FTTH o el equilibrio de la FTTN P28 y 29

e-volución

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

e-volucion@elnortedecastilla.es

[PRÓXIMO NÚMERO, 13 DE FEBRERO]

SÍGUENOS EN FACEBOOK Y EN TWITTER @e_volucion

*4 Formas de pagar sin cables

Comprar nunca fue tan fácil

*1/ **PayPal** El servicio de pagos, transferencias y envíos de dinero se ha consolidado como una de las formas más utilizadas para estos movimientos.

Las tarjetas de crédito caminan hacia su extinción en beneficio de pagos sin contacto y reconocimiento biométrico

Por J. A. Pardal **Foto:** El Norte

El mayor volumen de comercio se ha trasladado de forma contundente a dos nuevas formas de pago que engloban a todas las demás. Por un lado, las transacciones de bienes y servicios a través de Internet, dentro del denominado como comercio electrónico y, por otro, el pago seguro con dinero que antes podía denominarse 'de plástico' pero que hoy en día ha saltado a otros soportes como las tarjetas sin contacto, o la seguridad gracias a mediciones biométricas como el reconocimiento de la retina o la huella dactilar.

Evitar el fraude y la posibilidad de una suplantación de identidad es tarea esencial de las entidades que desarrollan estos trabajos, pero también se afanan en mejorar la comodidad de sus usuarios a la hora de realizar los pagos. No se olvide de que fomentar su uso también mejorará sus ventas y el movimiento de dinero, unos flujos de negocio del que tanto el vendedor como el comprador como el vehículo que utilizan para sus transacciones económicas pueden beneficiarse.

Las plataformas de pago 'on-line' se han instaurado ya entre las formas más utilizadas para complementar todo tipo de transacciones de dinero. Entre ellas destaca el servicio de PayPal, una empresa estadounidense propiedad del gigante eBay que fue fundada en 1998 y que de la mano de este archiconocido portal de subastas en Internet, que la adquirió en el año 2002, se ha situado como la más utilizada en cuanto al pago a través de Internet, un ámbito en el que actualmente no tiene competidores.

Pero Paypal no sirve solo para realizar estos pagos de bienes y servicios, sino que también ofrece la posibilidad contraria, facilitando a los vendedores el cobro por las ventas de sus productos. Además, también se ha convertido en competencia de otros servicios de envío de dinero como Western Union, con un servicio similar que permite mandar divisas a otros países a través de Internet.

Modelo de negocio

Pero la empresa norteamericana, por supuesto, no es una entidad sin ánimo de lucro, sino que su modelo de negocio reside en las comisiones que cobra a sus clientes por todas estas transacciones económicas. Tanto en el pago a través de su plataforma como en el envío del dinero al banco tradicional del cliente, donde sus comisiones van desde el 1,9% hasta el 3,4%, además de un recargo de 0.35 euros del importe que recibe el vendedor. En el cambio de divisas también obtienen réditos puesto que PayPal cobra entre un 3,5% y un 4% del importe que se cambia, en función de la divisa a la que se convierta el pago, o

PayPal basa su negocio en comisiones que van del 1,9 al 4%

*2/ **Pay Touch** El pago por huella dactilar es una de las posibilidades del reconocimiento biométrico. Su uso es incipiente y ya se ha probado con éxito.

*3/ **Bonobús en Valladolid**
El pago del billete de autobús con tarjeta sin contacto llegó en 2011 a los autobuses urbanos, donde aún está en pruebas.

*4/ **Tarjeta sin contacto**
Acercar la tarjeta a menos de diez centímetros del aparato receptor y la conexión por inducción hará el resto, pago realizado.

Lo que está por llegar

Visa PayWave: Una vuelta de tuerca al pago sin contacto. La empresa ha desarrollado un llavero con el mismo chip, llamado Visa Micro Tag.

Reconocimiento de iris y retina: El análisis ocular que ya se utilizaba en otros sistemas de seguridad se incorpora ahora a los pagos.

Tarjeta prepago: Una experiencia ya probada en Singapur permite utilizar el saldo de la tarjeta para compras, asistencias a eventos, etcétera.

Google Wallet: El gigante de Internet desarrolla una nueva funcionalidad de pagos 'on-line' a través de teléfono móvil.

incluso en el envío de dinero, donde la comisión llega hasta el 3,4%; cifra a la que hay que sumar un recargo de 0,35 euros.

Tarjetas sin contacto y biométrica

En cuanto al pago 'off-line', los tiros se dispersan en varias direcciones. Por un lado se aboga por la simplicidad de dispositivos necesarios, algo similar al fenómeno que se dio con los reproductores mp3 y las cámaras fotográficas compactas, que vieron como decaía su uso en beneficio de los teléfonos inteligentes, que ya incluyen todas estas posibilidades.

La joya de la corona es la tecnología NFC que ya se encuentra disponible en muchos de los terminales móviles de nueva generación. La llegada de los desarrollos 'near field comunnication' pretende desterrar el uso de las tarjetas de crédito tradicionales. El 'dinero de plástico' pasa a ser ahora una parte más de nuestro teléfono móvil, gracias a estos chips ya implantados en terminales de Samsung, Motorola, LG o Nokia pero que aún se resiste a utilizar el gigante Apple. Su utilización permite el pago con solo situar el teléfono sobre una pequeña plataforma física similar al datáfono utilizado con las tarjetas de crédito.

La tarjeta sin contacto, por su parte, busca simplificar la utilización de la tarjeta de crédito, asegurando el pago con solo acercar el chip a menos de diez centímetros de la base receptora, en un proceso similar al pago con el teléfono móvil.

Las mediciones biométricas comienzan a asomarse también a este mundo de posibilidades. En España, empresas como la barcelonesa Pay Touch trabajan ya en novedosas formas de pago como el reconocimiento de la huella dactilar, que ya se ha probado de forma pionera en el pago en caja en supermercados o en la gestión del 'check in' de entrada a hoteles. Sin lugar a dudas, la multinacional Visa es una de las empresas que más apuestan por estos nuevos métodos de pago. Según se asegura en su página web, en el año 2011 sus clientes realizaron 1.000 millones de transacciones mensuales «gracias a la tecnología punta de Visa». Una cifra a tener muy en cuenta y que seguro ansían sus competidores.

«El NFC va a triunfar, aunque no se sabe cuándo»

El ingeniero informático Óscar González afirma que la renuncia de Apple a incluir esta tecnología en sus teléfonos ha supuesto un varapalo para su implantación

Por J. A. Pardal **Foto:** R. Ucero

Las nuevas formas de pago que vienen a sustituir a las tarjetas de crédito tradicionales llaman ya a la puerta de los usuarios. Charlamos con el experto Óscar González, ingeniero informático de la empresa Futuro Web, sobre cuáles serán las que se impongan en un mercado donde la clave pasa por adecuarse a los nuevos desarrollos.

–¿Cuál va a ser la tecnología que se implante como nuevo método de pago?

–En principio los chips NFC son los que mejor están situados. Esta tecnología es la que va a triunfar aunque aún no se sabe si sobre móvil o tarjeta, pero estoy convencido de ello.

–¿Está ya desarrollada para dar el salto a su uso masivo?

–La verdad es que tiene muchas posibilidades de funcionar bien pero el proceso de inundación, hasta que llegue a todos los comerciantes y a todas las personas, va a costar. Los más interesados en que esto funcione son las grandes marcas como Visa, Mastercard, etcétera. Los comerciantes no tanto porque es un coste más que les va a suponer. Es decir, un terminal más que va a tener que convivir con sus terminales antiguos, e incluso hay empresas en Valladolid o Castilla y León que ni tienen aún datáfono. La conversión a nuevos sistemas de pago va a llegar, estoy seguro, lo que no se sabe es cuándo. En 2011 se decía que 2012 iba a ser el año del NFC y todavía no ha sido. La implantación es pequeña.

Seguridad en las transacciones

Francisco José García Paramio
Ingeniero Superior de Telecomunicaciones. EMBA.
fgparamio@hotmail.com

«Las técnicas biométricas son un indicativo infalible de 'lo que soy'»

Las fiestas de Navidad, Año Nuevo y Reyes abren paso a un nuevo ejercicio que se presenta esperanzador en todos los órdenes. Todos los agentes sociales y económicos hemos de aprovecharlo al máximo. Por cierto, ¿sabían que el período que cubre estas fiestas es el momento del año en el que más transacciones de pago sin dinero efectivo se producen? Sí. Y con mucha diferencia sobre el resto del año.

Nunca está de más el volver a incidir sobre el tema de la seguridad en estas operaciones. Seguridad que ha de valorarse desde dos vertientes: la que aportan los sistemas de gestión y procesamiento de estos pagos, y la que ha de aportar el usuario del medio de pago con su 'firma', entendiendo 'firma' en el sentido amplio como confirmación de que 'estoy usando el medio, soy yo quien lo usa y estoy conforme con los términos y cantidades'.

La primera vertiente es responsabilidad plena y única de los diversos agentes que participan en el sistema: entidades financieras, operadores, esquemas,… Todos ellos han de garantizar el correcto funcionamiento de la cadena y son responsables de los problemas que pudieran surgir alrededor del uso de los medios de pago y su seguridad. El usuario ha de estar protegido.

La segunda recae en el cliente que utiliza los medios. Pero en este caso, además de hacerlo de manera segura, necesita de las herramientas que le facilitan los proveedores del medio de pago. Estas herramientas evolucionan en el tiempo a la búsqueda de que la 'firma' que hemos citado sea señal infalible de la identificación del usuario y de su aquiescencia con la operación que se realiza.

En tiempos, solamente se utilizaba la firma gráfica sobre un boletín de compra emitido por un terminal. La firma gráfica es un indicativo de **lo que soy**, pero muy endeble y fácilmente falsificable.

Con posterioridad aparece el uso del PIN (número personal). Ese número es un indicativo de **lo que sé**. Probablemente más seguro que nuestra firma, pero con posibilidad de ser capturado o imprudentemente

–¿Por qué cree que estos chips son los más aptos para su llegada al gran público?

–La clave del NFC es que mejora la experiencia de compra de la persona. Es decir, cuando vas a comprar, por ejemplo en rebajas, tienes que esperar, meter el código, etcétera, completar un proceso. El NFC no tiene pin, otros proyectos como 'contactless' de Visa sí que lo tienen. El problema del NFC es que es una tecnología en la que si te roban el móvil pueden comprar. La Caixa, por ejemplo, permite que los primeros 20 euros de compra se hagan sin pin y a partir de ahí sí obligan a utilizarlo. Además, asumen los gastos de compras inferiores a 20 euros si el terminal ha sido robado.

–¿Cómo se va a solventar el hecho de que no todos los teléfonos incluyan estos chips?

–Hay pegatinas que lo contienen y se pueden adherir a los terminales. Lo que sí es cierto es que los fabricantes de telefonía móvil deben ponerse de acuerdo. Que Apple haya decidido no implantar los chips NFC en sus teléfonos, que son de los más vendidos, ha sido un parón importante para esta tecnología.

«El problema del NFC es que si te roban el móvil pueden comprar»

–¿Qué alternativas hay?

–El pago sin TPV virtual puede ser también una tecnología que se imponga, aunque es un proceso mucho más lento. Pero, la tecnología más interesante es la de los códigos RFID, unos pequeños códigos de barras, como los que se ponen para evitar robos de prendas en las tiendas de ropa. Sobre todo sería muy interesante su implantación para, por ejemplo, pagar automáticamente la cesta de la compra al pasar bajo un arco de seguridad en un supermercado.

puesto en manos de terceros por diversas causas.

Un paso más se produjo con la puesta en circulación de generadores de código único para cada transacción y que van asociados a cada usuario de manera biunívoca. Es un indicativo de **lo que tengo**. Aparte de ser una solución poco ergonómica, puede ser objeto de fáciles olvidos o de pérdidas y sustracciones.

Para llegar a un sistema de seguridad completo, se ha avanzado en la identificación del usuario de forma infalible desarrollando técnicas biométricas: toma de la huella dactilar, lectura del iris o la retina en el ojo. Parece ciencia ficción, pero eso sí que es un indicativo infalible de lo que soy. Si agrupamos el sistema completo descubrimos una tarjeta física o un dispositivo (teléfono NFC, ordenador, smartphone,…) que indica lo que solo yo tengo; un usuario, una clave o un PIN que indica lo que solo yo sé; y un carácter biométrico (mi huella, mi ojo…) que indica lo que solo yo soy.

Ahora la seguridad está más garantizada.

Shopciable

Una plataforma de compras en Internet que no encarece los productos pero sí dedica un porcentaje a causas benéficas

Por J. A. Pardal **Foto:** El Norte

En muchas ocasiones la compraventa de productos y servicios es vista como una transacción voraz en la que los vendedores tan solo quieren maximizar sus ingresos y los compradores buscan conseguir más por menos. Pero, en ese campo minado e incluso tétrico existen iniciativas que reverdecen las mejores intenciones tanto de los compradores como de los que comercian con los productos. Este es el caso de Shopciable, una tienda en Internet en cuya página web se denomina a sí misma como «el primer centro comercial solidario 'on-line'». Su funcionamiento es muy simple. Tras la creación de un usuario en la web 'www.shopciable.com', el comprador accede a una enorme cantidad de tiendas en Internet de las marcas más conocidas y de hasta un total de 19 categorías diferentes que van desde aerolíneas o empresas de viajes hasta páginas de apuestas 'on-line' o tiendas de ropa deportiva, sumando más de 250 tiendas en total. Las compras realizadas por el consumidor tienen, para él, el mismo importe que si se hicieran en la tienda 'on-line' en cuestión pero un porcentaje de su precio se destina a causas benéficas sin que el comprador no te diferencia en el precio. Y estas causas son de lo más diversas porque también aquí se puede elegir entre una gran variedad, que actualmente es de 22 iniciativas entre las que se puede decidir el usuario de Shopciable. Puede tratarse de un proyecto de la oenegé Acción contra el hambre en Uganda, una acción de 'Plan' para escolarizar a las mujeres de la India o una campaña de vacunación de animales en España de la fundación sin ánimo de lucro Adra, todas ellas se encuentran en colaboración con esta web de comercio solidario. Además, los usuarios de este portal podrán recomendar sus propias campañas de oenegé con las que colaborar y de esta forma.

Shopciable cuenta con perfiles en Facebook, Twitter y Pinterest donde se puede realizar un seguimiento continuo a su actividad solidaria.

«Las redes sociales son una ventana para ver qué dicen de ti y mejorar»

José Manuel Valenzuela y Bernardo Crespo explican la clave del éxito de BBVA en internet: escuchar, saber cuándo actuar y segmentar los mensajes

Por Rebeca Alonso **Foto:** Iñaki Bilbao

Hoy en día las redes sociales son herramientas que están presentes en la vida diaria de la mayoría de las personas. Los 'me gustas', los 'retuits', compartir fotos 'on-line' o ubicaciones… han creado un nuevo lenguaje y una nueva forma de entender las relaciones. Su altísimo poder no ha pasado desapercibido para muchas empresas que han hecho rápidamente los deberes con el objetivo de aprovechar estas plataformas al máximo y gestionar correctamente su imagen corporativa en internet. Este es el caso de BBVA, un banco global con presencia mundial que trata de simplificar y segmentar esta comunicación social en la red. Esta entidad tiene presencia nada menos que en Facebook, Twitter, YouTube, Google+, LinkedIn y Foursquare con el fin de mantener una mejor y más cercana relación con los clientes. «En el fondo no es más que una herramienta para facilitar conversaciones. Lo que tiene que hacer el banco primero es escuchar y, cuando sea necesario, intervenir», opina Bernardo Crespo, responsable de Marketing Digital y Marketing Lab en BBVA.

Segmentación

La especialización y la segmentación son las claves para BBVA en la gestión de las redes. «Vimos que era un error centralizarlo en un equipo porque nadie sabe de todo y los internautas tienen diferentes perfiles con intereses concretos. Hay que construir alrededor del usuario, no del banco. Generamos diálogo en torno a esos intereses, los agrupamos y ofrecemos respuestas», aclara José Manuel Valenzuela, director de Comunicación en Redes Sociales e I&T en BBVA. La idea es segmentar los mensajes al máximo para «no aburrir ni saturar al usuario, sino resultarle útil», añade. Además, también se lleva a cabo una clara diferenciación geográfica, en función de la cultura y las costumbres locales. «Por ejemplo, en Perú se busca recetas de cocina y en España interesa el fútbol», aclara. Esta adaptación se hace evidente al ver el número de diferentes perfiles de BBVA en cada red social dependiendo del país, el tema y los intereses. Por ejemplo, en Twitter cuentan con 21 perfiles globales, 12 en España y otros diferentes para Venezuela, Puerto Rico, Perú, Paraguay, México, Estados Unidos, Colombia, Chile y Argentina. Esta división en perfiles también se lleva a cabo en Facebook. El Twitter oficial del banco a nivel mundial, @bbva, posee actualmente más de 5.500 seguidores. «No se trata de sumar usuarios, conseguir 'me gustas' ni 'followers', no peleamos por la audiencia. Queremos ser útiles a nuestros grupos de interés», remarca Valenzuela.

Claro que las redes sociales son un arma de doble filo. Por eso es tan importante saber controlarlas y usarlas en nuestro beneficio. José Manuel Valenzuela lo tiene claro. «Hay dos opciones: mirar y aprender de ello o dar la espalda. Antes nos regíamos por la frase 'ojos que no ven corazón que no siente' porque no escuchábamos a la gente, no teníamos acceso a ello. Ahora se ha abierto una ventana a la que puedes asomarte y ver qué dicen de ti para mejorar». Es precisamente ese papel activo, abierto a los comentarios del público y preparado para intervenir cuando hace falta, la clave del uso exitoso de las redes sociales en el ámbito empresarial. Como recalca Valenzuela, «te dan la oportunidad de escuchar y anticiparte a los problemas». Y eso a pesar del gran flujo de mensajes que reciben. «Manejamos millones de comentarios y los leemos todos. La gran mayoría de situaciones complicadas se acaba solucionando», asegura Bernardo Crespo.

JOSÉ MANUEL VALENZUELA Y BERNARDO CRESPO
CONSULTANDO LA PÁGINA DE FACEBOOK DE BBVA

Videorreportaje de Rodrigo Ucero en **www.e-volucion.es**

Néstor Palao, joven emprendedor

«Tu idea debe llevarte a crear tu empresa, no al contrario»

Blogger, betatester, , creador de Anchor y Sluik... y solo tiene 15 años

Por Javier Zurro

Néstor Palao no es un adolescente normal. Pasa sus ratos libres entre aplicaciones, blogs y modelos de negocio en vez de jugando con la consola. Actualmente se encuentra desarrollando la plataforma Sluik, una aplicación para dispositivos con sistema operativo iOS consistente es una guía de viajes social basada en el concepto de la interacción.

–'Blogger', 'betatester', 'community manager', creador de las 'apps' Anchor y Sluik… y solo 15 años. ¿Tiene tiempo libre para otras actividades?

–Desde luego, me da tiempo a disfrutar de lo que más me gusta, salir con mis amigos, hacer deporte, estudiar… Lo básico es una buena organización, un buen gestor de tareas y concentración. Si quieres puedes aprovechar tu tiempo al 100% sin desperdiciar ni un solo minuto.

–Es raro ver que alguien tan joven tenga un espíritu tan emprendedor, ¿en qué momento surge en esa iniciativa?

–Comencé hace varios años con algunos pequeños proyectos. Algunos eran útiles y otros auténticos fracasos, pero poco a poco iba pensando en mayores ideas. Para tener éxito empresarial tu idea debe llevarte a crear tu empresa, no al contrario.

> «España quiere apoyar a los emprendedores y cada día pone más trabas»

-¿Cree que en nuestra sociedad se fomenta poco el favorecer ese espíritu emprendedor?

–Totalmente. Por desgracia, el sistema educativo español está absolutamente muerto, no fomenta para nada la creatividad ni la puesta en marcha de nuevas ideas. Solo se centra en obligar a los escolares a memorizar conceptos para plasmarlos en un examen y que estos lo olviden en unas semanas. Lo peor de todo es que no parece que el ejecutivo tenga la mínima intención de cambiar el método actual.

–¿Cuesta poner en marcha en España una empresa?

–Mucho. Parece que España quiere apoyar a los emprendedores y día a día pone más trabas. Los precios para fundar una compañía en España pueden llegar a ser de miles de euros. En países como Gran Bretaña, el precio siempre es de 40 libras.

–¿Es el mundo de las 'apps' el futuro?

–Es también el presente. Las marcas ahora mismo encuentran un nicho de negocio y un buen canal de venta en las aplicaciones, por lo que están centrándose en desarrollar y preparar sus plataformas para los móviles de última generación.

–Tiene una gran presencia en las redes sociales, especialmente en Twitter (@menpalapps). ¿Cuál cree que es su potencial empresarial?

–Son una herramienta con un gran potencial, ya que permiten reunir al cliente y al vendedor en un mismo lugar, de forma gratuita para los dos.

–¿Qué consejo daría a los jóvenes actuales para animarles a compartir ese punto de vista emprendedor?

–Si tienes una idea, no pares hasta que consigas llevarla a cabo. No importa lo difícil que creas que sea conseguirla, piensa, escribe, dedícala muchas horas de esfuerzo y nunca te des por vencido. Winston Churchill decía que el éxito consiste en caminar entre fracaso y fracaso sin llegar a perder nunca el entusiasmo.

NESTOR PALAO
MUESTRA SU PERFIL EN TWITTER

Modistas por la web

La página NutLu permite a los usuarios crear sus propios diseños de ropa infantil a raíz de una serie de patrones

Por Esther Bengoechea **Fotos:** L. García

Ken se ha convertido en el centro de todas las miradas, ya sean de plástico o de verdad. Lourdes observa, con la boca abierta, a la pareja de su muñeca que, con su pantalón blanco de campana y su pelo engominado, ilumina la habitación. Lourdes tuvo su primera máquina de coser a los 4 años y, cuando iba al instituto, ella misma se hacía la ropa para salir. Lourdes García, natural de Gran Canaria, es la promotora y la estratega de NutLu, la primera página web donde cada persona puede diseñar la prenda infantil, desde recién nacidos a doce años, que desea comprar.

Que nadie se tire de los pelos pero Lourdes García dejó su trabajo para apostar por este proyecto. A su lado estaba y está César de la Fuente, vallisoletano con raíces palentinas que, amén de ser su pareja, es el director técnico de NutLu. Los orígenes de esta web son muy sencillos, fruto de una serie de casualidades. El 'boom' de natalidad que experimentó Lourdes García a su alrededor hizo que desempolvase la máquina de coser que la acompañó en su infancia y se dedicase a hacer vestidos a las hijas de sus amigas. «El patrón que utilizaba era el mismo, pero cambiando la tela y los adornos», comentaba con sencillez. Decidió acudir a clases de costura industrial con el fin de crear un pequeño negocio en el que ella se encargaría de todo. La evolución del proyecto hizo que su profesora de costura, Begoña, sea la encargada de supervisar la producción de NutLu, y que su 'pequeño negocio' tenga una plantilla de siete personas.

La elección del nombre que coronaría la página web trajo de cabeza a la canaria. Como buena licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas testó más de 400 nombres, «pero ninguno terminaba de encajar», recordaba. Tenía que ser una palabra sencilla que, además, tuviera un toque personal. Así nació Nut, nuez en inglés, y Lu, parte del nombre de la creadora del negocio digital. Lourdes García hizo una encuesta sobre la marca de la empresa y «el 73% de las personas que recordaban el nombre de NutLu lo escribían correctamente».

Mr. Potato

La principal atracción de NutLu para los usuarios es, amén de la calidad de las prendas, el poder jugar con los diseños. «Es un proceso similar al de Mr. Potato, al que al cambiarle la nariz y las orejas tienes una patata diferente», explicaba con acierto. Bajo los mismos diseños se escogen las telas, los cuellos y las mangas, y los botones, personalizando el regalo para hijos, sobrinos o ahijados. En la sección 'Explícanos tu propuesta', cada persona puede hacer un pedido totalmente personalizado con la ayuda de los integrantes de NutLu. Recientemente han recibido un pedido para dos hermanas, de 4 años y 6 meses, que van a llevar el mismo vestido a una boda. «Nos lo han pedido con base de tul, un diseño muy romántico», analizaba Lourdes. Esto funciona así: el futuro comprador explica el planteamiento del vestido y NutLu hace un boceto acorde a lo que el cliente quiere. Si a este le gusta el resultado, se ponen en marcha las máquinas de coser. Las redes sociales, junto con el 'boca a boca', son el arma de Lourdes García para darse a conocer: «Tenemos presencia en Facebook, Twitter, Pinterest y YouTube, aunque estamos evaluando otras estrategias de difusión 'on-line' y 'off-line'».

NutLu.com

Modelo y tela
Es el primer paso para crear su vestido. Cuellos y mangas es lo siguiente a escoger.

¿Me prestas un 'smartphone'?

Yolanda Martín
Directora del Centro de Competencia de Movilidad de Telefónica Soluciones en Valladolid

El servicio Movilteca de Telefónica presta móviles y tabletas a los empresarios para que prueben sus aplicaciones

Por R. Alonso **Foto:** G. Villamil

Videorreportaje de Rodrigo Ucero en **www.e-volucion.es**

Los dispositivos móviles son cada vez más modernos, pero también más caros. Hoy en día ya no es tan fácil hacerse con el último modelo. Por eso, probar una aplicación en varios 'smartphones' o tabletas con diferentes características y sistemas operativos puede convertirse en un quebradero de cabeza especialmente para las pequeñas y medianas empresas. Para solucionar este problema Telefónica ha creado la Movilteca, un servicio que estrena a principios de este año un espacio físico en la sede de la multinacional en el Parque Tecnológico de Boecillo (Valladolid). «Telefónica Soluciones tiene un espacio en el edificio de Boecillo, una sala en la parte superior en la que habrá tres áreas: zona de trabajo, sala de reuniones y sala de demostraciones. La idea es dinamizar el negocio de Castilla y León, que los 'partners' puedan mostrar sus productos, organizar visitas y ayudar a las empresas a obtener ventas. El objetivo es impulsar al tejido empresarial de la región», explica Yolanda Martín, directora del Centro de Competencia de Movilidad de Telefónica Soluciones en Valladolid.

> **La Movilteca cuenta con un catálogo de unos 200 terminales**

La Movilteca dio sus primeros pasos a finales de 2010 de la mano de la Dirección de Nuevos Negocios Digitales de Telefónica Empresas pero ahora se encuentra en un momento álgido. «El año 2011 fue un periodo de establecer los objetivos y ver qué queríamos que significara el proyecto. En 2012 hemos avanzado en varios temas y 2013 espero que sea el año de consolidación del proyecto», aclara Yolanda Martín. Actualmente, este servicio cuenta con unos 200 terminales y presta alrededor de 100 al año. Además, Telefónica compra periódicamente con la colaboración de Movilforum para renovar el catálogo y, si alguna empresa les pide un modelo del que no disponen, se busca la manera de conseguirlo. «Se solicitan terminales de todo tipo porque dentro del mundo de las aplicaciones móviles nosotros distinguimos entre las que son internas de una empresa, que a veces usan terminales rugerizados, y otro tipo de aplicaciones que se cuelgan en los 'markets' que lo que te demandan es tener un iPad, la última versión de iPhone o un Android. Tenemos de todo tipo: terminales de gama baja, de gama muy alta, terminales rugerizados industriales, todo tipo de tabletas… depende del proyecto, del cliente y del objeto del préstamo», apunta.

Las empresas que deseen utilizar la Movilteca solo necesitan enviar un correo electrónico a Telefónica para solicitarlo. «Lo que pretendemos es que la gente no tenga que invertir en cosas que realmente no son necesarias porque nosotros las tenemos y ponerlas a su disposición. La idea es no prestarlo durante un tiempo demasiado largo para que todo el mundo pueda acceder a los terminales. Hemos fijado como norma quince días de préstamo aunque luego somos muy flexibles», explica Yolanda Martín.

Centro de Competencia

La Movilteca es un importante proyecto nacional de Telefónica ubicado en Boecillo pero a su vez se trata de uno de los múltiples compromisos sociales del Centro de Competencia y Movilidad de la multinacional, como el proyecto en el que se trabaja actualmente para ayudar a las empresas más afectadas por la crisis. «Para el Centro de Competencia se fijaron tres objetivos desde el principio: El desarrollo y dinamización de la región, innovación y divulgación tecnológica y proyección nacional e internacional. Todo lo que hacemos está orientado a cumplirlos. Ahora, el hecho de disponer de un espacio propio y acondicionarlo para que sea una sala de demostraciones y un expositor de lo que se vende, de lo que tenemos y de la innovación que se lleva a cabo, es un hito muy importante».

El negocio natural

IDForest es una empresa asentada en el polígono industrial de Venta de Baños que aplica la tecnología y los estudios de ADN al control de plagas en las plantas

Por M. E. García **Foto:** R. Ucero

JAIME OLAIZOLA
DIRECTOR DE IDFOREST

La RAE define la biotecnología como el «empleo de células vivas para la obtención y mejora de productos útiles, como los alimentos y los medicamentos» así como el «estudio científico de estos métodos y sus aplicaciones». Pero lo más práctico para comprenderlo es un ejemplo. En el polígono industrial de la localidad palentina de Venta de Baños se asienta IDForest, una empresa dedicada a la biotecnología aplicada. Sobre una base tecnológica se dedica a la identificación y control de plagas y enfermedades, su control biológico mediante hongos micorrícicos (el hongo mantiene una relación de simbiosis con la planta y crece en sus raíces) y el desarrollo de métodos de cultivo de hongos comestibles y medicinales.

Jaime Olaizola es su director y fundador define la biotecnología como «la elaboración de técnicas que permitan avanzar en el mundo de la biología con una dirección aplicada» y concreta «en nuestro caso, desarrollamos técnicas de laboratorio y de detección de ADN en el mundo de las setas y de la micología».

Reconoce que sus inicios no fueron fáciles pero la experiencia adquirida con una empresa anterior junto a otros tres socios, ECM Ingeniería, sirvió para hacer los trámites algo más llevaderos. «Perdimos el miedo que supone crear una empresa, sobre todo a la parte administrativa, porque tampoco teníamos formación en gestión de empresas». Así que, su director se plantea continuar en la misma

línea: «estamos perdiendo el miedo a salir fuera y a hablar con la gente y a negociar en otro idioma que es lo que, muchas veces, da más miedo.»

El siguiente paso fue la creación de IDForest junto a Viveros Fuenteamarga, con más experiencia empresarial: «no había en España un laboratorio que hiciera análisis, se hacen en laboratorios públicos o centros de investigación» aportando eficiencia y rapidez a la hora de poner los resultados sobre la mesa. Este fue un paso adelante porque este proyecto sí necesitaba inversión». Un crédito ICO y una ayuda a la Agencia de Desarrollo Económico de Castilla y León fueron el comienzo. «La empresa tenía todas las características para conseguir el máximo de subvención: una empresa biotecnológica, ubicada en el medio rural», explica Olaizola.

Olaizola reconoce que han tenido que perder el miedo a salir al exterior

Áreas de trabajo

Los proyectos de IDForest se dividen en cuatro áreas determinadas. Jaime Olaizola explica que la primera es la detección de hongos patógenos y de enfermedades, plagas, «insectos que pueden causar daños a las plantas bien forestales o de jardinería». Desde IDForest las identifican y dan soluciones. Si la patología no es de origen fúngico (por ejemplo un virus) se envía a otros laboratorios. Las enfermedades más extendidas en la actualidad son «la phytophthora que afecta a plantas totalmente diferentes, desde los setos que se usan para el cerramiento de los jardines hasta los castaños». Mientras que en los viveros preocupa «el fusarium y el pythium que afectan sobre todo a plantas jóvenes. Intentamos detectarlo cuanto antes para que estas enfermedades no produzcan pérdidas».

La empresa también presta este tipo de servicios a algunos jardines como los del Ayuntamiento de Valladolid, la Ciudad Financiera del Santander y a campos de Golf, como el club Entrepinos.

La segunda área es la microrrización. «El 90% de los árboles que vemos tienen hongos en sus raíces de forma natural y esos hongos les ayudan mediante simbiosis a crecer mejor, tener menos problemas y en algunos casos, como los boletus o los níscalos, a dar setas». IDForest produce micelio de hongo microrrícico para implantar esos hongos (microrrizar) en plantas de vivero. Olaizola lo ejemplifica: «Aportamos pinos con níscalos a Viveros Fueteamarga, uno de los más grandes de la actualidad de planta forestal. Eso permite tener plantas de uno o dos años que llevadas al jardín o al bosque da níscalos en tres o cuatro años».

idforest.es
Desde la web de la empresa se pueden conocer los proyectos en los que están trabajando y otros datos de interés.

Clasificado dentro de este mismo sector IDForest también indentifica planta microrrizada para decir que quien la compra sea que es auténtica. «Se están empezando a vender. Como el precio es bastante elevado es importante que vaya certificada porque se han registrado bastantes fraudes». La comprobación se debe hacer un laboratorio. «Tienes que ver la asociación, la simbiosis entre el hongo y la planta en las raíces». Una de las más solicitadas es la trufa negra. Y es que los hongos microrricicos son difíciles de cultivar pero son los que alcanzan un mayor valor en el mercado. Algunos de los más comunes, además de la ya mencionada trufa negra, son los níscalos, los boletus, lactarius o la amanita cesarea. Ninguno de ellos se puede cultivar en paquetes.

Esta es precisamente el tercer sector de IDForest: el cultivo de hongos en 'pack' (setas de chopo o shiitake, por ejemplo). Después se comercializan para que los particulares puedan tener su pequeña plantación. Dentro de esta misma línea IDForest extrae los principios medicinales que poseen muchas setas. «Con esto estamos empezando pero parece que tiene bastante futuro. Se están descubriendo que muchos hongos tiene unos principios activos que no se había estudiado y son beneficiosos para la salud humana». A estos principios se los conoce como beta glucanos, un compuesto que potencia el sistema inmunitario.

Colaboración

En este terreno, la empresa palentina trabaja junto a la burgalesa Naturae dedicada a incorporar esos elementos beneficiosos en algunos alimentos. «En IDForest se hacen los desarrollos para que Naturae pueda cultivar. Seleccionamos el hongo, la cepa, le explicamos como tiene que hacerlo y hacemos revisiones bibliográficas», comenta Olaizola. La última de las áreas sería el I+D sobre todos sus proyectos anteriores. Detectan nuevas enfermedades, ayudan a centros de investigación e intentan cultivar nuevos tipos de hongos. «Lo más potente que tiene la empresa es buscar estos desarrollos que puedan explotar otras empresas».

Videorreportaje de Rodrigo Ucero en **www.e-volucion.es**

Viviendo en un mar de datos

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

Según IBM, cada día la humanidad genera 2,5 quintillones de bytes de datos. Sin entrar a contar los ceros que debe tener esa cifra, lo cierto es que el 90% de los datos que dispone el mundo hoy en día se han generado en los últimos dos años; o por decirlo de otra forma, en uno solo de los días de este 2013 se generarán más datos que en todo el año 2000. Por supuesto, no es que ahora pasen más cosas, supongo que serán más o menos las mismas, sino que se registra más cantidad de información de lo que ocurre. Mucha de la culpa la tiene Internet, donde pasamos cada vez más tiempo de nuestra vida, y donde casi todo lo que hacemos se registra, se almacena y potencialmente puede utilizarse para extraer información. Pero también contribuye el número de sensores, cada vez más avanzados, que hay desplegados, como medidores de contaminación, de ruidos, cámaras de tráfico, contadores de personas, contadores de luz o agua, o también la informatización casi completa que existe en las empresas y la complejidad creciente de nuestros hogares. Las aplicaciones que surgen del tratamiento de los datos son innumerables. Un ejemplo es el concepto de ciudad inteligente que descansa en la gestión y tratamiento de los datos disponibles. Se trata de conocer cuáles son los hábitos de comportamiento de los ciudadanos y de cualquier otra variable disponible en la ciudad. Conociendo por ejemplo, los movimientos de personas y automóviles, se pueden optimizar la colocación y tiempos de los semáforos, de los agentes municipales, las plazas de aparcamiento, los puntos de información, las rutas del transporte urbano municipal o los puntos de recarga para el coche eléctrico. La ciudad inteligente no es que sea más lista, sino que hace mejor uso de su información.

A nivel más particular, el uso de nuestros propios datos también puede reportarnos ventajas. Por ejemplo, podemos llegar a un acuerdo con nuestra compañía de seguros de nuestro coche para convencerle de que somos un cliente de bajo riesgo. Un dispositivo con GPS en nuestro automóvil junto con un acelerómetro, puede registrar nuestros patrones de uso y así demostrar que no rebasamos los límites de velocidad, que conducimos de forma tranquila. De este modo, y siempre que sigamos conduciendo según los cánones, tendremos un descuento considerable en nuestra factura del seguro, independientemente de otros parámetros menos fiables, y constitucionalmente discriminatorios, como el sexo o la edad.

El crecimiento de la generación de datos es en estos momentos exponencial. Los retos a resolver son enormes. Cuando existe exceso de información tenemos problemas para tomar decisiones, pues es imposible tener en cuenta toda la información disponible. Surge así en nuestra ayuda la ciencia de los grandes datos, el Big Data, con tecnologías emergentes e inmejorables posibilidades empresariales. Una nueva ciencia en la que empresas e instituciones deberíamos invertir y sumar fuerzas, para que no sea otra más de las oportunidades tecnológicas que, maravillados, vemos pasar en la distancia.

Valladolid-sociedad de la información: Respuestas directas al ciudadano

Fernando Rubio Ballestero
Consejero delegado de Presidencia del Ayuntamiento de Valladolid

Desde el Ayuntamiento de Valladolid hemos promovido, junto con diferentes actores públicos y privados, la iniciativa Smart City Valladolid y Palencia con el objetivo de favorecer la unión de las dos ciudades –superando sus límites territoriales– y de las empresas (60 hasta el momento), para desplegar proyectos innovadores aplicados, tanto a escenarios urbanos como a escenarios interurbanos.

Este planteamiento para la eficiente solución de los problemas de la ciudad a través de las TIC lo articulamos en varios ejes de actuación: Energía, Medio Ambiente, Logística y Transporte, Ciudadano y Turismo, y el mismo ha conllevado para la ciudad obtener el reconocimiento otorgado por el Ministerio de Ciencia e Innovación de 'Ciudad de la Ciencia e Innovación' en 2010.

Nuestra concepción de una 'Ciudad Inteligente o Smart City' incide especial y directamente en la interrelación con el ciudadano, y las TIC son una herramienta fundamental para este cometido, en tres niveles diferentes:

1º.-**Informando con mayor transparencia** de las acciones públicas y facilitando la reutilización de la información y la comunicación bidireccional.

2º.-**Haciendo posible la gestión** y la tramitación de servicios a través de Internet (procedimientos digitalizados, gestores de expedientes, firma electrónica...);

3º.-**Extendiendo el uso de las TIC** al conjunto de la población; ampliando las posibilidades para acceder a la sociedad de la información al conjunto de los vecinos.

Dentro del primer nivel, hemos creado un recurso en la Red: www.valladolidencifras.es para proporcionar a los ciudadanos y a cualquier usuario una sólida base de información sobre Valladolid y los 15 municipios de su entorno, estructurada en un conjunto de más de 270.000 datos y más de 1.700 indicadores en constante crecimiento, que nos ayudan a entender un poco mejor la ciudad y su Comunidad Urbana, a obtener conclusiones, a tomar decisiones y también a comprender por qué se adoptan determinadas medidas por parte de los responsables de entidades públicas y de las empresas privadas. Las mediciones son fundamentales para la gestión: para aplicar medidas preventivas y correctivas con la suficiente antelación y para implementar óptimas soluciones de mejora. Esta herramienta proporciona también una sólida base para la reutilización de la información.

Por otro lado, el portal de participación ciudadana integrado en www.valladolid.es, permite una comunicación bidireccional para escuchar y responder desde la cercanía. En el segundo nivel encuadramos nuestro proyecto de la Administración Electrónica, que está transformando radicalmente el funcionamiento de la institución y la prestación de servicios a los ciudadanos (24 horas al día, 7 días a la semana).

En la actualidad, la Sede Electrónica del Ayuntamiento de Valladolid es de las pocas en España en la que todos los trámites y servicios que componen el catálogo municipal se pueden iniciar de forma telemática, disponiendo el ciudadano de una 'carpeta' que le permite consultar el estado de su expediente. La sede ha sido utilizada, hasta diciembre de 2012 por 157.451 usuarios, y la Fundación Orange, en su informe anual 2012 'e-España' sobre el desarrollo de la sociedad de la información en España, ha puesto, por segundo año consecutivo de manifiesto el liderazgo de Valladolid entre los Ayuntamientos españoles, en cuanto a disponibilidad de servicios públicos online.

Acceso a Internet

El tercero de los niveles del eje 'ciudadano' es la extensión del uso de las TIC al conjunto de la población, proporcionando los medios y la formación. Para lograrlo, el Ayuntamiento de Valladolid pone a disposición de los ciudadanos una amplia red para facilitar el acceso a internet, divulgar, promover y poner al alcance de todos las nuevas tecnologías de la información y las comuicaciones. Esta red está basada en una infraestructura que se sustenta en cuatro pilares:

1) El primero son los **puntos de acceso a Internet** (PAI), con un total de 101 puestos con ordenadores personales, de libre acceso a Internet, que están instalados, de forma selectiva, en diversos edificios municipales como son Bibliotecas Municipales, Centros Cívicos, Centros de Personas Mayores y diversos emplazamientos como el Espacio Joven. En estos PAI los ciudadanos tienen a su disposición, de forma gratuita, un ordenador personal con capacidades de impresión, gestionado por un sistema de acceso y seguridad y bajo la asistencia de personal municipal, con un amplio horario, de 9:00h a 14:00 y de 16:00 a 21:00 de lunes a viernes y de 10:00 a 14:00 los sábados.

2) El segundo pilar lo constituye **la implantación de una estructura de áreas WiFi** con una triple opción: áreas WiFi interiores en 32 espacios municipales, áreas WiFi exteriores en 7 espacios públicos (Plaza Mayor, Plaza España, Zona de La Catedral, Plaza Zorrilla, San Pablo, Patio Herreriano y Plaza del Milenio) y áreas WiFi empresarial en el Polígono San Cristóbal. A fecha actual más de 4.000 personas hacen uso de las WiFi interiores en edificios municipales con una media de 332 conexiones diarias, y 3.500 usuarios que realizan una media de 8.000 sesiones mensuales en las exteriores.

3) El tercer pilar es la **Agencia de Innovación y Desarrollo Económico** de Valladolid, sita en la calle Vega Sicilia 2 bis), con el objetivo de fomentar la innovación como plataforma para generación de proyectos para la diversificación y la sostenibilidad económica de Valladolid, así como motor de iniciativas que favorezcan las oportunidades laborales en nuestra ciudad, la retención y atracción del talento a Valladolid, el mantenimiento e implantación de actividades industriales, comerciales y de servicios y la consolidación y el desarrollo del tejido empresarial local. Esta Agencia ha abierto sus puertas a la Red Española de Ciudades Inteligentes, siendo su sede permanente.

4) El último de los pilares es el **Centro Municipal de Difusión Tecnológica (CEDIT)**, un espacio para la sociedad de la información y del conocimiento que también acoge el Centro de Procesos de Datos del Ayuntamiento, en un inmueble situado en la céntrica calle Enrique IV de la capital.

En la planta baja se encuentra ubicado el espacio del CyL Digital de la Junta de Castilla y León que dispone de una sala diáfana con wi-fi para libre navegación, complementando los puntos de acceso a Internet municipales, y aulas para talleres.

En planta primera se sitúan varias salas polivalentes para divulgación y exposición de nuevas tecnologías, y donde se facilita el desarrollo de cursos, talleres formativos y jornadas para ciudadanos, pymes, asociaciones..., con el objeto de lograr, para todos, la generalización del uso de las TIC en nuestra vida diaria. Y para llegar al máximo de personas y colectivos posible, nos apoyamos en una red de agentes colaboradores formada por entidades educativas, asociaciones profesionales, redes de voluntariado etc, que como nosotros, persiguen el referido fin.

Es nuestra voluntad que los ciudadanos conozcan todos los soportes que la Administración Municipal pone a su disposición para ofrecerles el mejor servicio que las nuevas tecnologías permiten. Cada vecino de Valladolid que desee aprovecharlas, que no dude en contactar con el Ayuntamiento, también a través del 010, donde se le orientará de forma personalizada. Comparto para la reflexión, una frase del arquitecto estadounidense Nicholas Negroponte: «el futuro ya está aquí, y solo existen dos posibilidades: ser digital o no ser». Pero sin olvidar que la vida es lo que pasa mientras perdemos, a veces, el tiempo en las redes sociales.

Pablo Santos, decano del Colegio Profesional de Ingenieros en Informática de Castilla y León

«Los mejores profesionales muchas veces se van fuera»

Por R. Alonso **Foto:** R. Otazo

Para Pablo Santos, los retos del sector son la creación de empresas y un mayor reconocimiento del oficio

PABLO SANTOS
DECANO DEL COLEGIO DE INGENIEROS EN INFORMÁTICA DE CASTILLA Y LEÓN

Vivimos en un «mundo software». Así ve Pablo Santos, decano del Colegio Profesional de Ingenieros en Informática de Castilla y León y fundador de la empresa Codice Software, el futuro del sector. Un futuro lleno de oportunidades gracias a la rápida evolución de las nuevas tecnologías. En su opinión, los grandes retos para los ingenieros informáticos son la creación de nuevas empresas y conseguir mayor reconocimiento de la profesión en España.

–¿Cómo nació el Colegio Profesional de Ingenieros en Informática de Castilla y León?

–El colegio se creó en 2003. Todos los colegios de ingenieros en informática de España son muy recientes. Somos una profesión joven, llevamos treinta años existiendo pero los colegios no más de doce. Tenemos una estructura diferente al resto de colegios, estamos unidos a las comunidades y no existe un colegio nacional como tal.

–¿Cuáles son sus principales objetivos?

–La razón que tenemos de existir es unir fundamentalmente los intereses y necesidades del colectivo, siempre pensando en la defensa de la profesión y sobre todo en su buen ejercicio. Somos una entidad de derecho público que vela por que los profesionales ejerzan de manera correcta. Luchamos por intereses comunes a todos los ingenieros como cambios en las titulaciones, que sigamos teniendo un nombre uniforme, que se nos reconozca en las empresas, que se respeten nuestros derechos, etcétera.

–¿Qué ventajas aporta colegiarse?

–Para ejercer como ingeniero informático se necesita estar colegiado por ley, lo que no quiere decir que sea algo que se refuerce realmente porque la definición de la profesión, aunque nosotros la tenemos muy clara, no lo es tanto desde el punto de vista del ejercicio. El mayor valor que podemos proporcionar a un profesional es la red de contactos que se crea dentro del colegio. Organizamos reuniones en las que se puede hablar de tú a tú de forma informal con gente que puede ayudarte en tu carrera o incluso ser tu mentor.

–¿Cuál es el principal problema al que se enfrentan los ingenieros en informática?

–En Estados Unidos la profesión de 'software engineer' es la más valorada. Allí están empezando a hacer pujas por los mejores profesionales. En España no estamos tan afectados por el paro como otras áreas pero no es una profesión tan valorada como en el extranjero ni se trata del mismo nivel salarial. Es necesario que aquí se cree industria de cualquier área informática pero fundamentalmente de software. Los mejores profesionales en muchas ocasiones se van fuera porque encuentran oportunidades que aquí no hay.

> **«Tenemos los ingredientes para que Castilla y León sea más puntera»**

–¿Qué recomendaría a los profesionales que acaban de graduarse?

–Hay nada menos que trece centros educativos de ingeniería informática en Castilla y León. La sociedad ha invertido mucho en nosotros, tenemos que devolver todo lo posible y yo creo que una de las asignaturas pendientes que tenemos es la creación de empresas. Tenemos lo más importante, los profesionales, y debemos ser conscientes de las grandes posibilidades que un ingeniero en informática tiene para emprender y del impacto positivo que puede aportar a la región. Tenemos los ingredientes para que Castilla y León pueda ser mucho más puntera en industria informática.

Videorreportaje de E. P. Boada en **www.e-volucion.es**

Por Liliana Martínez Colodró

SANTIAGO JIMÉNEZ BARRULL

Santiago Jiménez Barrull, presidente ejecutivo de Maat International Group

«La crisis es una buena oportunidad; da incentivos para buscar nuevas salidas»

Considerado uno de los pioneros de Internet en España, Jiménez Barrull defiende el potencial de la Red «para construir la propuesta de valor de una empresa»

Incansable conversador, sus serenas palabras destilan conocimiento por los cuatro costados. Preside actualmente Maat International Group, sociedad española promotora e inversora en el ámbito de las iniciativas empresariales de base tecnológica en los sectores de las TIC, los medios de comunicación, la energía renovable y la biotecnología con presencia en más de 20 países de Europa, América, África y Asia. Santiago Jiménez Barrull es un hombre emprendedor, un experto en procesos de negocio y un ponente habitual en conferencias sobre banca, tecnología e innovación y es considerado uno de los pioneros de Internet en España. Jiménez Barrull participó en el último Encuentro profesional e-volución, donde charló sobre 'Crisis, tecnología y ecosistemas empresariales'.

–En la actualidad, todavía existe un gran número de empresas, sobre todo las más pequeñas y tradicionales, que sienten reticencias a la hora de acceder al mundo de Internet. ¿Cómo era entonces trabajar en los años 90 en la Red cuando era una gran desconocida en este país?

–A diferencia de nuestros hijos, todavía tenemos la experiencia inicial de la primera vez que descubrimos Internet, y ese vértigo de clicar e intercambiar información y navegar. Eso te hace percibir el mundo de forma distinta. Ese bloqueo que comenta surge de las distintas oleadas de acceso a este entorno. Internet, o las nuevas herramientas de gestión de información, no es el futuro, es la gran oportunidad que tenemos delante y en estos momentos de crisis es el resquicio para poder entrar y construir las propuestas de valor de una empresa.

–¿Cree que las pequeñas empresas españolas están preparadas para afrontar todos estos cambios que ha impulsado la tecnología?

–Yo creo que sin duda, y la crisis es una buena oportunidad porque da los incentivos necesarios para buscar nuevas salidas. Existen todos los elementos para que un emprendedor español tenga todo el potencial que puede obtener cualquier otro emprendedor del mundo. Hay que ser congruente también en esa apuesta de crear esos ecosistemas empresariales en torno a la tecnología también desde el ámbito institucional.

–Y, a este respecto, ¿considera que las empresas del sector TIC encuentran más dificultades para conseguir apoyos institucionales?

–Yo pienso que estamos todavía centrados en arquetipos analógicos, un poco en el ciclo de vida de una empresa tradicional, que produce en un mercado local y luego exporta. Y este concepto ha cambiado. Una empresa nace ya en el ámbito global. Por otro lado, la propia estructura de incentivos públicos va orientada muchas veces a potenciar la inversión en activos fijos, cuando en cierta medida el capital intelectual, que es la columna vertebral de cualquier activo empresarial.

> «Estamos centrados en arquetipos analógicos, y hay que pensar que las empresas nacen hoy en el ámbito global»

–Y el mundo 'cloud', ¿qué potencia de negocio tiene para las empresas?

–El mundo 'cloud' en realidad es un concepto casi de márquetin, pero tiene que ver por un lado con la virtualización de las infraestructuras y, por otro, con el acceso a la información de una manera ubicua y transparente. De cierta medida es la evolución de Internet; está en el ADN de los sistemas de información y gestión de cualquier organización.

–Usted escribió en un artículo que las redes sociales son ventanas abiertas directas al usuario...

–Hace ya mucho tiempo que en la aproximación a la estrategia empresarial se decía que una empresa, una organización, son conversaciones; y la calidad de esas conversaciones es lo que determina tu posicionamiento competitivo. Aquí hay un elemento adicional, que el usuario ya no es un usuario, es parte de tu propio activo, estamos 'co-creando' los servicios. Ya no es alguien que entrega y alguien que consume. El cliente forma parte de nuestros socios. Desde ese punto de vista, la red social lo que te permite es un modo de potenciar y estimular esas conversaciones como parte de esa creación y copartición de ese valor.

n **Fotos:** Gabriel Villamil

Eduardo Fernández-Rojo, vicepresidente y director general de RIM en España y en el Área Mediterránea (Blackberry)

«La digitalización y la movilidad son los avances que están cambiando el mundo»

La tecnología es para él la mejor herramientas para estar conectado en su trabajo y con su familia. Se define como uno de los primeros 'geeks' de la generación X

EDUARDO FERNÁNDEZ-ROJO

Lleva casi dos décadas trabajando en tecnología, de los que los últimos 15 años los ha dedicado a la industria del móvil, 'smartphones' e Internet móvil. Eduardo Fernández-Rojo es vicepresidente del Área Mediterránea en Research in Motion, la compañía creadora de Blackberry y a la que se unió en el año 2007 con la misión de desarrollar sus productos y servicios y llevarlo desde el mundo de la empresa al del consumo. Participó en los Encuentros profesionales e-volución con la charla 'Todo negocio tradicional tiene una bala digital con su nombre escrito'.

–A finales de enero se lanzará Blackberry 10, ¿nos puede adelantar alguna novedad de esta plataforma?

–Con ella renovamos todos los elementos tecnológicos de la oferta de Blackberry, desde el dispositivo el sistema operativo, y también los servicios, que son los servicios Blackberry de toda la vida pero evolucionados, con el fin de atender un poco este mundo en el que tenemos una mayor interactividad con las cosas.

–Los teléfonos han experimentado una evolución tecnológica increíble en los últimos años, ¿dónde está el límite?

–Yo soy ingeniero, y como muchos otros ingenieros pensaba que sí, que había un límite, pero estábamos equivocados. La Ley de Moore dice que somos capaces de integrar en el mismo espacio físico el doble de capacidad de computación cada dos años. En teoría, esta Ley de Moore se tendría que parar; pero lo cierto es que en los últimos años lo que hemos vivido es una aceleración de esos procesos: Cada vez somos capaces de tener chips más pequeños, con más capacidad de proceso, con lo cual aparecen teléfonos más pequeños y más inteligentes. Y esto todavía no tiene un fin claro. Incluso estamos viendo como estos dispositivos se extienden a otras partes y objetos de nuestro entorno como relojes, pulseras o ropa. Esto es lo que llamamos el Internet de las cosas y está ocurriendo ahora mismo.

«Los que pensábamos que la evolución tecnológica tenía un límite estábamos equivocados»

–De todos estos avances tecnológicos, ¿cuál ha sido más importante, el que de verdad ha cambiado el mundo?

–¡Uf! Esta es una pregunta difícil de responder. Lo primero que ha cambiado todo es la digitalización; de repente entra Internet en marcha, se hace un gigante tremendo y cambia las formas de comunicación y todo el conocimiento humano pasa a modo digital. Y, lo segundo, es la movilidad; y esta la he vivido en mi vida profesional de forma dramática. Todo lo que hacíamos antes atados a una máquina se convierte en móvil. Estos son conceptos forman y transforman lo que se hace alrededor: los libros y la música se hacen digitales y encima te los puedes llevar.

–Pero la tecnología también está comenzando a tener aparejado un valor añadido de moda, de necesidad de adquirir 'lo último'…

–Sí que es verdad que parece que hay un componente de moda o de 'glamour', pero la realidad es otra. En el caso de Blackberry es muy curioso. Tradicionalmente siempre se ha visto como una solución de empresa, y desde luego que es una solución de empresa (estamos presentes en el 80% de las empresas del Ibex 35). Pero otra cosa que ha ocurrido es que ha explotado entre los jóvenes: esto obedece a un plan y a un trabajo del equipo español, que lo ha hecho muy bien. Os va a sorprender este dato, pero según un informe de Orange comisionado por TNS, el 64% de los jóvenes españoles usa Blackberry.

–Se dice que somos lo que comemos; y ahora, tal vez, también somos lo que mostramos en nuestros perfiles sociales…

–Las redes sociales te permiten conseguir información de las personas que están conectadas y esto hace que se conozcan mejor de los otros sin haber cruzado ni una palabra con ellos. Al final, el mundo es un mundo de personas y, las empresas son asociaciones de personas con una intención: vender un producto, crear algo, comercializarlo… Con las redes sociales tú te acercas a alguien y el márquetin es mucho más dirigido; puedes llegar con menos costes a la audiencia que quieres llegar.

Videorreportaje de Rodrigo Ucero y entrevistas completas en **www.e-volucion.es**

PROBETAS EN UNO DE LOS LABORATORIOS *DEL CTTA*

Compartir el saber como fuente de riqueza

Por J. A. P. **Fotos:** R. Ucero

El Parque Tecnológico de la UVA alberga el CTTA, un centro que auna los esfuerzos de universidad y empresa

La relación de la universidad con sus alumnos y con el completo de la sociedad no se termina cuando los primeros finalizan sus años de formación, ni debe de desligarse de los objetivos en común que tiene junto a los segundos.

Este tipo de instituciones puede y debe ser el motor que impulse una nueva forma de afrontar la actual situación para, en momentos difíciles, gestar las bases de lo que serán los nuevos tiempos. La Universidad de Valladolid tiene muy claros estos conceptos como demuestra el trabajo que se realiza en su Centro de Transferencia de Tecnologías Aplicadas situado en el Parque Científico de la UVA junto al IOBA y las facultades de Ciencias y Educación, entre otras.

En proceso de crecimiento

En este edificio de bella factura trabajan actualmente una veintena de empresas aunque aún existe espacio para muchas más puesto que se encuentra «al 40% de ocupación», como afirma Salvador Dueñas Carazo, director general de este complejo situado en el Campus Miguel Delibes.

En las cuatro plantas del CTTA desarrollan su labor entidades dirigidas al sector TIC, desarrolladoras de software o investigadoras, entre otras, para que «con el ánimo de colaborar en el avance del conocimiento y conseguir unos niveles de competitividad elevados, fruto del conocimiento que se genera en la universidad, tengan un ecosistema, un espacio de colaboración y de proyección e innovación que las haga crecer», asegura Dueñas.

La actividad en sus cuatro pisos

Planta baja: Concentra los servicios de conserjería y otras instancias. Además cuenta con oficinas de la empresa pública ADE Parques.

Primera planta: Es la más concurrida. En ella trabajan empresas dedicadas al desarrollo de software y dirigidas al sector TIC.

Segunda planta: En ella se encuentran los laboratorios individuales y el común. Entidades farmacéuticas y químicas ocupan sus dependencias.

Tercera planta: Aún se encuentra vacía aunque no por mucho tiempo. Está equipada de forma similar a las instalaciones del primer piso.

Zonas comunes
El pago del alquiler de las instalaciones da derecho a la utilización de servicios compartidos como este área de descanso.

Estas entidades alquilan el espacio a un precio de 12 euros por metro cuadrado al mes, en el caso de las oficinas, y de 15 cuando se trata de laboratorios. Estos últimos se encuentran equipados con los instrumentos básicos con los que una empresa investigadora puede comenzar su labor, tales como un frigorífico y una pila construidos en materiales resistentes al trabajo con elementos químicos, un instrumento denominado rotavapor, un agitador-calefactor y una balanza de alta precisión y una estufa, además de medidas sanitarias y equipamientos adicionales adecuadas a los trabajos que se realizan en este tipo de lugares, ya que «se exigen unas medidas de seguridad que no se utilizan en los edificios habituales», como asegura Alma Escudero, del Departamento de Desarrollo y Comunicación del Parque Tecnológico de la UVA.

Junto a este equipamiento básico, además de las oficinas que también gozan de su respectivo mobiliario, la veintena de entidades que trabajan aquí disponen de otros equipos que comparten entre todas ellas, a fin de ahorrar en costes y facilitar, de esta manera, la puesta en marcha de proyectos que sin este tipo de ayuda necesitarían de una inversión mucho más fuerte. De este modo, el edificio cuenta con una sala de juntas y un salón de actos con capacidad para hasta 100 personas, un office y varias áreas de descanso. Y, por su parte, el laboratorio común dispone de equipos complementarios como una vitrina de gases o una termodesinfectadora con secado, entre otros elementos.

Videorreportaje de Rodrigo Ucero en **www.e-volucion.es**

Servicios complementarios

Y es que la labor de este edificio, financiado por el Programa Acteparq 2009 del Ministerio de Economía y Competitividad con cargo a los Fondos FEDER de la Unión Europea, aspira a convertirse en un lugar que «alberga a empresas que demandan investigaciones y desarrollos de la UVA, a 'spin-off' recién constituidas o en fase de lanzamiento así como unidades mixtas de investigadores-empresas» como puede leerse en su presentación en la página web 'Parquecientíficouva.es'. «No es un vivero de empresas en el sentido de que solo puedan estar aquí por un tiempo limitado, sino que les ofrecemos un lugar en el que trabajar por el tiempo que deseen», asegura la directora de Desarrollo y Comunicación de la Fundación Parque Científico de la UVA, Laura Serrano.

Una veintena de empresas realizan su labor en este edificio

Además de la necesidad de disponer de las herramientas físicas necesarias para desarrollar una labor profesional, las empresas que se dirigen a esta institución cuentan, entre otros servicios adicionales, con el asesoramiento en la gestión de proyectos, para buscar que éstos casen con los objetivos que se plantea la universidad, o la asistencia en las labores de gabinete de prensa y marketing para las empresas que han decidido trabajar en este espacio. El fin debe ser el de valerse los unos de los otros, universidad y empresas, para avanzar en la consecución del desarrollo a través de proyectos que gracias a estas iniciativas pueden ser una realidad.

Información y Criptografía (II)

Carlos Ceruelo
Director de Everis en Castilla y León. Vicepresidente del Consejo territorial de Ametic en Castilla y león. Miembro cualificado de Mensa.
cceruelo@gmail.com

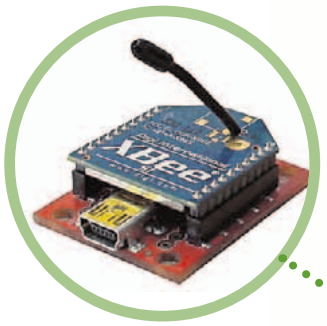
Como vimos en el artículo anterior, los sistemas actuales de criptografía se basan principalmente en el uso de pares de claves pública-privada. La forma básica de encriptar un mensaje es realizando alguna operación lógica o matemática sencilla entre los datos y la clave privada, para así ofuscarlos. Realizando la operación inversa con la clave pública, se recupera el mensaje original. Estas relaciones biunívocas entre las claves se consiguen con algoritmos basados en complejas operaciones que utilizan números primos. Con estos métodos es imposible encontrar la clave privada por medios matemáticos, aunque se conozca la pública. Los hackers deben de realizar millones de millones de operaciones de prueba y error. A este modo de operar se le denomina 'de fuerza bruta', y con la longitud actual de claves y la actual potencia de los ordenadores, a los crackers les puede llevar cientos de años descubrir una clave. Para hacernos una idea, con una clave típica de 128 bits, existen 2 elevado a 128, es decir, 3.400 sextillones de diferentes combinaciones posibles. Pero según la tecnología avanza, la potencia de los ordenadores crece y va disminuyendo ese tiempo necesario para encontrar una clave por fuerza bruta. De modo que los responsables de los sistemas de seguridad tienen que hacer las claves cada vez más largas, para que por este lado también se siga alargando el tiempo medio de procesamiento y así compensar. Lo malo es que las claves también se hacen cada vez más complicadas y lentas.

Otro aspecto de seguridad vital a tener en cuenta es el modo de transmisión de claves, sobre todo cuando estas se utilizan para realizar comprobaciones y autorizaciones, como en controles de acceso u órdenes de realización de operaciones. Cuando hay que mostrar una clave ante un sistema para lograr su reconocimiento, esta podría ser capturada y leída, bien por un espía o incluso por el mismo receptor que podría después utilizarla para otras operaciones. Por ejemplo, para ordenar una transacción bancaria, lo ideal sería que el sistema reconociese que tenemos la clave pero que no hiciera falta enviarla, ni siquiera encriptada.

Para ello, se utilizan distintos protocolos que se denominan de 'Conocimiento cero', y que se basan, de nuevo, en el uso de algoritmos que operan con números primos. El proceso se inicia con un sistema independiente que envía al emisor y al receptor un número aleatorio. El emisor realiza un conjunto de operaciones con su clave y el resultado se envía al receptor, que con el algoritmo correspondiente y el mismo número aleatorio puede comprobar que la clave usada es la correcta, y dar el 'ok'. Por lo tanto se envían datos derivados de nuestra clave, que como no descubren la propia clave a nadie se denominan de conocimiento cero, pero indican fehacientemente al receptor que disponemos de la clave adecuada.

Existe en el horizonte temporal de varios años un problema que no se podrá resolver con la actual tecnología, ni ampliando la longitud de las claves ni mejorando los algoritmos. Se trata de los futuros ordenadores cuánticos, y la única solución al problema será cambiar absolutamente de tecnología, y usar los principios de la criptografía cuántica. Será el objetivo del próximo artículo.

Un calcetín para medir las pesadillas



RSSI

PULSO CARDIACO

GSR: SUDORACIÓN

TEMPERATURA

Puntos de estudio
Un sensor y varios electrodos analizan las reacciones que tiene el cuerpo durante el sueño a través de una serie de puntos en el pie.

Dos estudiantes de la Universidad de Valladolid monitorizan las señales fisiológicas del sueño

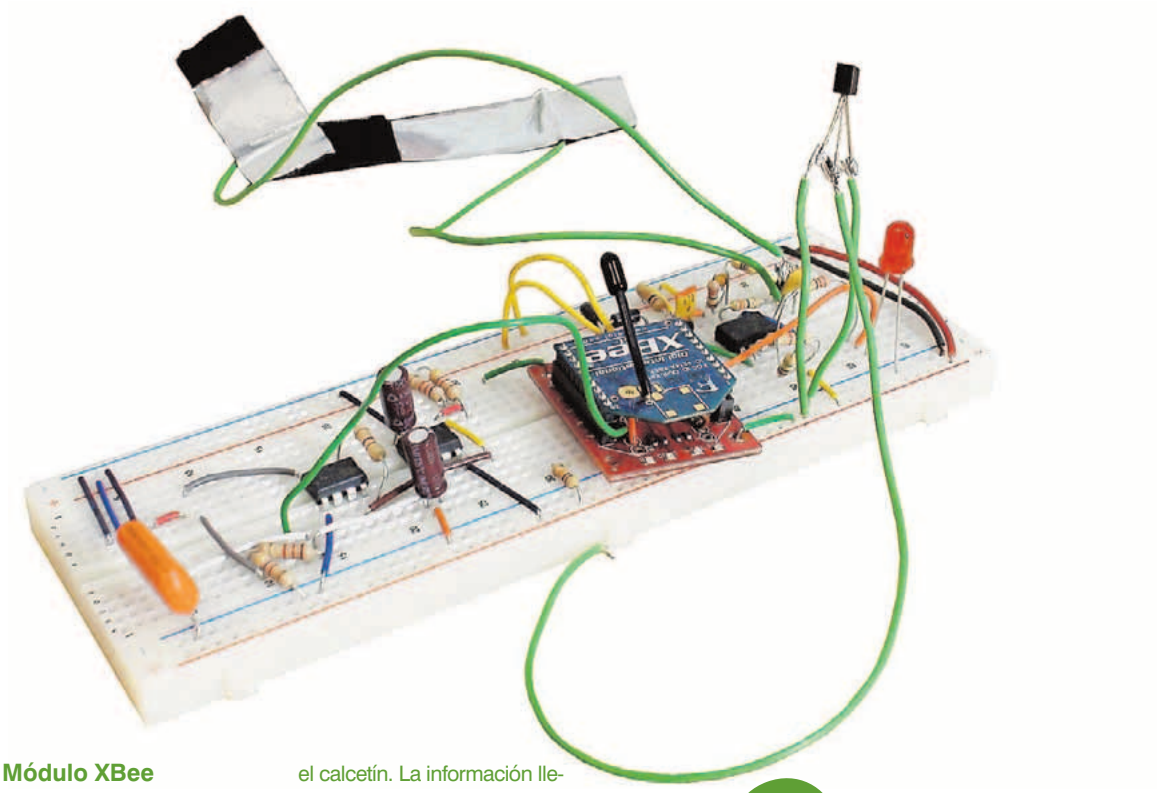
Por Esther Bengoechea **Fotos:** He Kyeong Ko

Dar un paso al frente y que la escalera desaparezca a la vez que tu cuerpo se pierde entre metros y metros de vacío. Huir de alguien que te persigue, mientras solo escuchas los propios latidos, y notas que las piernas no responden. Y, cómo no, soñar con el coco. Estos son solo algunos ejemplos de todo lo que puede alumbrar los sueños o las pesadillas de los que yacen bajo el nórdico. Pero, ¿qué reacciones sufre el cuerpo más allá de levantarse totalmente despeinado o tener las sábanas hechas un gurruño? La palentina Alba Espinosa y el vallisoletano Alberto Santiago, ingenieros en electrónica de la Universidad de Valladolid, han creado, como proyecto de fin de carrera, el llamado 'Calcetín Inalámbrico del Sueño': monitorización de señales fisiológicas, para estudiar cómo reacciona el cuerpo mientras duerme.

> «Lo que más me impactó fue ver cómo varía la sudoración en el cuerpo»

La idea se fue cociendo poco a poco, añadiendo de aquí, quitando de allá, modificando esto y lo otro. En un principio solo iba a medir las variables fisiológicas del cuerpo, más adelante se decidió que fuera durante el sueño. La primera opción fue una muñequera, seguida de una faja, pero ambas ideas ya existían así que «empezamos a pensar en qué otro lugar se podrían instalar los sensores», explicaba Santiago. Y finalmente se decantaron por el pie, una de las partes del cuerpo donde se pueden medir más variables. «El calcetín era el objeto menos invasivo para dormir, ya que la muñequera te la puedes arrancar con facilidad y, la faja, no creo que sea lo más cómodo para descansar», argumentaba la vallisoletana con sorna.

El siguiente paso consistía en lograr que la información se actualizara al momento en un ordenador y sin ningún cable de por medio, esto es, que fuera inalámbrico. Para ello utilizaron la tecnología



Módulo XBee
Se conecta al ordenador para recibir los datos que recoge el calcetín. La información llega a la pantalla mediante una interfaz gráfica.

Zig Bee con unos módulos XBee. Son dos módulos, uno es el emisor y se encuentra en el calcetín y el otro es el receptor que está en el ordenador, conectado vía USB, y que recibe todos los datos por medio de wifi. Pero, ¿cómo consiguen que la información sea legible en la pantalla del equipo? Mediante una interfaz gráfica, Matlab, se pueden ver todos los datos en tiempo real.

Datos

El calcetín del sueño estudia la temperatura periférica de la piel, la sudoración y el pulso cardiaco. La temperatura de la piel se puede medir en las extremidades, esto es, en el pie, porque ahí la temperatura es proporcional a la cantidad de sangre en el área. Así, si la persona está tensa, se reduce el flujo sanguineo y la temperatura desciende. Para ello se coloca un sensor IC LM 35 en el dedo gordo del pie. Los latidos se controlan mediante dos terminales de ECG en el tendón de Aquiles, mientras que la sudoración se estudia con dos electrodos de láminas de aluminio situadas en la planta del pie.

La realización de este proyecto se retrasó hasta los nueve meses porque tanto Santiago como Espinosa estuvieron de prácticas al mismo tiempo. Antes de presentar el trabajo al jurado de la UVA decidieron probarlo, estudiar sus propios sueños. «Lo que más me impactó fue ver cómo varía la sudoración en el cuerpo, dependiendo de lo que estés sintiendo en sueños», relataba Santiago. La temperatura, si no hay ningún tipo de contrariedad, solo disminuye al amanecer.

La última aplicación que se añadió al proyecto fue detectar si el usuario ha salido de la habitación durante la noche y cuántas veces, gracias al módulo XBee. Así también se podrá estudiar el tipo de trastorno que sufre la persona que duerme. Y, mientras los monstruos salen de su escondite cuando el sueño acecha, el proyecto de Santiago y Espinosa estudia cómo reacciona el cuerpo ante la llegada de los visitantes de la noche.

ALBERTO SANTIAGO
COCREADOR DEL PROYECTO

EVOLUCIÓN DEL PROYECTO

El 3 de abril de 2012. Ese día la Universidad de Valladolid citó a Espinosa y a Santiago para presentar el 'Calcetín inalámbrico del sueño' ante el jurado.

Matrícula de Honor. Después de un tiempo limitado de veinte minutos para presentar su trabajo, obtuvieron la nota máxima permitida.

Beca Prometeo de la UVA. Se la concedieron para proteger el proyecto y obtener la patente. Otorgaron 1.000 euros a cada uno de ellos.

Dos tutores para el mismo trabajo. Fernando Gayubo Rojo enfocó el proyecto y José Luis González Sánchez les ayudó a llevarlo a cabo.

Videorreportaje de E. Bengoechea en **www.e-volucion.es**

Un Quimicefa virtual

Aetical y la Universidad de León han desarrollado un laboratorio en Internet para que los estudiantes realicen ejercicios educativos

Por J. A. Pardal **Fotos:** El Norte

Seguro que usted ha jugado, ha regalado o ha visto a niños disfrutar con aquella mítica creación de la empresa Cefa, el archiconocido Quimicefa, uno de los juegos que aún perduran en el inconsciente colectivo de varias generaciones como la primera vez que se acercaron y experimentaron con la química. El juego, que aún se sigue fabricando, fue un auténtico éxito de ventas en los años 80 y 90 del siglo pasado y supo fomentar entre los más pequeños su interés por los experimentos científicos con elementos químicos o incluso la alteración de sus estados gracias a la aplicación de los mecheros bunsen, por ejemplo. Un simple repaso a la Red nos ofrece cientos de experiencias contadas por todos aquellos que en su día disfrutaron de las posibilidades que ofrecía.

Recogiendo el guante que dejó este juego, la Federación de Asociaciones de Tecnologías de la Información, Comunicaciones y Electrónica de Castilla y León, Aetical, ha desarrollado junto a la Fundación General de la Universidad de León la web Mi Laboratorio, una plataforma que aplica la realidad virtual al ámbito educativo, facilitando a los estudiantes de primaria y secundaria la realización de ejercicios prácticos de química y tecnología. Una posibilidad que además se mejora con la puesta a su disposición de bibliografía sobre estas materias y una amplia capacidad comunicativa, similar a la de una red social, en la que los alumnos pueden almacenar y compartir información y «aprender de una forma divertida y entretenida», como se

Formación: aprovecha tu potencial

Manuel A. Fernández
Director de Operaciones de EAM
Sistemas Informáticos
manuel.fernandez@eam.es | @manuelfdez

Muchos de los currículos que llegan a los departamentos de Recursos Humanos carecen de las palabras claves imprescindibles para el que pone un anuncio en busca de un perfil determinado. Las empresas, en particular las tecnológicas, buscan personas con unos conocimientos cada vez más específicos; de poco sirve decir que se es administrador de bases de datos sin especificar en qué, si lo que se busca es un técnico con experiencia en 'Oracle Real Application Clusters 11g'.

En el mundo de las TIC (Tecnologías de la Información y Comunicaciones) hay técnicos generalistas que lo mismo diseñan una web que cambian un procesador o configuran un router. Pero, al igual que ocurre en Medicina, cada vez más se busca la especialización en cada una de las áreas que componen un departamento TIC.

A la hora de redactar un currículo, y a modo de ejemplo, tendrá más oportunidades en el área de Desarrollo de Software, el programador que además de conocer PHP, haya realizado algún proyecto en HTML5 y CSS3. Si hablamos de Telecomunicaciones, entre dos ingenieros tendrá ventaja el que haya obtenido el CCNA o, incluso mejor, el CCNP de Cisco. En la parte de Administración de Sistemas, el que se certifique como VCP de VMware, MCSA o MCSE de Microsoft, o LPIC de Linux, ampliará sus opciones. En Técnica de Sistemas se busca gente que domine servidores en clúster y cabinas

Mi Laboratorio
El portal es de muy divertida lectura gracias a un diseño simple y con unas completas ilustraciones que no dejan a nadie indiferente.

puede leer en el comunicado de prensa facilitada por sus creadores a los medios de comunicación.

Más allá de las aulas

Además, Aetical y la FGULEM han buscado aprovechar las posibilidades que la Red ofrece para la comunicación entre profesores y alumnos, más allá de las aulas, para, de esta forma, hacer «más cercana la relación colegio – profesor – alumno fuera del horario lectivo». Una intención que se plasma en el espacio en Internet 'Blog.milaboratorio.es' y en las cuentas que se han creado en Twitter y Facebook.

Esta financiado por el Ministerio de Industria, Energía y Turismo

La plataforma, que está construida como un portal e-learning, se divide en tres partes. Por un lado existe un espacio denominado 'Centros' en el que cada uno de los colegios participantes podrá introducir sus datos y decidir, por ejemplo, qué información quiere facilitar a sus alumnos o incluso incluir noticias sobre el colegio en cuestión o sobre los temas de actualidad que consideren de interés. La segunda de las partes se dedica a los profesores, que también podrán decidir varios aspectos de la formación que van a recibir los alumnos, un grupo, este último al que se dedica el tercer apartado de la web, denominado 'Mi pupitre'.

El proyecto, aplicado de manera pionera en el IES Padre Isla y el IES Eras de Renueva, ambos en León, está financiado por el Ministerio de Industria, Energía y Turismo, dentro del subprograma Avanza, y ha sido desarrollado por Proconsi. Actualmente incorpora ya a su red a ocho colegios de León capital, Ponferrada o La Robla, entre otros.

Junto a todas estas características, Mi Laboratorio cuenta también con una sección de noticias donde todos sus usuarios, incluso los no registrados, podrán estar al tanto de las información tecnológica más interesante.

de discos. Y en Bases de Datos, tendrá más posibilidades el técnico certificado como 'Oracle Certified Expert, Oracle Real Application Clusters 11g and Grid Infrastructure Administrator' que además haya lidiado con equipos de alta disponibilidad. Y que no se nos olvide que el inglés es prácticamente imprescindible en todas y cada una de estas áreas.

En esta época que nos ha tocado vivir, en la que todo lo queremos 'ya' y exigimos que el tiempo de parada de los sistemas informáticos sea mínimo o incluso cero, hay una materia muy importante que no se suele enseñar/aprender, y es la metodología para la resolución de problemas. Sabemos crear, modificar, ampliar,..., pero en el momento que surge un problema no somos capaces de acotarlo, descubrirlo, minimizarlo, solucionarlo y registrarlo. Debemos aprender a diseñar soluciones con las que podamos comprometernos a no superar unos tiempos de indisponibilidad determinados, y que su impacto sea mínimo.

Volviendo al inicio, cuando se intenta incorporar al área de Sistemas un técnico especialista en VMware, no solo se busca que tenga la formación académica suficiente, sino que haya batallado en resolución de problemas, que haya recuperado sistemas, que las incidencias no hayan tenido repercusión para el cliente, que haya ejecutado migraciones, que controle las diferentes cabinas de discos y métodos de backup, y si además está certificado como VCP, y habla inglés, entonces hemos encontrado un mirlo blanco. Un dato revelador, que hace de la formación un elemento clave tanto para entrar como para mantenerse en el mercado laboral, es que de las profesiones y especialidades más demandadas hoy en día, muchas de ellas ni siquiera existían hace pocos años.

No esperéis a que os pongan un problema delante con el que poder demostrar vuestras habilidades, sino que jugad con vuestros equipos, con vuestras webs, con vuestras aplicaciones caseras y realizad tareas de copia, de recuperación, preparad un clúster, un balanceador, poned todo al límite, optimizadlo,... disfrutad.

WEB CON LOS CURSOS OFRECIDOS POR WESLU
PLATAFORMA CREADA EN OCTUBRE DE 2012

'Profe' particular a un solo click

Desde octubre de 2012 Weslu pone en contacto a profesores y personas con ganas de aprender

Por J. Z. Fotos: Weslu

Alberto Lorente, fundador de Weslu, buscaba un profesor particular de matemáticas para su hija. De esa anécdota surgió la idea para una nueva empresa que pusiera en contacto a todos los profesores con las personas que busca unos conocimientos concretos. Siempre, eso sí, basándose en algún tipo de sistema de reputación o valoración en el que poder basarse para elegir al maestro adecuado. Esa fue la semilla que con el tiempo derivó en lo que pretende ser ahora Weslu. Una plataforma de personas que quieren compartir sus conocimientos o habilidades, partiendo de la idea de que todas las personas son profesores potenciales. Weslu surge, además, en una época en la que la importancia, y el precio, de la formación se ha multiplicado, y no solo ofrece conocimientos, sino que como el propio Alberto Lorente expresa, «ofrecemos una alternativa al empleo por cuenta ajena. Weslu permite obtener ingresos a cualquier persona que sea buena en algo concreto y que tenga las ganas de transmitirlo».

La respuesta del público ha sido muy entusiasta. Desde que Weslu se puso en marcha en octubre de 2012 se ha formado una comunidad de alumnos de más de 3.000 usuarios, de los cuales, más de 200 son también profesores. Esta cifra es muy importante, y más cuando se habla de cualquier plataforma de comercio electrónico, ya que, desgraciadamente, la gente todavía tiene cierto recelo a estas nuevas vías de explotación. Alberto Lorente cree firmemente que solo se necesita tiempo para que la gente se acostumbre y no teme a que la gente pueda desconfiar de los cursos que se promocionan desde Weslu. Por ello no se realizan exámenes previos a aquellas personas que quieran enseñar algo, ya que serán los propios usuarios los que valoren a los profesores y contenidos de los cursos.

Weslu ya cuenta con más de 3.000 usuarios y 200 profesores

Áreas de docencia

Bellas artes, gastronomía, nuevas tecnologías… Cualquier rama del saber tiene cabida en Weslu. De hecho, sorprende saber cuáles son los conocimientos más demandados en la actualidad. Muchos podrían pensar que los idiomas o el uso de programas informáticos son los más cotizados, pero nada que ver con la realidad. Auto hipnosis, auto acupuntura, cocina simple y mecánica para mujeres, esos son, según el fundador de Weslu, los cursos con más éxito de la plataforma, lo que vuelve a poner de manifiesto que cualquier conocimiento es importante.

El éxito de esta plataforma no ha hecho más que comenzar y las redes sociales han jugado un papel clave en este reconocimiento. Weslu está integrado con Facebook y Twitter, por lo que tanto los profesores como los alumnos pueden expresar su opinión sobre los cursos a todos sus contactos, además de dar a conocer a Weslu a todos ellos. Aparte, la propia empresa tiene perfil propio en ambas redes sociales desde las que promociona los cursos y cualquier información de interés para sus usuarios.

Otro aspecto novedoso que destaca en la página web de esta plataforma es su blog personal, desde el que ofrecen una imagen más cercana al usuario, que gracias a los posts publicados en esta bitácora puede ver y conocer a las personas que se esconden detrás de la empresa. Una apuesta a la que Alberto Lorente, da una gran importancia: «No podemos concebir Weslu de otra forma. Los usuarios a los que vamos dirigidos esperan que seamos transparentes y sinceros. Si todas las empresas fuesen un poco más transparentes estoy convencido de que mejoraría la percepción negativa que existe en España hacia las empresas y los empresarios».

Descubre Weslu en **www.e-volucion.es**

Trafficker: el señor de los anuncios

Este nuevo perfil profesional se encarga de gestionar la publicidad que se muestra en una página web

Por J. A. P. **Ilustración:** H. Ko

Intentemos desembrollar el lío, el terminológico al menos. En este nuevo mundo de Internet, de la red 2.0, la terminología es a veces confusa, difícil de traducir e incluso puede dar lugar al error por su similitud entre términos que, en la mayoría de las ocasiones, provienen del inglés.

El 'trafficker' es el encargado de crear, monitorizar y, en definitiva, mantener el correcto funcionamiento de las campañas de publicidad que se muestran en las páginas web. Su puesto puede compartir algunos aspectos del trabajo con el que realiza el denominado como 'traffic manager' o el analista web pero, desde luego, no se dedican al mismo ámbito. El 'trafficker' debe conocer el número de impresiones de cada uno de los anuncios que se muestra en un portal de Internet y si estos se están visualizando de manera correcta, en tiempo, forma o ajustándose a la frecuencia de repetición deseada. Atendiendo siempre a los objetivos que se marca el anunciante a la hora de diseñar una campaña de publicidad.

Y, en este ámbito, la función de este nuevo tipo de profesional es esencial puesto que el dominio de las herramientas de software puestas a su alcance le permitirá conocer el número de páginas vistas por cada uno de los usuarios únicos que acceden a una página web y, así mismo, las veces que un anuncio determinado se le ha mostrado para, de esta manera, aplicar estas cifras a las tarifas de publicidad.

Quien controla la publicidad de un portal debe conocer la utilización de los programas servidores de publicidad, denominados 'adserver' y los lenguajes informáticos como HTML o JavaScript; sin olvidar otros como Flash o los utilizados en marketing y contabilidad, como el archiconocido Excel de Microsoft.

¿Qué es un programa 'adserver'?

La herramienta fundamental del 'trafficker' es el programa con el que gestionará el correcto funcionamiento de los anuncios en cada uno de los lugares de la web en los que aparecerán. Estos programas son los denominados 'adservers', es decir, los servidores de publicidad gracias a los que se gestionan los anuncios de forma programada, la clave para el desarrollo correcto de una campaña de publicidad.

¿Quién puede ser 'trafficker'?

Como ocurre en la inmensa mayoría de las nuevas profesiones nacidas de la mano de Internet, este puesto no goza de una formación específica para quien lo va a desempeñar. El encargado de la correcta visualización de la publicidad de una página web debe disponer de conocimientos informáticos que aplicará a su trabajo diario pero también trabajará con conceptos propios del marketing 'on-line' y publicitario.

¿Es esencial contar con este puesto?

Depende. De acuerdo, no es una respuesta nada definitiva, pero es que su idoneidad varía en función del tipo de página web en la que vaya a trabajar y de la importancia que tenga ésta en los ingresos de la empresa que la gestiona. Si el portal de Internet utiliza la publicidad como medio de subsistencia, y ésta es una de las bases de su arquitectura web no lo dude, lo necesita de su lado y, por supuesto, le dará unos buenos réditos.

El secreto del equilibrio

MARGA SECO
DE MI PANTALLITA

Por M. E. García **Foto:** R. Ucero

Mi Pantallita es una empresa fundada este verano por la leonesa Marga Seco que ya recoge los frutos a su trabajo

«Un emprendedor ni nace, ni se hace, se contagia». Esas fueron las palabras que animaron a Marga Seco leonesa, afincada en Valladolid, a montar su empresa. Mi Pantallita (mipantallita.com) comenzó con sus proyectos el pasado verano y, de momento, no conoce la crisis. «En este momento en el que todo el mundo está enfangado creo que el sector de las aplicaciones es de lo poco que respira» explica Marga y añade: «puedes hacer un aplicación desde cualquier parte del mundo. Si la haces bien tu público objetivo es todo».

Videorreportaje de Rodrigo Ucero en **www.e-volucion.es**

La andadura de Mi Pantallita ha comenzado con el encargo de un proyecto llamado 'Nemoral' para hacer una aplicación que recogiera con fotografías de gran calidad las especies de mariposas en Palencia. Así bajo el nombre de 'Mariposas de Palencia' desarrollado para iOS y Android la emprendedora leonesa comenzó con un trabajo que tiene visos de continuar: «empezamos por las mariposas pero probablemente haya más ediciones con un montón más de especies».

El principio

Marga también reconoce que sus comienzos no fueron tan complicados como para otras empresas ya que ella siempre recibió el apoyo de su entorno. Además, tuvo la suerte de que aparecieran sus 'business angels', Jesús Lobo y Justino Díez, con el primer encargo. «Fueron quienes me dijeron que les encantaba lo que les estaba contando y que confiaban en mi. Y no solo eso, sino que me dijeron que les comunicara que necesitaba para empezar». La filosofía de Mi Pantallita no es la que se suele encontrar en otras ocasiones, sobre todo en la relación que se establece entre el cliente y el desarrollador. Para Marga quien encarga el proyecto debe ser «un colaborador, alguien que trabaje contigo», en resumen, «que sea flexible yo, como creadora de la aplicación ante el 'feedback' que viene de fuera, tanto del cliente como del usuario y flexibilidad por parte de quien me contrata para adaptarse a los cambios que pueden surgir o porque le explique que algo es mejor, incluso que los test de usuario digan que la idea no es tan buena». Estas conclusiones llegan después de observar como si un cliente dice «quiero esto» y el desarrollador le entrega «un paquete con un lazo probablemente no es ni lo que esperas darle ni lo que él quiere».

A la hora de diseñar una 'app' se debe seguir un proceso que implique a todas las partes. Lo primero, explica Marga Seco, es situarlo dentro de un contexto y en consecuencia, establecer una estrategia. Después el cliente y el desarrollador se

deben sentar juntos para ver cómo se puede hacer: cuáles son los puntos que quiere destacar, qué premisas tiene, si es gratuito, o si va dirigido a un público determinado. A continuación, se diseñan los prototipos y se aprueban pero si se ve que no es buena idea se puede cambiar ese modelo inicial.

Esta leonesa diseña sus desarrollos tanto para iOS como para Android y reconoce que «no tienen nada que ver. El lenguaje de programación es completamente distinto. Incluso las guías de estilo son diferentes». Y añade: «hay usuarios que no están cómodos. Suelen ser muy parecidas pero no deben ser iguales». Como su creadora reconoce que no puede reutilizar nada, «solo un poco del diseño.»

Equilibrio

Para Marga Seco, las aplicaciones deben ser equilibradas para que sean de buena calidad: «si está perfectamente desarrollada a nivel de código pero tiene un diseño nefasto, no funciona. Si tiene un diseño precioso y un código maravilloso pero es difícil de usar, tampoco funciona», en definitiva: «tienes que llegar con todos los ingredientes de la idea: la estrategia, la usabilidad, la experiencia de usuario y el código tiene que ser un paquete». Pero las que triunfan son las que hacen «una cosa muy bien».

Respecto al futuro, a Mi Pantallita se le plantea bien: «Hay algún trabajo pero está esperando ser aprobado en el 'App Store' y saldrá en breve. Al menos la primera versión beta». Y es que en el sector de las aplicaciones para móviles «puedes abstraerte de la crisis y, encima, va a crecer.»

mipantallita.com
Web de Mi Pantallita donde conocer un poco mejor la filosofía de la empresa y la relación empleado-cliente que promueve su fundadora.

lo más descargado... para consultar el tiempo

1 Weather Pro — 2,99
Es la opción más completa. Muestra la previsión de los 7 días siguientes de una manera clara.

2 AccuWeather — Gratis
Predicción por horas de los próximos siete días. También tiene una versión platinum.

3 Weather Neue — Gratis
Es la opción perfecta para cambiar la aplicación que viene con iOS. Sencilla y funcional.

4 WTHR — Xxxx
Diseñada bajo los 10 principios de Dieter Rams y cuyo objetivo es «complementar tu vida».

lo más descargado... para consultar el tiempo

1 Weather Pro — 2,99
Incluye imágenes satelitales e imágenes radar para EE UU, Reino Unido y gran parte de Europaa.

2 AccuWeather — Gratis
Ofrece la predicción más detallada a nivel local. Notifica las condiciones meteorológicas adversas.

3 El tiempo en 14 días — Gratis
Más de 20.000 localidades de España y 200.000 de todo el mundo. También las estaciones de esquí.

4 El tiempo por eltiempo.es — Gratis
Gire el teléfono y pruebe la increíble vista horizontal panorámica hora a hora.

Por M. E. G.

La Biblioteca de la Universidad de Burgos en una aplicación

Por L. M.

El uso extendido de 'smartphones' y tabletas conectados a Internet ha disparado la demanda de páginas web y de aplicaciones adaptadas para su consulta en estos dispositivos. Con este objetivo, desde la Universidad de Burgos, y en estrecha colaboración con el Servicio de Informática y Comunicaciones, se ha diseñado una aplicación móvil desde la que es posible consultar los servicios de la Biblioteca de la institución académica. La aplicación solo está disponible para Android y permite conocer el catálogo de los fondos bibliográficos, ver la ubicación, horarios e informaciones de contacto de cada punto de servicio o hacer búsquedas en el repositorio institucional (Dspace).

La aplicación está disponible gratis para su descarga en la página web Google Play, y ha sido íntegramente diseñada por el personal de la Universidad. Con esta aplicación, la biblioteca universitaria se convierte en una de las primeras bibliotecas en España en ofrecer este tipo de aplicaciones a sus usuarios. Para poder instalarse esta aplicación basta con teclear Universidad de Burgos o BUBUApp en el buscador de Google Play. Además, para su correcto funcionamiento es necesario tener instalado Adobe Air en el dispositivo en el que se quiera descargar. Sobre la nueva 'app' Fernando Martín, director de la Biblioteca de la Universidad de Burgos, subrayó en la presentación de la misma que no es necesario estar matriculado en la UBU para acceder a este servicio. Se trata –dijo– de llevar «la biblioteca en el bolsillo, con una aplicación abierta que tan solo poseen 5 o 6 universidades».

La 'app' está disponible gratis para Android

Página de inicio de la aplicación de la Biblioteca de la Universidad de Burgos.

A la hora de navegar... ¿Cuál es el mejor barco?

Nos pasamos la vida visitando sitios web y pocas veces nos planteamos qué herramienta es la más adecuada

Por Jesús Fernández Echevarría

El navegador importa y mucho cuando hablamos de Internet. Los programas que nos muestran los sitios web no son todos iguales, no responden a la misma velocidad y a veces ni siquiera nos presentan las cosas de la misma manera.

El listado de opciones que nos ofrece el mercado es muy amplio, por tanto, nos centraremos en los cuatro más potentes en sus últimas versiones (bien sean estables o 'nighly') y que hoy por hoy dominan en número de usuarios, Internet Explorer a la cabeza.

A pesar de la importancia para muchos de los complementos –algunos como el Firebug de Firefox harán que los desarrolladores se decanten por éste antes que por el resto– el estudio se ha hecho sobre software libre de añadiduras excepto de Flash (imprescindible para varias de las pruebas) con el objeto de compararles en igualdad de condiciones y sobre un entorno de Windows 8.

Chrome e Internet Explorer poseen la ventaja de ser multiprocesados, aspecto esencial para el que utilice varias pestañas a la vez ya que cargarán simultáneamente y no secuencialmente como hacen Firefox y Safari con prioridad a la pestaña en primer plano.

Una de las características de mayor importancia en la actualidad es la compatibilidad con HTML5 y CSS 3.0, donde Chrome aventaja a sus competidores en los números aunque son resultados ligeramente engañosos ya que interpreta la mayor parte de funciones pero lo hace de forma muy básica.

El navegador que mejores resultados ha obtenido a nivel general es Firefox, sobresaliente en cuanto a rendimiento, consigue los mejores resultados en casi todas las pruebas y benchmarks en los que se ha basado el estudio, asegurando una óptima usabilidad a la velocidad más alta. Chrome quedaría como segunda opción con una diferencia más amplia de lo que se podría esperar mientras que Safari devuelve unos resultados bastante bajos aunque esto se debería a haber realizado el estudio en un entorno Windows donde sus prestaciones son peores.

Finalmente, la última versión del navegador de Microsoft ha mejorado y mucho sus prestaciones con respecto a las anteriores versiones quedando todavía lejos del de Mozilla y Google aunque reduciendo la desventaja.

La FTTH o el equilibrio de la FTTN

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

Pensaba escribir sobre las pruebas de señal 4G/LTE comenzadas en Fuentesaúco y Zamora y su incidencia en la TV, pero seguiré a la espera de ver qué pasa con la sentencia del Tribunal Supremo dictada el pasado 11 de diciembre, declarando nulo por no ser conforme a derecho, el acuerdo del Consejo de Ministros del 16/7/2010 por el que se otorgó a Antena 3, Tele5, Sogecable, Veo TV, Net TV y La Sexta la capacidad equivalente a un múltiplex y aunque la sentencia no afecta, en principio, a los actuales operadores, el ministro ha considerado esperar al informe de los servicios Jurídicos del Estado antes de seguir con el tema del Dividendo digital.

En su lugar voy a comentar una noticia que afecta al sector europeo de las Telecomunicaciones: Deutsche Telekom cuestiona el dogma de la Fibra hasta el Hogar y presenta sus planes para el despliegue de la alta velocidad, anunciando que va a transformar su actual red en IP sin optar por la Fibra Óptica hasta el Hogar (FTTH), sino una solución intermedia (Red Híbrida) en la que combina una primera parte de aproximación al Usuario desplegando Fibra hasta un Nodo (FTTN) y aprovecha para la parte final, los actuales cables de

★★★★☆

Google Chrome (v 25.0.1335.1)

Periodicidad de actualizaciones: muy alta
Tiempos de inicio en frío: 6,11*
Tiempos de inicio en caliente: 1,5*
Tiempo de cierre: 3,9*
Rendimiento: 5,85/10
Compatibilidad: 7,5/10
Velocidad de carga: 9/10
Reproducción de vídeos HD: 4/10
Compatibilidad HTML5: 9/10
Multiproceso: sí
Test de WC3 de CSS 2.1: 93,79/100

*mejor cuanto menor

★★☆☆☆

Internet Explorer 10x86

Periodicidad de actualizaciones: media
Tiempos de inicio en frío: 2,16*
Tiempos de inicio en caliente: 1,71*
Tiempo de cierre: 20,06*
Rendimiento: 4,57/10
Compatibilidad: 6/10
Velocidad de carga: 8,5/10
Reproducción de vídeos HD: 6,5/10
Compatibilidad HTML5: 8,3/10
Multiproceso: sí
Test de WC3 de CSS 2.1: 98,89/100

*mejor cuanto menor

★★★★★

Firefox (v. 20.0a1)

Periodicidad de actualizaciones: muy alta
Tiempos de inicio en frío: 1,89*
Tiempos de inicio en caliente: 0,79*
Tiempo de cierre: 7,6*
Rendimiento: 8,88/10
Compatibilidad: 8,5/10
Velocidad de carga: 9,5/10
Reproducción de vídeos HD: 8/10
Compatibilidad HTML5: 8/10
Multiproceso: no
Test de WC3 de CSS 2.1: 97,11/100

*mejor cuanto menor

★★★☆☆

Safari 6

Periodicidad de actualizaciones: baja
Tiempos de inicio en frío: 6,1*
Tiempos de inicio en caliente: 2,56*
Tiempo de cierre: 7,11*
Rendimiento: 3,42/10
Compatibilidad: 2/10
Velocidad de carga: 8/10
Reproducción de vídeos HD: 8,7/10
Compatibilidad HTML5: 7/10
Multiproceso: no
Test de WC3 de CSS 2.1: 93,79/100

*mejor cuanto menor

Fuente: http://blog.theliel.es

cobre, aplicando la nueva solución VDSL2 Vectoring que reduce las interferencias al máximo entre pares próximos y aumenta la velocidad de descarga a 100 Mb en líneas cortas de 400 M. y hasta 40 Mb en 1 Km o la LTE/4G.

Mientras en España, aunque suponga construir una red totalmente nueva paralela a la existente, se adopta la solución FTTH por su alta fiabilidad y velocidad, Deutsche Telekom acepta la FTTN en equilibrio con su menor coste y crea una red mixta que evita los puntos de mayor lastre para su despliegue: los interiores de edificios y viviendas. Llegar a un edificio no es tan difícil ni caro como llegar a conectar a los usuarios que existen dentro de él. Dificultad propiciada también, a mi parecer, por no contar con los profesionales instaladores más experimentados en estas lides.

Sin anteponer lo uno a lo otro, entiendo que la FTTN podría ser una salida honrosa que tendríamos muchos usuarios para acceder a una velocidad aceptable, allí donde la densidad de población no da rentabilidad a la inversión, pues una Red Híbrida, con el mismo coste y por su mayor capilaridad, llegaría mucho mas lejos y a más clientes que la red pura mientras los operadores no tendrían que emplear constantemente el truco del 'número de hogares pasados' (que no el de conectados).

Pero existe un gran problema en estos momentos: Llevar a cabo este tipo de redes es ilegal en Europa porque la regulación no permite soluciones cuyo diseño de red se cargue de raíz el modelo regulatorio actual de la banda ancha fija del año 2000 basado en el alquiler del bucle desde la central, donde los operadores alternativos se instalan y utilizan las líneas. Si la red es híbrida, el alquiler del bucle sería imposible pues su transformación a una red IP, en buena lógica, haría desaparecer las centrales, tal cual las conocemos.

Contabilidad en la nube

anfix ha creado ContaPro, una herramienta para llevar fácilmente las cuentas de una empresa desde cualquier ordenador

Por R. Alonso

Llevar la contabilidad de una empresa puede ser una tarea complicada que requiera la instalación de varios programas y nos ate al ordenador del trabajo por su configuración específica. Por eso, anfix, después de crear la herramienta de facturación FacturaPro, ha lanzado ContaPro, un producto que permite llevar las cuentas de una empresa fácilmente desde cualquier ordenador, en cualquier parte y sin instalaciones ni actualizaciones de software con toda las ventajas del 'cloud computing'.

«Con ContaPro cualquier pyme o autónomo puede llevar la contabilidad y los impuestos de su empresa desde la nube de la forma más sencilla sin tener que instalar nada en su ordenador. Permite contabilizar facturas, cobros, pagos, y cualquier tipo de asiento como nóminas o alquileres. Se puede consultar los libros oficiales (diario, mayor, sumas y saldos) con un solo 'click' y obtener la cuentas de pérdidas y ganancias y el balance en cualquier momento del ejercicio» explica Jorge Pascual, director de anfix. «Para estar al día con Hacienda, con ContaPro es posible generar los modelos de impuestos y los libros de facturas. Y aquellos que usen ya FacturaPro (la aplicación de facturación de anfix) podrán sincronizar automáticamente sus clientes, proveedores y facturas con ContaPro», añade.

> «La herramienta ContaPro sigue el patrón de anfix: entrar y usar»

Una de las principales ventajas de esta herramienta es que, al estar en la nube, se puede consultar la contabilidad de la empresa en el trabajo, en casa o en cualquier parte siempre que se disponga de un ordenador o cualquier dispositivo móvil. Esto flexibiliza al máximo el trabajo y facilita el día a día. Además, los costes se reducen, ya que no es necesario instalar programas con sus correspondientes y caras licencias sino que ContaPro se convierte en un espacio único que reúne todo. De hecho, ContaPro «siguiendo la filosofía de las aplicaciones de anfix», es gratuita para los usuarios que facturen menos de 50.000 euros al año, para las oenegé, centros de formación y empresas de nueva constitución independientemente de su facturación. Para el resto tiene un precio de 29,90 euros al mes. «El hecho de tener toda la gestión de una empresa en la nube permite a la pyme o al autónomo centrarse en su negocio. Se puede olvidar de instalaciones, servidores, copias de seguridad o actualizaciones; simplemente tiene que entrar en la web de anfix y comenzar a usarlo. Además, las aplicaciones permiten a la empresa invitar a otros usuarios a acceder. Un autónomo o pyme podría invitar a su asesor a que acceda directamente a sus datos en anfix ahorrándose el tener que llevarle las facturas», señala Jorge Pascual como otras de las ventajas de la herramienta. Como valor añadido, la aplicación ContaPro no descuida en ningún momento los aspectos legales. «anfix cuenta con un equipo de asesores fiscales y contables que constantemente están pendientes de todos los cambios legislativos que se producen para alertar al equipo de desarrollo y que todos estos cambios se incorporen a la aplicación con la mayor agilidad posible. Todas estas actualizaciones no solo son continuas sino también gratuitas para los usuarios sin que tengan que instalar nada ellos mismos. Cuando entran la siguiente vez en su escritorio encuentran las aplicaciones actualizadas con una notificación que les comunica exactamente cuáles han sido los cambios que se han incorporado. Sigue el patrón que definimos desde el comienzo en anfix: entrar y usar. Así sucedió, por ejemplo, con los cambios de IVA. Cuando entraron en vigor nuestros clientes ya tenían las aplicaciones actualizadas sin que tuvieran que hacer nada», asegura Jorge Pascual.

Seguridad cuidada al máximo

Otro aspecto que anfix cuida al máximo es la seguridad. «Cumplimos con los estándares más altos que actualmente están en el mercado. Un ejemplo es la certificación PCI (Security Standards Council), un foro internacional abierto donde se plantean las directrices de seguridad más exigentes y donde están adscritas la mayor parte de las instituciones financieras a nivel mundial. Tenemos toda la arquitectura de sistemas cumpliendo con los estándares marcados por PCI y nos encontramos en pleno proceso de certificación tras haber superado una auditoría previa. Sabemos que la seguridad es algo muy sensible para nuestros clientes y, precisamente por eso, nos autoexigimos un nivel de seguridad que está al mismo nivel que el que aplican la mayor parte de las instituciones financieras, que son las que tradicionalmente han tenido los niveles de seguridad más alto después de los sistemas de defensa» relata satisfecho.

Las claves de ContaPro

- Gratuita para usuarios que facturen menos de 50.000 euros al año, las oenegé, centros de formación y empresas de nueva constitución independientemente de su facturación. Para el resto, 29,90 euros al mes.

- Facilita contabilizar facturas, cobros, pagos y cualquier tipo de asiento como nóminas o alquileres. Se pueden consultar los libros oficiales (diario, mayor, sumas y saldos) y obtener la cuentas de pérdidas y ganancias y el balance en cualquier momento del ejercicio. Permite generar los modelos de impuestos y los libros de factura.

- Aquellos que usen ya FacturaPro (la aplicación de facturación de anfix) pueden sincronizar automáticamente sus clientes, proveedores y facturas con ContaPro.

Lo + 'retuit'

5 reglas básicas de seguridad para 'smartphones'

Un teléfono inteligente es una puerta abierta a multitud de servicios y también a virus y hackers. La descarga indiscriminada de aplicaciones y música, las conexiones a Internet de lugares no conocidos o abrir correos de dudosa procedencia son algunos de los factores que hace que los 'hackers' lleguen a un teléfono y amenazar el buen funcionamiento de un terminal, según un informe de Kaspersky.

Actualización del Android 4.1.2 para el Galaxy III

Samsung ha anunciado en su perfil de twitter (@SamsungMobile.ES) la nueva actualización de Android 4.1.2 + Premium Suite para teléfonos Galaxy III. Esta 'update' incorpora Premium suite, un conjunto de funciones que prometen potenciar el teléfono mucho más de lo que está ahora mismo con multiventana, nueva galería, smart rotation, mejoras de la cámara y modo lectura. La compañía recomienda la actualización mediante 'wi-fi'.

Las pantallas de los Nokia Lumia a prueba de guantes y de cuchillos

Los Nokia Lumia 920 y 820 apuestan por la resistencia y la ultra sensibilidad de sus pantallas. La empresa finlandesa asegura que es posible utilizar la pantalla con cualquier guante, lo que facilita el uso de los terminales sobre todo en invierno. Pero además, permite que sean usados con cualquier objeto, con lo que no es necesario llevar continuamente un puntero especial. En el vídeo que acompaña a la presentación utilizan un cuchillo (lo puedes ver en www.e-volucion.es).

Las marcas exponen sus novedades en el CES 2013 de Las Vegas

La feria tecnológica más famosa del mundo ya se ha celebrado en Las Vegas. Muchas marcas han aprovechado para presentar sus nuevos modelos. Entre otros, Toshiba ha llevado el primer televisor Oled del mundo con pantalla curva.

Audi presenta el primer sistema de sonido 3D para automóvil del mundo

Con los servicios y tecnologías de Audi Connect, Internet llega al automóvil y el automóvil a Internet. La comunicación con la World Wide Web se llevará a cabo con el nuevo estándar de telefonía móvil Long Term Evolution (LTE).

Los chistes de Eugenio se pueden escuchar en el móvil gracias a una aplicación

Esta primera 'app' oficial de Eugenio contiene 50 chistes y puede bajarse desde App Store y Play Market. En su versión gratuita permite descargar 5 chistes y la posibilidad de desbloquear otros 5 si se recomienda a los amigos.

Futuro del e-commerce: ¿Qué comprarán más por Internet los europeos?

Si bien los e-shoppers europeos han manifestado que en el futuro piensan comprar 'on-line' en todos los sectores, son cinco los prioritarios: ropa, viajes, servicios culturales, 'high tech' y calzado.

Telefónica inicia su plan de despliegue de fibra óptica en Castilla y León

Telefónica comienza 2013 con el objetivo de desplegar su fibra óptica en Castilla y León. El Plan de Extensión de FTTP ha empezado en Valladolid. La evolución de la demanda y las inversiones que requiere la fibra condicionarán el avance del plan.

LA SOLUCIÓN INTEGRAL
A LAS COMUNICACIONES DE SU EMPRESA

datacity

Servidores

Mayor control y autonomía de procesos. Alta disponibilidad y privacidad para su empresa.

Desde 12 €/mes

Dominios

8€

http://www.

Registre su dominio de forma rápida y fácil. Con Datacity tendrá una gestión completa e importantes servicios adicionales.

Por sólo 8 €/año

Hosting

Planes de alojamiento web totalmente escalables y con soluciones a medida.

Desde 1,70 €/mes

Más información en www.datacity.es

902 910 029
983 131 300 - clientes@datacity.es