El Norte de Castilla

Nº 22 / Marzo de 2014 www.e-volucion.es

e-volución

Negocio digital & Tecnología

El aliado del 'e-commerce'

La cifra de negocio del sector de la paquetería en España ha crecido ocho puntos en 2013 gracias a las ventas 'on-line'

Páginas 4 a 7

Los turismos y furgonetas incorporarán a partir de octubre de 2015 el nuevo sistema de llamada de emergencia

Páginas 10 y 11

6os Premios buscando el
norte digital
elnortedecastilla.es
¡VOTA TU WEB
o APP FAVORITA!
Entra en http://buscando.elnortedigital.es/
y vota la mejor candidatura
Votar tiene premio
Sorteamos dos entradas para acudir a la gala de
entrega de premios
Período de participación:
del 12 al 27 de marzo
Un proyecto de
El Norte de Castilla 160 años
Colaboran
IBERDROLA
GRUPO NORTE
Soluciones Globales
Partners
anfix

Editorial

La convergencia

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

@fjescribano

En los principios del siglo XXI, con el acceso a internet por banda ancha recién llegado a Castilla y León, ya comenzaba a hablarse de la convergencia de dispositivos. En el año 2001 ya tuve en mis manos algún prototipo de teléfono, fijo eso sí, que a través de una pantalla permitía acceder a internet desde casa sin necesidad de PC. Todo esto indicaba que ya había quienes pensaban en la convergencia de medios de acceso.

En las mismas fechas Bill Gates cambiaba el nombre al proyecto WebTV, por el que había pagado 425 millones de dólares, con el fin de reforzarlo. Todo esto sucedía mientras por nuestra Castilla y León, desde la ya extinta Retecal –compañía regional puntera en tecnología–, se lanzaba el servicio Teleweb. Con él, por medio de la pantalla de los televisores, se podía conectar a Internet utilizando un teclado remoto por infrarrojos. Esto permitía que quienes no contaban con un PC, que eran muchos, simplemente con su televisor pudieran navegar por Internet y utilizar cuentas de correo electrónico. Se ponía de manifiesto que en el futuro Internet podría llegar a través de más dispositivos que los PC.

Al tiempo que todo eso sucedía, al otro lado de la calle en la que yo trabajaba, Telefónica I+D ponía en marcha el piloto de comunicaciones GPRS en Valladolid. Pocos lo recuerdan ya pero era el 2G. Ante el liderazgo en banda ancha fija que tomaba la empresa regional, Telefónica optó por la capital del Pisuerga como ciudad piloto para toda España a la hora de desplegar sus redes de la entonces alta velocidad en telefonía digital. Eso permitió abandonar el WAP y que Internet se comenzara a desarrollar también para los móviles. Después vino el UMTS o 3G, el HSDPA o 3,5G y, hoy en día, el reciente 4G.

Tras todas aquellas apuestas por la convergencia de fabricantes y compañías de servicios ofreciendo soluciones para acceder a Internet a través de dispositivos más familiares, como el teléfono fijo o el televisor, llegamos a hoy. No ha habido que imponer ni ofrecer ningún dispositivo específico para que se deje de usar el PC, sino que ha sucedido de forma natural. La consultora Gartner ha presentado los resultados de sus últimos estudios. En ellos se observa que la venta de PC ha caído casi un 10% en 2013. Esto ha sido así porque el número de dispositivos móviles crece y crece constantemente transformándose en la puerta de acceso para los nuevos internautas. Aquí sí que me atrevo a hablar de 'nativos móviles'. Entendiendo como tales a quienes, independientemente de su edad, han llegado a Internet gracias a los dispositivos móviles y no a través de los PC.

Los datos del último año son muy indicadores de la tendencia. La vida de los PC ya no es tan corta. A una CPU con 4 años aún se le puede sacar partido. Esto ha provocado que las ventas de tabletas hayan crecido considerablemente. Apple ya no es el líder. Sus dispositivos, usuarios de iOS, pasan del 52,8% de las ventas al 36%, mientras que los de otras marcas que utilizan Android tienen el 61,9% de las ventas frente al 45,8% en 2012. Más de 195 millones de tabletas se vendieron en 2013 frente a los 116 millones de 2012.

Aún así la convergencia no ha terminado y son precisamente los dispositivos que intentan ser híbridos de los que más crecimiento en ventas se espera en 2014. El gigante Amazon ve cómo sus tabletas Kindle pierden cuota de mercado mientras otras firmas potentes bastante jóvenes en este mundo como Lenovo crecen un 198%. Precisamente por ofrecer soluciones que permiten usar sus dispositivos como tabletas táctiles pero que pueden incorporar un teclado, por ejemplo. Esta misma filosofía es el objetivo de Microsoft, que ha visto la oportunidad y ha optado por desarrollar su Windows 8.1 pensando en las pantallas táctiles.

Cada vez nuestra vida va a ser y estar más conectada. Gran ventaja para el comprador que tendrá mucha información a su alcance, pero también para el vendedor ya que podrá llegar a muchos más clientes potenciales siempre y cuando piense en dejarse ver en sus pantallas.

Lea la versión completa de este artículo en: www.e-volucion.es

Nuestros expertos

Francisco José García Paramio
Ingeniero Superior de Telecomunicaciones. EMBA.

Efectos colaterales P6 y 7

Antonio Ferreras
Doctor en Telecomunicaciones. Director del Centro de Telefónica I+D en el Parque Tecnológico de Boecillo.

La guerra de las Galias P9

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

Cuidando la energía P12 y 13

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

Grafeno (y III) P20

Inés Leopoldo
Socia de NeoLabels y de Mitsue Venture.

Israel: un viaje a la Ciber Nación P28

sumario

Abaccus, tecnología útil 12 a 14

El 'coach' de las dietas 16 a 19

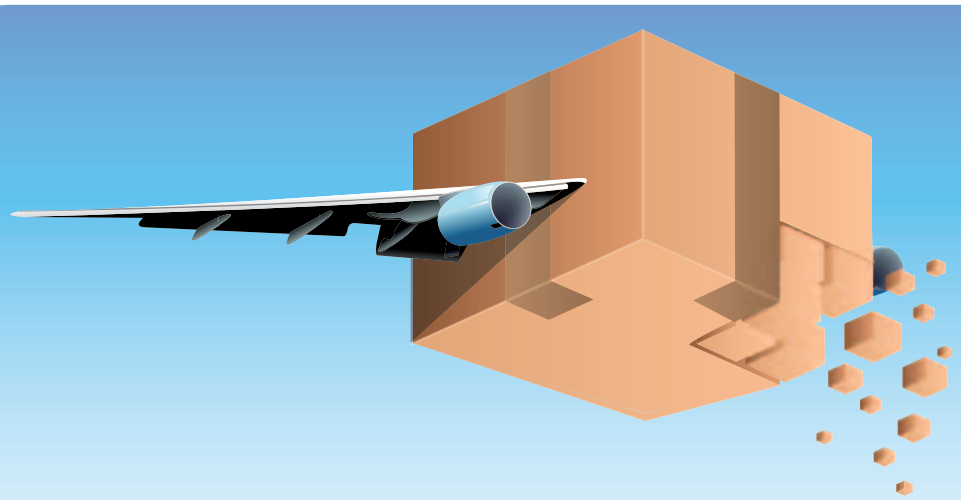
Ante la duda, consulte internet 26 y 27

evolución

EDITA: El Norte de Castilla
COORDINACIÓN: Liliana Martínez Colodrón.
DISEÑO Y MAQUETACIÓN: He Kyeong Ko y Pedro Resina.
REDACTOR EDITOR: Juan Antonio Pardal.
IMPRESIÓN: Printolid.
COMERCIALIZACIÓN: CM CYL.
publicidad@cmcyl.es **TELÉFONO:** 983 412 124
e-volucion@elnortedecastilla.es

[PRÓXIMO NÚMERO, 16 DE ABRIL]

SÍGUENOS EN FACEBOOK Y EN TWITTER @e_volucion

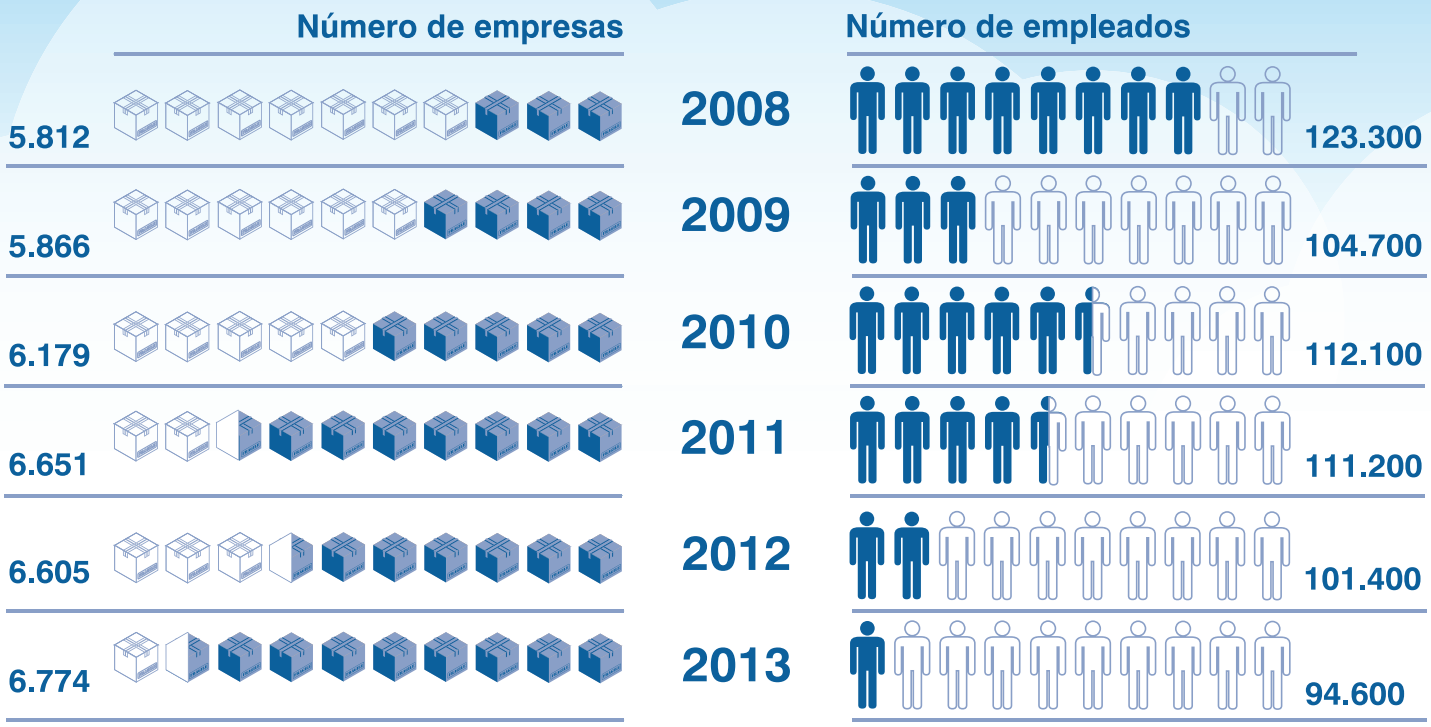


La paquetería revive gracias al comercio electrónico

La cifra de negocio de este sector creció en 2013 más de ocho puntos gracias al despegue de las ventas de las tiendas 'on-line'

Por J. A. Pardal **Infografía:** He Kyeong Ko

Datos del negocio de la paquetería en España



El pasado 16 de diciembre se celebró en todo el mundo el denominado 'black friday', una fecha que da el pistoletazo de salida a las compras navideñas tradicionalmente en Estados Unidos y que con los efectos de la globalización cada vez se extiende a más rincones, entre ellos España.

En nuestro país el centro logístico que Amazon tiene instalado en la localidad madrileña de San Fernando de Henares realizó 88.000 envíos durante esa jornada y Amazon España registró 130.000 ventas de productos. Este es tan solo un ejemplo del enorme despegue del comercio electrónico en los últimos tiempos –habida cuenta de que en esta misma fecha los envíos desde el mencionado centro logístico rondaron los 43.000 en el año 2012–, una tendencia que tiene en las empresas de paquetería y mensajería a un gran aliado y que integran un sector económico que ha repuntando en el 2013 gracias al crecimiento del 'e-commerce'.

Lo cierto es que, según datos recogidos por el Instituto Nacional de Estadística, la cifra de negocio de las empresas que transportan estas mercancías se comporta mejor que la del sector servicios, en el que está encuadrada. En el año 2012 estas empresas perdieron el 3,6% de su volumen de negocio respecto al año anterior pero repuntaron en 2013 8,6 puntos. El sector servicios, por su parte, vio reducido en 2012 su cifra de negocio en un 3,3% mientras que el pasado año se recuperó a niveles de 2011, con un crecimiento del 3,4%.

Y es que, como reconoce Adam Sedó, PR Manager de Amazon Spain; «cuando los paquetes salen del centro logístico de la empresa, el último paso corresponde a los transportistas externos», y estos son, en el caso de la empresa norteamericana, Seur, MRW y Correos, en los envíos a localizaciones españolas, y DHL para los internacionales. Con ello queda demostrado que la sinergia entre el comercio electrónico y las empresas que se dedican a este sector de actividad, denominado bajo el epígrafe de 'Actividades postales y de correos', es muy clara.

Un sector reconvertido

En el año 2013 había en España más de 6.700 empresas dedicadas a este ámbito, casi novecientas más que en el año 2008 según el INE, aunque lo cierto es que el empleo en el sector ha bajado considerablemente, de más de 123.000 asalariados en 2008 a los 94.600 registrados cinco años después. Hay más empresas pero estas son más pequeñas y se ha pasado de una media ligeramente superior a los 21 trabajadores a menos de 14 asalariados por empresa. «Los efectos de la crisis han sido horribles para los que nos dedicamos a la paquetería», reflexiona el responsable comercial de dos de las franquicias de MRW en Valladolid, Juan José Tauler, que continúa diciendo: «la llegada del 'e-commerce' influye en que el porcentaje de clientes puede aumentar pero la cantidad de mercancía que envían no se traduce tanto, al menos en ciudades como Valladolid. Pero, ahora parece que hay más movimiento».

A nivel nacional, por otra parte, parece que las empresas sí notan de forma muy importante la influencia del crecimiento del comercio electrónico que, según el informe de Telefónica 'La sociedad de la información en España 2013' en el primer trimestre del pasado año presentaba ya unas cifras de facturación superiores a los 2.800 millones de euros, un 15,1% más que en el mismo periodo de 2012.

Como afirma Hilario Peñas, director corporativo de Ventas de SEUR, «el comercio electrónico se ha convertido en una de la palancas de crecimiento del negocio, con una facturación que, en el caso de SEUR, alcanza los 100 millones de euros en 2013, un 22% más que en el ejercicio anterior».

En el año 2013 había en España 6.700 empresas de actividades postales

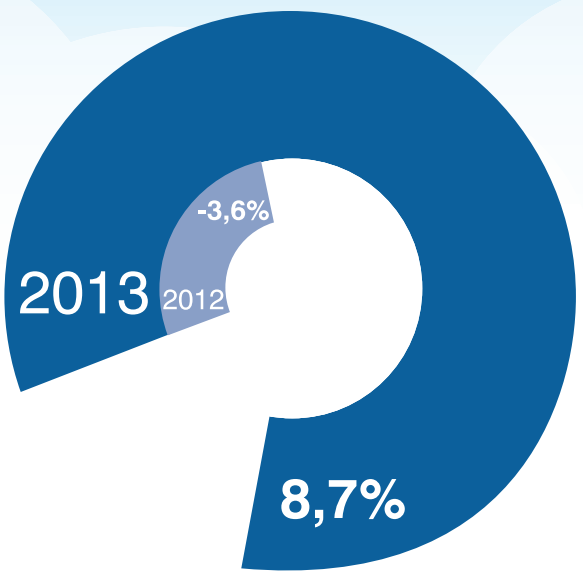
Por supuesto, la adaptación que supone el trabajo que las empresas de mensajería comienzan a realizar junto al despegue del comercio electrónico en España supone también un cambio en sus procesos y en las herramientas que necesitan para llevarlos a cabo.

En el caso de SEUR, la empresa trabaja entre otras soluciones con SEUR Predict, capaz de anunciar a su cliente la ventana de dos horas en la que será entregado el paquete, o e-Solutions, «un proyecto capaz de ofrecer soluciones avanzadas en todas las fases del proceso de creación de un negocio 'on-line'», como recoge su director corporativo de Ventas, entre otras soluciones.

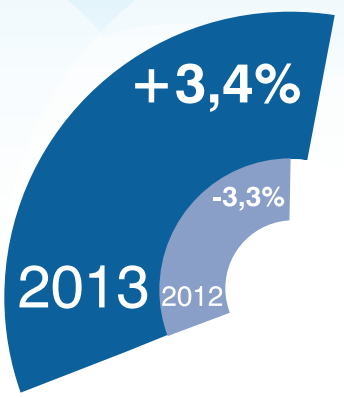
Por su parte, MRW dedica sus esfuerzos a desarrollar tarifas «muy interesantes» para las web, asegura Juan José Tauler, y a «asesorar a los clientes» a la hora de confeccionar sus 'sites' porque, continúa, «tenemos 10.000 clientes con página web, con lo cual tenemos experiencia y les podemos indicar por dónde va cada uno y cuáles son las mejores opciones que pueden escoger».

Amazon, por su parte, ha desarrollado, entre otras iniciativas, su propia plataforma de alojamiento de tiendas 'on-line', lo que en el argot se denomina 'marketplace'. Gracias a ella tipo de empresas pueden vender sus productos «no solo en España, sino también en Europa o en Estados Unidos creando su tienda 'on-line' en tan solo unos clics», afirma Sedó.

Índice de negocio de las empresas de'Actividdes Postales'y de correos



Índice de negocio del sector servicios



Fuente: INE

Jesús Sánchez Lladó, responsable de la Unidad 'e-Commerce' y Paquetería de Correos

«El 30% de los envíos se pagan contra reembolso»

La actividad de Correos en paquetería se comporta mejor que el mercado en el que se enmarca, con crecimientos del 20%

Por J. A. P. **Foto:** Correos

2.300 oficinas en todo el país de las que 135 se ubican en nuestra comunidad, Correos es, tradicionalmente, uno de los gigantes en España en el negocio del envío de paquetes y diferentes mercancías. El comercio electrónico ha supuesto un enorme cambio en su modelo de explotación y, a su vez, una remodelación de sus estructuras que apunta frontalmente a la mejora de este servicio.

–¿Qué ha supuesto para la entidad este cambio tan radical en su forma de trabajar?

–El 'e-commerce' supone un impacto importante en la actividad de Correos. Están creciendo de manera tremenda los volúmenes de compra por parte de los internautas en tiendas virtuales y hay que mover el producto desde la tienda hasta el cliente final. Nosotros proveemos de todo el servicio para que la tienda note a Correos como una extensión de su cadena de valor. Es importantísimo que la entrega sea perfecta porque no deja de pasar que el cliente final hace una compra, paga y no se lleva el producto.

–¿Qué le ocurre durante ese tiempo de espera al cliente?

–Le genera un estrés; hasta que no la recibe no ve satisfecha la parte emocional de la compra. Correos lo que quiere es que esa entrega sea lo más transparente posible tanto para el que lo entrega como para el que lo recibe y que este último tenga la seguridad de que la empresa que se lo envía es perfecta, que tiene un servicio diez.

Las armas de Correos

–¿Qué potencial posee la empresa en este ámbito?

–Tenemos ya implantadas todas las soluciones debido a toda una historia de saber mover paquetes y cartas de un sitio a otro y saber hacerlo con una fiabilidad brutal. Hemos puesto a disposición de esto toda la red de tiendas que tenemos, 2.379.

–¿Por qué las denomina tiendas?

–Son sitios donde el cliente puede recibir su compra por conveniencia. También se la enviamos a su domicilio o a la dirección que ellos nos indiquen. De la misma manera que llegan paquetes postales o cartas nosotros llevamos la compra a sus domicilios. Para eso tenemos una estructura de más de 30.000 carteros. Vamos dando satisfacción a la compra de ese cliente en base a toda nuestra infraestructura.

–¿Cómo es el proceso de envío de paquetes?

–Al cliente cuando hace la compra, y para aminorar ese estado de estrés que le genera no saber dónde está, le proveemos de un código donde puede ir viendo, a través de nuestra web o a través de la web del 'e-commerce', su localización. Disponemos de toda esa tecnología de cara a dar satisfacción al cliente, y la provee bien la página web de venta o también nuestra página porque damos acceso a todos los 'e-commerce' a toda esta información. También hemos hecho reingeniería de todos los procesos y tenemos, por ejemplo, una tecnología en máquinas de paquetería que no existe en el mercado; máquinas que clasifican automáticamente todos los paquetes que vamos recibiendo de distintas partes del mundo para poderlos entregar con la rapidez que está especificada en el contrato por parte del 'e-commerce'. Por un lado es lo que es la parte tecnológica de la información, para proveérsela al cliente, y por otro la parte tecnológica de tratamiento de todas esas compras.

> «Comprar 'on-line' genera estrés al cliente hasta que llega su producto»

–¿Ofrecéis una plataforma de comercio electrónico a las empresas?

Efectos colaterales

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

Cuando una actividad económica despega o se modifica, y a modo de 'efecto Venturi', se produce un arrastre sobre otras actividades y procesos que se ven inevitablemente influenciados. El ecosistema se adapta en lo positivo y en lo negativo. El entorno ha de ser capaz de asimilar y neutralizar los efectos negativos y ha de aprovechar al máximo los efectos colaterales positivos. Estos últimos, bien gestionados, han de superar y mitigar a los primeros. El desarrollo y consolidación del comercio en la red se ha basado en la tecnología del software y en las comunicaciones. Cierto es que ha generado necesidad de ajustes en el comercio tradicional: calidades, precios, complementariedad, ubicaciones, servicio al cliente y algunos otros. Pero ha empujado de manera determinante a otras actividades forzando su refuerzo y desarrollo. Es el caso de la industria de los medios de pago, de la logística directa e inversa en general (transporte, almacenaje y distribución), de la industria de las aplicaciones y la gestión, de los servicios de atención al cliente y de la seguridad.

–No tenemos 'marketplace'. Nuestro objetivo es ayudar a la empresa española, grande o pequeña, a introducirse en este canal virtual de venta. Ahora mismo el volumen que hay de 'e-commerce' en España es pequeño. El volumen de comercio minorista en España son unos 200 mil millones de euros mientras que el volumen de comercio electrónico son solo 13 mil millones. Eso da una idea de que todavía hay 187 mil millones que son viables para ser captados por el canal de venta 'on-line'. Evidentemente no va a haber un transvase de todo el volumen físico a uno solo 'on-line' pero va a tener un crecimiento espectacular

–¿Ese cambio tendrá lugar de manera veloz?

–Va a ser rápido relativamente porque los que están realmente acostumbrados y son nativos digitales son personas que nacieron a partir del año 2000, que es cuando se popularizó el uso de Internet a través de los buscadores. En España no ha habido una costumbre de venta a distancia; sin embargo, ahora, todos estos nativos digitales ahora tienen entre 13 y 16 años y son personas que tienen en su ADN la búsqueda y comunicación con el mundo exterior a través de tabletas, o 'smartphones' y ordenadores. En el momento en que esta gente que hoy en día no tiene poder adquisitivo entre en el mercado laboral va a haber una explosión pero esto tardará y hasta que no pasen cinco u ocho años no va a empezar a haber realmente un movimiento muy acelerado. Ahora mismo estamos hablando de crecimientos del 'e-commerce' de entre el 15 y el 18%. A medida que pasen los años esos crecimientos se van a convertir en porcentajes del 20, el 25% y hacia arriba.

–¿Cómo redundan estos cambios de hábitos sobre la actividad de Correos?

–Estamos teniendo cada vez más actividad. De hecho, estamos con crecimientos por encima del 20% en paquetería. Es decir, estamos creciendo ahora mismo por encima de lo que es el mercado. Esto quiere decir dos cosas. Por un lado que la actividad del 'e-commerce' está creciendo y por lo tanto Correos está siendo partícipe de ese crecimiento dando servicio a los clientes. Y, por otro lado, estamos creciendo más, eso quiere decir que las empresas están confiando más en Correos que en terceros, precisamente por toda esa infraestructura y servicios que damos.

–¿Qué es lo que más le ha sorprendido de los hábitos de estos compradores digitales?

–Parece que el contra reembolso está denostado en estos tiempos porque todos tenemos tarjeta. Sin embargo, el contrarreembolso no deja de ser una parte por encima del 30% del volumen del comercio electrónico. Muchas veces la causa es que precisamente todos esos compradores que ahora mismo por edad o por recursos económicos no tienen tarjeta de crédito, sin embargo, sí quieren hacer la compra. Su único medio es a través de la paga que tienen semanal o mensualmente y lo hacen contrarreembolso. ¿A quién se van a fiar, dando un dinero si no es a Correos? Porque Correos lleva muchos años dentro de nuestras vidas y tenemos metido en nuestro ADN que es totalmente fiable y seguro y es una gente de confianza.

Que trabajen los drones

Pese a que los responsables de Amazon reconocen que su uso comercial tardará unos años en poder ser una realidad, lo cierto es que el anuncio de la compañía de que tiene a su laboratorio de I+D trabajando en estos repartidores teledirigidos ha supuesto un enorme revuelo.

La utilización de drones, más allá de su uso militar, comienza a ser una realidad en varios ámbitos laborales y la empresa norteamericana especializada en la venta 'online' desarrolla actualmente Amazon Prime Air, un servicio que pretende poner en manos de sus compradores los productos que adquieran en un tiempo máximo de treinta minutos. Es, sin duda, un ambicioso proyecto pero que ya tiene una fecha en el horizonte: 2015. En algún momento de este año la empresa tiene previsto que la FAA –la entidad que regula el tráfico aéreo civil en Estados Unidos– tenga desarrolladas las leyes que permitan que los vehículos aéreos no tripulados de Amazon viajen por el aire para realizar los repartos de sus productos.

Otras influencias de este desarrollo se han notado en los grandes cambios que han sufrido las estrategias de marketing y de convivencia de diversos canales de comercialización para productos y servicios similares.

Pero además de las influencias en el desarrollo de algunas actividades y en los cambios de orientación de otras, se están dando otras de capital importancia. Muchas de las compañías que se han sumergido en este ecosistema del negocio en internet están optando por la integración hacia adelante (se ocupan de actividades posteriores en su cadena de valor) y/o hacia atrás (se ocupan de actividades anteriores en su cadena de valor primitiva). Fabricantes que han creado sus propias plataformas de comercio. Distribuidores que han optado por crear sus propias pasarelas de pago con la banca. Almacenes que desarrollan sus sistemas de gestión interconectados con los fabricantes para el proceso de pedidos. Empresas de transporte que se interconectan con centros de atención al cliente, e incluso que crean el suyo propio para servicio de los fabricantes. A día de hoy, el entorno está bastante consolidado y funciona con un equilibrio apreciable. Lo que necesitamos, y más en estos momentos de repunte económico, es que se sigan produciendo tensiones que sigan induciendo al cambio, a la mejora y al incremento de la actividad. Eso se traduce en la generación de riqueza y empleo. El incremento de la competencia entre actores y de la competitividad de nuestras empresas nos impulsará. Sin temor a los efectos colaterales.

Simplicidad y seguridad en los pagos

Por J. A. P.

Mymoid es el producto estrella de Technoactivity, una joven empresa creada por dos hermanos zamoranos

Tan solo hace falta echar un ojo a sus perfiles en Linkedin –bendita red social para los periodistas–, para saber a qué sector de negocio han dedicado gran parte de su vida estos dos hermanos. En su historial laboral se refleja que su carrera se ha labrado en el ámbito de la informática y el desarrollo de aplicaciones basadas en ella, un sector al que se dedican ahora en cuerpo y alma, liderando su propia empresa, aunque es cierto que no es la primera aventura empresarial en la que se embarcan juntos.

Se trata de los zamoranos José María y Roberto Martín, CEO y 'Mobile Innovation & Product Design' en Technoactivity, respectivamente. Ambos trabajan codo con codo en esta empresa que pese a su juventud –cuenta con poco más de dos años a sus espaldas– ya emplea a más de 25 trabajadores y ha recibido una inversión de 2,4 millones de euros, un montante con el que les financió el fondo de capital riesgo Ámbar Venture Capital en el año 2011.

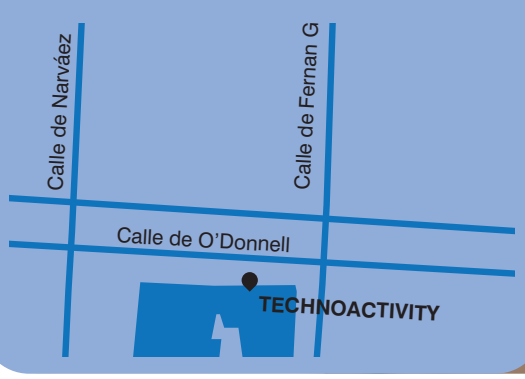
«Mientras conseguíamos la licencia del Banco de España fuimos desarrollando la tecnología y salimos al mercado allá por septiembre u octubre del pasado año». El que habla es el menor de los hermanos Martín, Roberto, y el proceso que relata dio como resultado al hijo predilecto de esta empresa madrileña enraizada en Zamora: Mymoid, «una

TECHNOACTIVITY

La raíz de Mymoid

La empresa Technoactivity, cuyo CEO es José María Martín, es la matriz de la que ha salido Mymoid, el producto estrella de esta empresa que se dedica al desarrollo de soluciones tecnológicas basadas en finanzas. Más de 25 empleados y una financiación de 2,4 millones de euros que provienen de una empresa de capital riesgo respaldan sus trabajos.

Dirección: **Calle O'Donell número 34, planta 7, Madrid.**
Teléfono: **912 177 132**
Sitio web: **www.technoactivity.com**
E-mail: **info@technoactivity.com**



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

plataforma de pago por móvil que permite a los usuarios agregar todos sus medios de pago en una aplicación». Esta 'app' busca integrar en su seno a todas las formas de pago posibles para, de esta manera, facilitar el uso del móvil como monedero, más allá de la tecnología que tanto el 'smartphone' como el comercio posean.

«Integramos diferentes soluciones: tanto códigos QR como NFC, notificaciones 'push', SMS o incluso códigos alfanuméricos», resume el responsable de innovación móvil y diseño de producto.

Roberto Martín: «Somos la primera entidad de pago exclusivamente móvil de España»

Actualmente Mymoid puede ser utilizado por cualquier cliente para realizar sus pagos aunque el objetivo que buscan sus responsables es el de llegar a las grandes empresas «porque son quienes tienen ya a miles de usuarios. Queremos que puedan integrar el pago con móvil en sus aplicaciones, en sus comercios, en su operativa de cobro en definitiva».

¿Cómo funciona Mymoid?

Este monedero digital busca sustituir a todas las otras formas de pago y aunarlas en una sola bajo la mejor seguridad posible y con gran facilidad de uso. Se trata, bajo estas premisas, de «la primera entidad de pago exclusivamente móvil de España», en palabras de Roberto Martín.

La seguridad es, por ello, una de las características en las que más se ha incidido desde Technoactivity para mejorar su producto. De este modo, todas las operaciones que se realizan a través de esta aplicación son monitorizadas y realizadas bajo el estándar de seguridad para la industria de tarjetas de pago, en operaciones encriptadas mediante algoritmos criptográficos avanzados.

Junto a todo esto, se ha dado un giro radical en cuanto a la manera en la que se realizan las transacciones económicas. En este nuevo concepto los usuarios no comparten sus datos con los comercios, sino que estos últimos emiten una orden de pago que es ejecutada desde la aplicación. «El comprador recibe la notificación en la aplicación y en ese momento decide el medio con el que quiere pagar. El comercio no es el que cobra, el usuario es el que paga». Mediante este proceso los usuarios de Mymoid pueden pagar tanto en comercios físicos como en entornos 'on-line', así como en otras aplicaciones, pero siempre manteniendo la privacidad de sus datos.

En cuanto a la oferta de la aplicación a los comercios, que constituyen su principal objetivo de negocio, este desarrollo busca a través de su versatilidad que su sistema pueda ser acogido por todo tipo de tiendas. Por una parte ofrece un botón de pago que puede ser incrustado en las páginas web de aquellos comercios digitales que trabajen con el sistema, existe también un 'software' denominado Mymoid Negocios que se instala en los equipos de sus clientes y, además, se ofrece la posibilidad de que el equipo de desarrolladores de la entidad pueda buscar una integración a medida del sistema en comercios que deseen adoptar otras propuestas. Además, Mymoid permite a los vendedores estadísticas de todas las operaciones para poder segmentar y fidelizar de manera más simple a sus clientes.

CEO
JOSÉ MARÍA MARTÍN ES EL PRINCIPAL RESPONSABLE DE TECHNOACTIVITY.

La guerra de las Galias

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

Año 2014 después de Cristo. La tecnología ha invadido todos los ámbitos de nuestra vida. El teléfono inteligente, de una manera arrolladora, ha conquistado casi todas las aplicaciones de uso personal: comunicación, fotografía, navegación geolocalizada, despertador, agenda y muchas otras han sucumbido a su impulso. No podemos pasar sin nuestro teléfono, lo estamos consultando contínuamente, no nos separamos un metro de él durante las 24 horas del día, es lo último que vemos antes de dormirnos y lo primero que consultamos al despertarnos.

«Toda la Galia está ocupada», le informan al César. ¿Toda? No, y precisamente se resiste la plaza que contiene los mayores tesoros, la aplicación que genera mejores rentas a las empresas que la comercializan. La vieja tarjeta de crédito con la que hacemos los pagos, con una seguridad basada en números que es bastante fácil de copiar, que necesita de los arcaicos papelitos como recibos de las compras, que precisa la mayoría de las veces de la compañía del documento de identidad, ha salido victoriosa de todos los ataques que ha recibido.

Y es una aplicación que entrega generosas rentas a sus propietarios, en forma de comisiones que atraviesan el corazón de los comerciantes. Los teléfonos móviles, antes de hacerse inteligentes, ya intentaron funcionar como medio de pago. Sin éxito. Google Wallet, con toda la fuerza de la empresa que la respalda, está saliendo mal parado en ese campo. Lo mismo que multitud de operadoras de telefonía y entidades de crédito que sacan sus propias soluciones para pagar con el móvil.

¿Cuál es la poción mágica que permite a una tecnología de mediados del siglo pasado seguir más viva en el mercado que nunca? Ubicuidad. Las tarjetas VISA o Mastercard son actualmente de uso universal, se pueden utilizar en Internet, en hoteles y en tiendas, tanto en la Plaza Mayor de Valladolid, como en París o en Sudáfrica. Es lo que los economistas denominan barrera de entrada; cualquiera que quiera entrar en el mercado de los pagos necesita situarse en una posición similar. Si quiero olvidarme de la tarjeta de crédito, el teléfono me debe servir para pagar en los mismos sitios que lo puedo hacer ahora (y son casi todos); si quiero aceptar cobros en mi tienda con una aplicación de móvil, tienen que ser muchos los clientes que lo hagan, de otra forma no me compensa.

Es precisamente la universalidad de las tarjetas de pago la que les da su fuerza; una extensión de uso que han ganado durante 60 años. Quien quiera competir en ese mundo de los pagos debe derribar esas barreras y encontrar la fórmula de la ubicuidad.

Año 2014. Alesia tiene los muros muy altos. Vercingetórix puede dormir tranquilo. De momento…

Botón rojo: llamada de emergencia

Por Santiago de Garnica **Infografía:** H. K. Ko

Todos los turismos y furgonetas nuevos homologados a partir del 1 de octubre de 2015 incorporarán el sistema de llamada de emergencia también conocido como eCall. Esta medida puede llegar a salvar hasta 2.500 vidas al año

La Comisión Europea pretende que todos los turismos y furgonetas homologados a partir del 1 de octubre de 2015 incorporen el sistema de llamadas de emergencia automático eCall 112. En la actualidad solo el 0,4% de los vehículos europeos cuentan con el botón rojo que pone en marcha un sistema de ayuda en caso de emergencia que según las marcas que lo utilizan recibe un nombre diferente: BMW Assist, Citroën eTouch, Peugeot Connect SOS, Volvo On Call, o el Ford Help SOS, entre otros.

Nombres diferentes pero en realidad el sistema es básicamente el mismo. Mediante una simple presión sobre la tecla 'SOS' se activa una llamada a los centros de emergencia nacionales. El operador identifica y localiza la llamada a través de las coordenadas GPS y envía asistencia si es necesario. En caso de accidente grave, con los ocupantes inconscientes o incapaces de pedir ayuda, el propio coche activa de forma automática la llamada de urgencia y remite a la plataforma información sobre los sistemas de seguridad que han saltado (airbag delantero, cinturones pirotécnicos…).

Gracias a esto el operador del sistema dispone de inmediato de un conjunto de informaciones sobre el estado del vehículo y conoce su geo localización

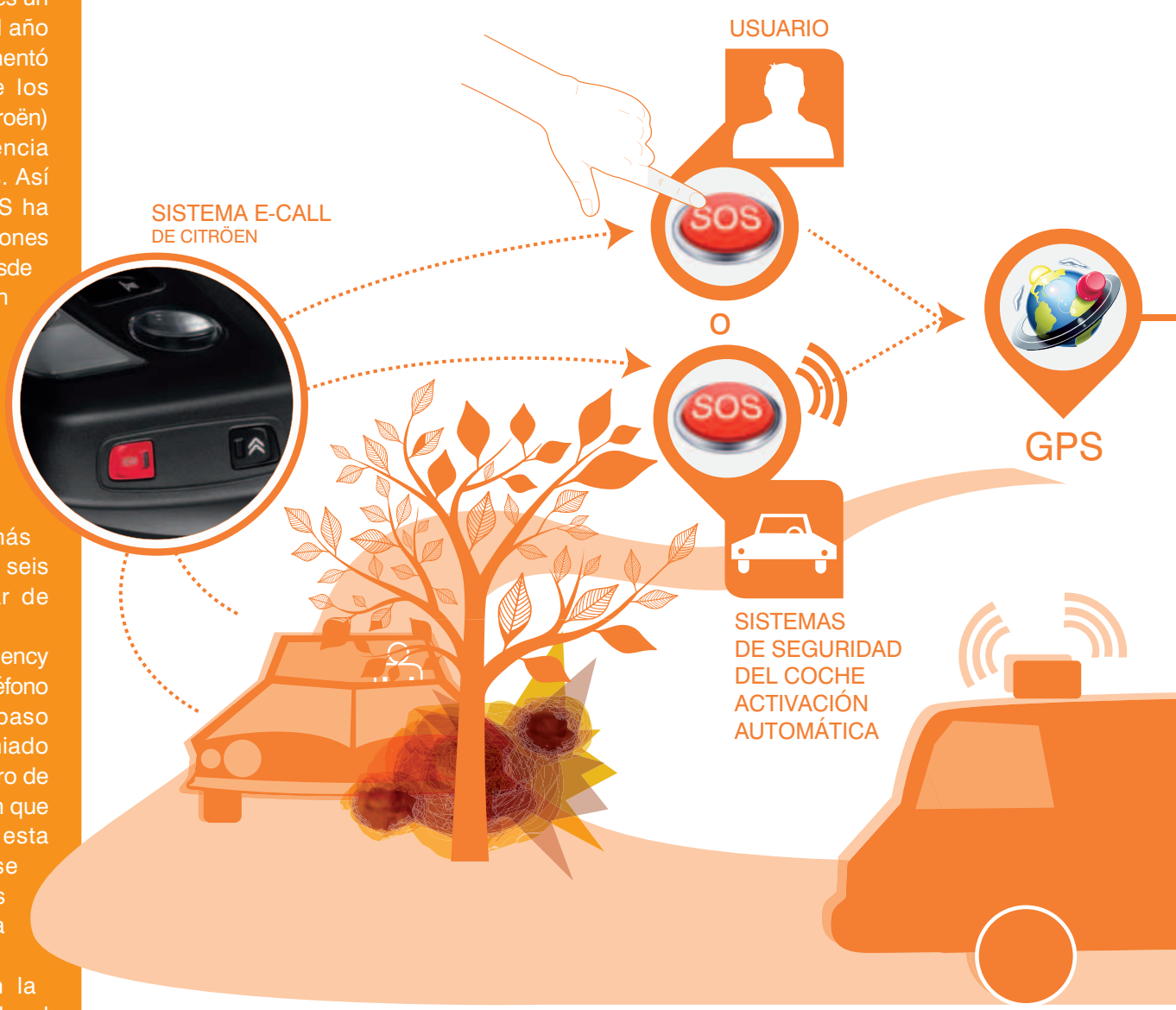
La experiencia actual

La llamada de emergencia no es un tema de hoy. BMW la lanzó ya en el año 1999, época en que Renault experimentó también en este campo. Otro de los pioneros, el Grupo PSA (Peugeot/Citroën) la ofrecía ya en 2003 y su experiencia aporta informaciones interesantes. Así Peugeot a través de Connect SOS ha atendido más de 15.000 comunicaciones y gestionado 10.000 intervenciones desde su implantación y en 2014 contará con este dispositivo de atención de emergencia en más de un millón de sus vehículos. En el caso de Citroën la marca calcula que este sistema ha ayudado a 5.500 personas en los 10 países europeos en los que está disponible.

En Estados Unidos la cifra es más contundente: hay nada menos que seis millones de abonados al OnStar de General Motors.

Por su arte Ford con su SYNC Emergency Assistance que trabaja a través del teléfono móvil del conductor ha dado un paso adelante interesante con este premiado sistema que se comunica con el centro de emergencia en el lenguaje del país en que ha ocurrido el accidente para de esta manera facilitar la acción como se desprende de 10.000 situaciones reales o simuladas en las que se ha trabajado.

Está claro que la evolución en la conectividad y el cambio de marco legal dará el impulso definitivo a este medio para salvar vidas.



en la que se informa no solo del lugar preciso del accidente sino también la dirección del impacto (dato clave en choques en autovías o túneles) así como del modelo de coche accidentado lo que facilita ir preparando el plan de intervención antes de llegar al lugar de la colisión.

Un caso concreto, por ejemplo, son los coches eléctricos que tienen un protocolo especial de intervención en caso de choque.

En lo que respecta al sistema desarrollado por Volvo se indica el nivel de combustible en el depósito y si las puertas se pueden o no abrir, informaciones muy útiles a los bomberos para tener una idea muy aproximada de la situación que se van a encontrar cuando lleguen al lugar del accidente. Y el de BMW es capaz de evaluar la violencia del choque y de saber si el coche está volcado. Por cierto que la marca bávara trabaja ya en un sistema que en caso de enfermedad grave del conductor pueda tomar el control del vehículo, detenerlo a un lado de la carretera y hacer la correspondiente llamada de petición de socorro.

Así funciona

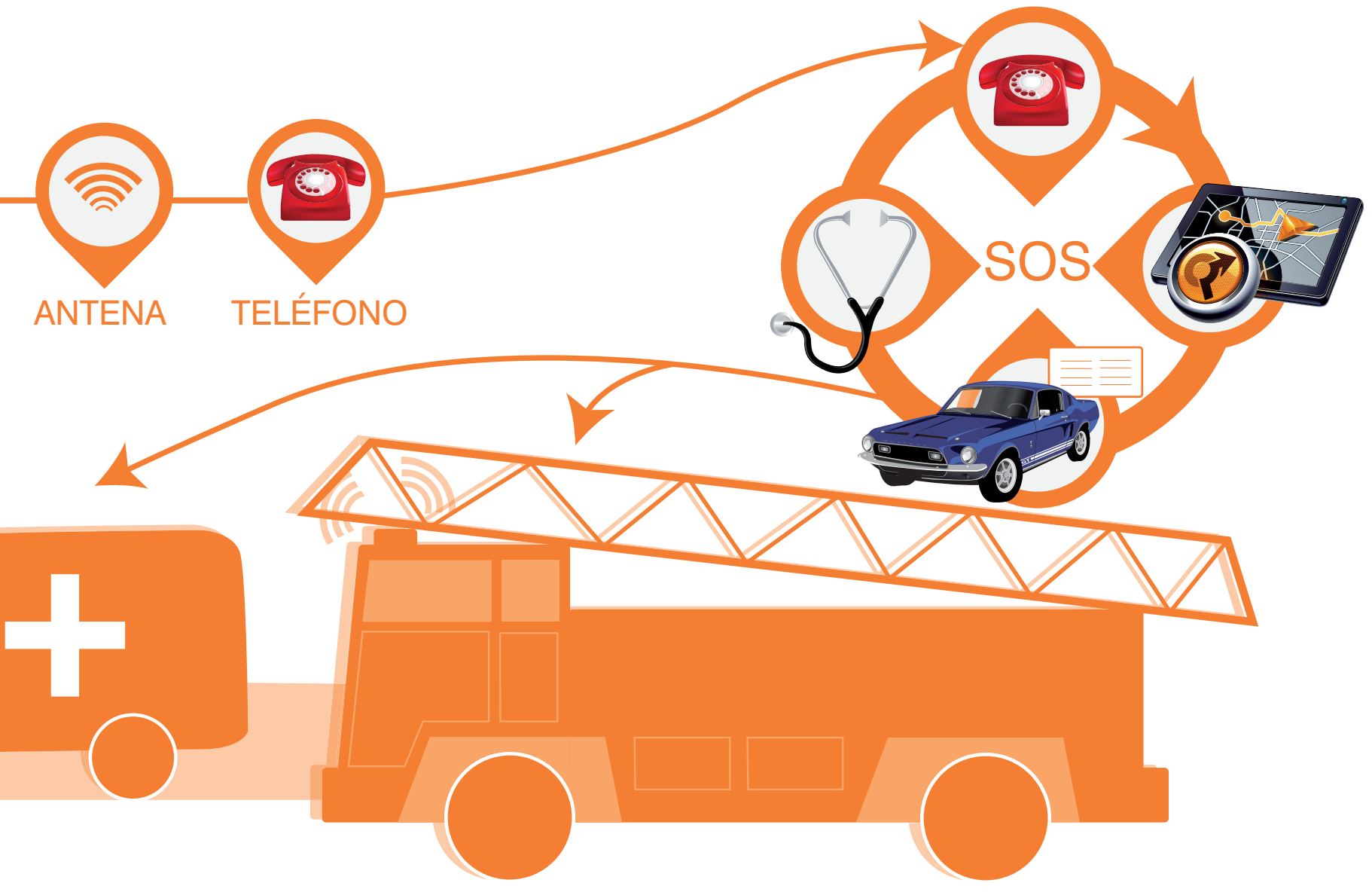
Después de que el operador ha entrado en contacto con los ocupantes en el idioma de la matrícula del vehículo, avisa al servicio de socorro para que intervenga en el menor tiempo posible en el lugar del accidente. Según los responsables de BMW el sistema de llamada de urgencia permite ganar un 20% de tiempo en la llegada del socorro en relación a si es un testigo el que hubiera llamado al teléfono de urgencias con su móvil. Otros expertos hablan de un 40% de ahorro de tiempo en las intervenciones en zonas urbanas y de un 50% en rurales. Hay que tener en cuenta que el 50% de las muertes en accidente de carretera ocurren en los minutos inmediatos al accidente. Hablamos por tanto de cifras clave, de esos primeros minutos tras un impacto que son cruciales y que permitiría evitar unas 2.500 muertes en Europa al año por un coste de 100 euros que es en lo que se cifra la cantidad necesaria para introducir el sistema por parte de las marcas de vehículos.

A nivel de autoridades europeas se habla de esa cantidad, 100 euros, como coste del sistema. Pero por ejemplo el Volvo On Call se factura a 500 euros a lo que hay que añadir un pago anual a partir de los dos años de 400 euros bianuales. En BMW también los dos primeros años es gratuito y luego se paga 189 euros por año. El Peugeot Connect SOS no tiene coste para el cliente y no requiere de suscripción específica.

El comisario europeo de Transportes Tajani ha señalado que los conductores tendrán la posibilidad «de elegir otros sistemas de llamada de emergencia al que ofrezcan los propios fabricantes de vehículos». Hablamos así del sistema de llamadas gratuito europeo eCall 112 que además de ser obligatorio para garantizar la operatividad cuando no funcionen los otros sistemas, permitiría que los constructores no se vieran obligados a desarrollar sus propias plataformas de asistencia con el consiguiente ahorro.

Impacto industrial

A nivel industrial para Tajani se abren «oportunidades de crecimiento en las tecnologías de la información y comunicación». Está claro que muchas compañías se verán implicadas para proveer tanto las tecnologías (componentes y servicios utilizados en el sistema) como los sistemas internos incorporados en los vehículos. Y además se podrá aprovechar el sistema europeo de radionavegación por satélite Galileo. Un tema que preocupa es el de la privacidad pues el sistema permite que un vehículo está localizado en todo tiempo. Las autoridades prometen que este sólo funcionará «en caso de accidente». E igualmente señalan que pueden tener un valor importante en otros campos como el de rastreo de vehículos robados.



Tecnología útil

Por M. Eugenia García Foto: R. Ucero

Carlos Medrano, director general de Abaccus en España, posa en la Plaza Mayor de Valladolid.

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

ABACCUS

Crecimiento a velocidad de vértigo

En sus cinco años de vida, Abaccus ha alcanzado una amplitud espectacular. Tiene dos sedes en Valladolid, una más en Madrid y otra en Brasil, esta última desde el año 2011. Actualmente trabaja con consorcios europeos para exportar su tecnología también en nuestro continente.

Dirección: Calle Juan de Juni 1, Valladolid.
Teléfono: 983 298 523
Sitio web: www.abaccus.es
E-mail: abaccus@abaccus.es

Cuidando la energía

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

Voy a aprovechar que el pasado 5 de marzo fue el Día Mundial de la Eficiencia Energética, para recordar aquel anuncio de finales de los años 70 que nos alertaba diciendo 'Aunque usted pueda, España no puede'. En aquella ocasión era como consecuencia de la eterna crisis del petróleo, ahora también se podría aplicar a la cada vez más elevada tarifa eléctrica y a su conocido daño colateral de generación del, todavía poco temido, CO_2. En un mundo tan intercomunicado, en el que cada elemento de red es un consumidor activo de electricidad, cualquier avance que permita ahorrar unos pocos vatios-hora es bienvenido. Se investiga sobre cómo reducir la temperatura en los centros de datos de la manera más eficiente, cerrando el pasillo frío, refrigerando el rack con agua o introduciendo el aire directamente en su parte delantera; cómo hacer que los ordenadores adecúen su

Líder en el mercado de la generación de energía, Abaccus ha dado el salto a Brasil y está cerca de hacerlo a Chile y Argentina

Un aerogenerador con forma cilíndrica, iluminar un edificio con la energía que genera el movimiento de las personas, una plataforma de realidad aumentada con aplicación práctica en arquitectura o medicina. Estas son solo algunas de las creaciones de Abaccus, una empresa vallisoletana que comenzó su andadura allá por el año 2009 y que ha dado el salto a Brasil estableciendo allí una nueva sede.

Su director general en España, Carlos Medrano, explica que esta empresa se centra en la «ingeniería basada en la tecnología». Sus principales clientes son aquellas compañías que necesitan realizar el desarrollo de una tecnología, aunque también dan servicio a la administración. «Son las empresas las que nos llaman», afirma Medrano.

En uno de los campos en los que mejor se mueve Abaccus es en el de la tecnología aplicada al Medio Ambiente, donde han encontrado grandes posibilidades. «Intentamos hacer proyectos de tecnología útil», explica Medrano, y puntualiza: «fundamentalmente las áreas donde más diferencia tenemos son en las vinculadas con el medio ambiente: generación de energía, ahorro energético, etcétera».

Buscar y aprovechar la energía

Es en ese terreno donde se desarrolla su proyecto estrella, Kinetycs, con una gran proyección en Brasil; así como G-Vort, un aerogenerador que dista mucho en forma y concepto con lo que se acostumbra a ver en este tipo de dispositivos. «Tenemos copropiedad en la patente. Se basa en utilizar las tecnologías o los principios que hasta ahora eran descartados por riesgo por la eólica tradicional y utilizarlos como beneficiosos», comenta Medrano, que se muestra convencido de los buenos resultados que está logrando G-Vort. Y es que este aerogenerador es apto para micro y macrogeneración, se caracteriza por un coste reducido en relación a la eólica tradicional, por su buena logística y por los bajos costes de mantenimiento e inmovilizado.

Como Abaccus es una empresa que se dedica, en su mayor parte, a generar energía Carlos Medrano se toma los vaivenes en el recibo de la luz de los últimos meses con mucha prudencia: «es un discurso político y muy complejo», explica. «El cambio de tarifa no es malo en sí. Lo complicado es cambiar las reglas del juego cuando ya has establecido planes de negocio e hitos de reinversión de tu tecnología».

Para él esta crisis ha retrasado varios proyectos de desarrollo energético con varios clientes. En este mismo punto Medrano asegura que una luz más cara les beneficia desde puesto que el objetivo de Abaccus es bajar el precio de la electricidad. Aún así sentencia que es «una barbaridad» decir que abogan «por una subida de la luz».

> **De momento, Abaccus se plantea el futuro «con pasos cortitos»**

A la hora de citar los proyectos de los que Abaccus se siente más orgulloso, Medrano no se atreve a nombrar uno en concreto: «Los temas de realidad virtual colaborativa que ahora mismo casi no existen. Las grandes empresas están empezando ahora» y añade: «También en sistemas de generación de energía donde la competencia es muy limitada, quizá somos tres empresas a nivel mundial las que estamos jugando».

En la actualidad Abaccus tiene como clientes, entre otros, a dos constructoras donde están viendo «modelos de generación de energía con energías alternativas como la que teníamos en la Avenida de Salamanca», comenta Medrano.

Pero su lista de servicios no acaba ahí. Entre otros, han trabajado para las universidades de Valladolid, Salamanca y Barcelona, Movistar y Deimos.

Dentro de Castilla y León, además de la prueba de Kinetycs que se hizo en Valladolid, han dedicado sus servicios a la museística. Los planes más importantes que se han llevado a cabo hasta el momento han sido dos. El primero, el Centro San Vicente Ferrer en Medina del Campo, desarrollado íntegramente por Abaccus; y el segundo, el desarrollo museístico del Valle de los Seis Sentidos de la Diputación de Valladolid en Renedo, aunque en esta ocasión su participación estuvo más limitada. Carlos Medrano lo explica: «Fue una adecuación en la última fase que les faltaba. Incorporamos una zona de árboles con brumizado para bajar la temperatura en el minigolf. También establecimos un libro digital para aquellas personas que tuvieran dificultades al pasar las hojas con la mano, para que lo pudieran hacer soplando unos sensores».

Pero Abaccus ha traspasado las fronteras de su comunidad y las nacionales para dar su salto a Brasil. Carlos Medrano explica cómo plantean su expansión: «lo tenemos orientado con dos canales distintos. Uno es la ejecución de proyectos y otro es, una vez que tenemos los proyectos bastante desarrollados, nos establecemos como sede». Brasil ha sido el primer país en el que la empresa se ha establecido, en un camino no exento de dificultades. «La situación es difícil de gestionar, no lo vamos a negar, son muchos kilómetros, es otro idioma, pero es un país muy grande, tiene una extensión superior a Europa. Las probabilidades son muchas y la exigencia tecnológica también es mucha», reconoce.

Desarrollo en Chile y Argentina

Desde el país carioca han podido dar el salto a Chile, donde están realizando un proyecto para Ferrocarriles del Pacífico y de ahí a Argentina donde los planes todavía no se están ejecutando pero están en una fase de desarrollo muy avanzada.

Además, en Europa Abaccus está buscando también su hueco mediante proyectos de cooperación internacional a través del plan europeo H2020. Al fin y al cabo los proyectos dentro y fuera de España «son parecidos». «Lo que no cambia es la tecnología que nosotros conocemos, con la que nos sentimos cómodos y podemos aportar un valor añadido», comenta el director general de Abaccus en España, y explica alguna de las dificultades que se pueden encontrar con un ejemplo: «hay muchas soluciones españolas que en Brasil no tienen interés. Cuando se habla del caso de eficiencia energética pensamos siempre en electricidad y en Brasil se piensa en agua. Es paradójico pero es así».

De momento Abaccus se plantea el futuro con «pasos cortitos porque la crisis ha

consumo a la utilización que se hace de ellos en cada momento, se adapta la velocidad y el número de procesadores activos según el procesamiento necesario y se incluyen sensores de temperatura para dirigir de manera precisa la refrigeración a un punto concreto y así reducir la potencia de los ventiladores; cómo adaptar la iluminación y los tipos de lámparas (fluorescente o led) de las zonas de paso según se detecta, o no, la presencia de personas; cómo medir la energía que consume cada dispositivo conectado a la red, al realizar análisis en tiempo real para automatizar los procesos de encendido, apagado o hibernación de cada dispositivo. Una lectura muy recomendable es la 'Guía de Ahorro y Eficiencia Energética en Oficinas', de WWF (del inglés World Wildlife Fund, 'Fondo Mundial para la Naturaleza') España, y desde luego su puesta en práctica.

Algunas de las actuales ideas para reducir el consumo energético o para generar energía verde no provienen de grandes multinacionales americanas o israelíes, sino que han sido desarrolladas por empresas de nuestro entorno, como por ejemplo Abaccus, que desde Valladolid está dando salida a proyectos como un aerogenerador de altas prestaciones que transforma la energía del viento en electricidad con bajos costes de mantenimiento, un sistema que convierte en energía el paso de personas o vehículos por determinadas superficies, o herramientas que recogen las variables medidas por distintos sensores para facilitar la gestión energética. ¿Llegaremos algún día a ser autónomos, en el sentido de no depender de terceros, para el abastecimiento energético de nuestras viviendas?

lastrado mucho las organizaciones y todo el desarrollo de proyectos de I+D lo hemos tenido que frenar», explica. «El desarrollo internacional lo hemos apoyado más en socios de fuera que en nosotros mismos para poder ser más eficientes y poder capear el temporal».

Futuro y apoyos

Aunque Carlos Medrano todavía ve el «futuro incierto» se muestra convencido de que gracias al buen trabajo que han hecho durante el último año tanto en desarrollo de proyectos como de tecnología la empresa está «en una posición bastante mejor que cuando comenzó la crisis».

A pesar de los malos momentos pasados Medrano no se queja de falta de ayuda por parte de las instituciones: «Tenemos apoyo de la Agencia de Desarrollo de Castilla y León, del Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial, del Ministerio de Economía y Competitividad o de la Comunidad Económica Europea a través de sus programas de innovación» pero, puntualiza, «hay una diferencia todavía entre lo que necesitamos las empresas y los modelos de financiación. Ahí hay que avanzar».

KINETYCS
TANTO LA IMAGEN SUPERIOR COMO ESTA MUESTRAN DOS EJEMPLOS DE LA APLICACIÓN DE ESTA SOLUCIÓN IDEADA POR ABACCUS

LA ENERGÍA DE SUS PASOS

PLACAS DE ENERGÍA *EN LA AVENIDA DE SALAMANCA (VALLADOLID).*

Por M. E. G.

Kinetycs es el proyecto estrella de Abaccus. Se basa en la tecnología piezoeléctrica que aprovecha la energía residual de los pasos de personas o vehículos

Edificios públicos, hospitales, aduanas, estaciones de metro y lo que parece que está más encaminado: los centros comerciales. Kinetycs se abre camino. «Nos han pedido un demostrador para un centro comercial de Madrid donde entran siete millones de personas al año y salen otros siete millones de personas con lo cual sus pisadas tienen un potencial de generación energética muy elevado», explica Carlos Medrano, director general en España de Abaccus.

Kinetycs es una tecnología de eficiencia energética basada en transformar la energía residual del paso de personas o de vehículos, que también se podría llevar a cabo con maquinaria que vibre, y que la transforma en energía eléctrica útil.

Medrano califica este proyecto como «muy ambicioso y realista porque tenemos la tecnología testada y certificada». Y concluye, «es un proyecto muy ilusionante». Este ha sido el proyecto que se aplicó en la Avenida de Salamanca de Valladolid y para el que, aunque se ha retirado de momento, Abaccus y el Ayuntamiento de la ciudad ya están buscando una nueva ubicación. Pero esta no es la única aplicación de Kinetycs en Valladolid. En la Plaza del Milenio también se puede encontrar este tipo de tecnología, aunque en su faceta más lúdica, con juegos en los árboles. De hecho, Kinetycs continuó su andadura con su aplicación al juego en Cosmo Caixa. «Los niños saltan, generan energía, y sabemos que los niños saltan mucho, son muy insistentes. Esa energía la transformamos en electricidad en el mismo sitio», explica Medrano.

«Ser rupturista es complicado»

Ese fue solo el principio, ya que los comienzos son duros. «Ser rupturista con tecnologías en nuestro país es muy complicado», asegura. Y añade: «además tienes que pagar la investigación o cofinanciarla. Empezamos con proyectos gracias al Ayuntamiento de Valladolid, que fue el primero que nos contrató, y luego planteamos el de La Caixa».

Kinetycs también ha encontrado su hueco en Brasil, un país en el que están muy interesados en la eficiencia energética. Algo que no siempre funciona porque como explica el director general de Abaccus en España «hay muchas soluciones españolas que en Brasil no tienen interés».

El proyecto tiene más aplicaciones. Además del uso lúdico y de su capacidad para almacenar energía, inyectarla en la red o consumirla inmediatamente se puede usar para señalizar caminos para invidentes mediante sonidos, permite crear sistemas de recuperación de energía, de eliminación de ruido y mejoras en seguridad.

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 regístrate.

Si quieres verlo en tu **tablet o móvil**, 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.

El Norte de Castilla 160 años

en

KIOSKO y más

e-volucion@elnortedecastilla.es

El 'coach' de las dietas

El Norte y el Instituto de Investigación de Endocrinología lanzan una 'app' para ayudar a mantener unos hábitos alimenticios saludables

Por Sonia Quintana **Infografía:** H. K. Ko

Fácil inclusión de alimentos.

Encontrar y elegir los alimentos consumidos es muy sencillo. Estos aparecen por grupos de alimentos y por recetas y, para facilitar la inclusión de datos, es posible elegir gramos o raciones.

Ejercicios y actividades.

Desde correr hasta conducir, pasando por hacer las tareas del hogar o jugar un partido de baloncesto. La 'app' incluye un completo listado de actividades y su elección se puede realizar por tiempo.

Datos diarios en un gráfico.

Con los datos de las calorías ingeridas y gastadas, la aplicación realiza el cálculo del gasto energético basal. De un solo vistazo, el usuario podrá hacer un seguimiento de sus avances y conocer si mantiene o no un equilibrio entre calorías y ejercicio.

Versión premium.

'Control de dietas' cuenta con una versión premium sin publicidad, con más información de cada alimento y actividad y que permite acceder a una consulta virtual de pago con un experto nutricionista del Centro de Investigación de Endocrinología y Nutrición Clínica.

»Este año la operación bikini será más sencilla». El Norte de Castilla, en colaboración con el Centro de Investigación de Endocrinología y Nutrición Clínica, ha lanzado al mercado una 'app' que pretende convertirse en una herramienta de ayuda para mantener unos hábitos alimenticios saludables. Y lo de la 'operación bikini' no es baladí. Esa es la opinión de Luisa, una de las primeras usuarias en descargar y probar la 'app' Control de dietas. «Es justo lo que estaba buscando ahora que me he puesto a dieta», ha señalado Jesús, otro de los pioneros en utilizar esta 'app'. «Me ha parecido una aplicación muy útil para llevar el control de la dieta. Es muy completa y viene mucha información sobre las calorías que tienen los diferentes alimentos e incluso recetas. También puedo llevar un control de las calorías que gasto cada día según las actividades que haga. ¡Genial!». La opinión de Javier tampoco se ha hecho esperar. Ni la de Rubén: «Muy buena aplicación, además es comodísima ya que puedes agregar directamente el ejercicio que has realizado, pones los minutos y la aplicación solita te dice cuantas calorías llevas quemadas, mola!!».

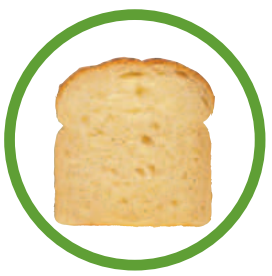
Control de dietas es la aplicación nutricional gratuita más completa en castellano. Pero, lo que es más importante, es la primera aplicación que ofrece los consejos de nutrición de un experto basada en datos específicos. A este respecto, calcula el Consumo Diario Recomendado (CDR) –basado en los datos personales que se introducen en la configuración– que servirá como indicador para llevar el seguimiento. La inserción de las comidas se realiza con la ayuda de una base de datos en la que hay reseñados más de mil alimentos. Se puede añadir el peso en gramos o, aún más sencillo, en unidades. Por ejemplo, uno puede incluir un vaso de leche o una pieza de fruta. La base de datos, creada por los expertos del IEN, no solo incluye alimentos por separado sino que posee una gran cantidad de recetas para poder añadir como ingestas, entre las que, por supuesto, no podía faltar el popular cocido.

'Premium' y consulta personalizada

El ejercicio físico que se puede incluir, siempre por tiempo, va desde la práctica de los deportes más comunes hasta actividades diarias como dormir o conducir. Combinando las calorías ingeridas y gastadas a diario, la 'app' realiza el cálculo del gasto energético, que se comparará en el gráfico de la pantalla de inicio para comprobar si ese día se ha ingerido mayor o menor cantidad de calorías que las recomendadas. Existe además la posibilidad de consultar el histórico detallado en la parte de calendario, manteniendo en rojo los días en los que se ha consumido más de lo recomendado y en verde los que se ha consumido menos.

Existe además una versión 'Premium' en la que se pueden añadir a la lista recetas personalizadas y otros deportes o actividades físicas. Además de las calorías, con la versión de pago, se accede también a las características completas de los alimentos: proteínas, vitaminas, hidratos de carbono... Esta versión 'Premium' da también la posibilidad de hacer una consulta directa virtual (de pago) con uno de los nutricionistas del equipo del IENVA, en la que el profesional estudiará los datos derivados de la aplicación.

«Una 'app' genial, así da gusto adelgazar», resume Santiago, otro de los primeros usuarios de la 'app', disponible ya para iOS y Android.



Descárguese la aplicación en Google Play y App Store.

Daniel de Luis, director del Instituto de Investigación de Endocrinología y Nutrición Clínica de la UVA

«La gente infraestima lo que come»

El jefe del Servicio de Endocrinología y Nutrición del Clínico de Valladolid es el responsable del equipo de dietistas y nutricionistas que ha creado junto a El Norte la aplicación Control de Dietas

Por Sonia Quintana **Fotos:** R. Ucero

EL DOCTOR DANIEL DE LUIS *MUESTRA LA APLICACIÓN CONTROL DE DIETAS.*

Misao Owaka celebró el pasado 5 de marzo su 116 cumpleaños. Esta japonesa, reconocida por el Libro Guinness de los Récords como la persona viva de mayor edad en el mundo, ha confesado que su gran secreto es «el descanso y una buena alimentación». Y es que «la gente infraestima lo que come», asegura Daniel de Luis, director del Instituto de Endocrinología y Nutrición Clínica (IEN) de la Universidad de Valladolid (UVA) y jefe del Servicio de Endocrinología y Nutrición del Hospital Clínico de Valladolid. «La gente no ha recibido formación como para saber, por ejemplo, que una magdalena tiene 200 calorías; o que la leche entera tiene el doble de grasa que la leche semidesnatada pero las mismas proteínas. Y esta información permite mejorar los hábitos alimenticios saludables», explica este médico, responsable del equipo de dietistas y nutricionistas que creado junto a El Norte de Castilla la 'app' 'Control de Dietas'.

–¿Cómo surgió la colaboración con el Instituto de Endocrinología y Nutrición Clínica de la Universidad de Valladolid?

–Nosotros llevábamos varios años trabajando con una aplicación en Red dentro de la página web del Instituto llamada 'Calculadora de dietas'. Era una herramienta de trabajo que utilizábamos de cara a los pacientes en la práctica clínica habitual y en la investigación. Ahora mismo, con la situación actual donde la mayor parte de la información fluye a través de nuestros móviles, decidimos involucrarnos en esta nueva aplicación de El Norte de Castilla, basada en nuestra 'Calculadora de dietas'.

–¿Cómo puede ayudar esta aplicación a mejorar nuestra salud?

–'Control de Dietas' persigue ayudar a los usuarios a controlar sus hábitos alimenticios. La persona que descargue la aplicación en su móvil puede ir grabando lo que va comiendo en su día a día, así como la actividad física que realiza y, a través de una gráfica, puede ver si la ingesta sobrepasa, o no, las necesidades energéticas que puede tener esa persona por razón de su edad y sexo; y cómo se contrarresta con el gasto energético que se produce en el día a día de las personas. Es una aplicación que puede tutorizar nuestros hábitos saludables en cuanto a la ingesta de alimentos y la actividad física.

Daniel de Luis: «Cualquier paciente que entre en una consulta debería recibir recomendaciones dietéticas»

Consejo médico personalizado

–¿Se sustituyen así las consultas con los especialistas?

–No se trata de sustituir a los facultativos. La idea es tener una herramienta de fácil acceso que sirva como tutor a aquellas personas que estén preocupadas por su salud y les guste saber cómo comen en su día a día. Además, con la versión Premium de la 'app', los usuarios –de forma virtual y previo pago– pueden también consultar dudas y pedir consejo médico personalizado a los expertos del Instituto, que realizarán un estudio pormenorizado de los hábitos alimenticios de esa persona y le enviarán recomendaciones nutricionales personalizadas. Pero si una persona tiene problemas importantes de obesidad o de otro tipo debe acudir a la consulta de un especialista.

–¿Puede utilizarla cualquier persona?

–Esta aplicación puede ser utilizada por cualquier usuario. Hay una aplicación de descarga libre en la cual el usuario lo que puede hacer es ver durante una serie de días cómo está su actividad física y sus ingestas; y luego hay una aplicación Premium que permite al usuario saber no sólo las calorías que consume, también las proteínas, los hidratos, las vitaminas... Dependiendo de la alimentación del usuario le recomendamos productos que tengan más hierro o más calcio o más vitamina C... Esta 'app' es un valor añadido para las personas que quieran perder peso pero, para la población en general, es una herramienta fundamental para mejorar los hábitos saludables. El objetivo es llegar a toda la población.

Legumbres y frutas

–En general, ¿el ser humano está obsesionado con las calorías?

–Lo importante es saber de dónde vienen esas calorías. No hay que olvidar la importancia de la fibra, del calcio, del hierro, de las proteínas... Son igual de importantes los macronutrientes (hidratos de carbono, grasas...) que los micronutrientes (vitamina A...).

–¿Cuáles son sus recomendaciones para llevar un hábito de vida saludable?

–En primer lugar, debemos realizar alguna actividad física todos los días, aunque solamente sea caminar. Mi recomendación es treinta o sesenta minutos diarios. Y, por supuesto, debemos cuidar nuestra alimentación. En nuestra comida tienen que aparecer verduras y legumbres en los primeros y, en los segundos, tiene que haber proteínas de alto valor biológico. Para ello hay que comer carnes y pescados a la plancha evitando las salsas. También debemos cuidar el aporte de vitaminas y minerales con la ingesta de fruta fresca . Y es muy importante distribuir los alimentos a lo largo del día durante cuatro, cinco o seis tomas. No debemos tomar una gran comida ni una gran cena ni tomar tentempiés a media mañana o a media tarde. Cualquier paciente que entre en una consulta debería recibir recomendaciones dietéticas.

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

Grafeno (y III)

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

Para terminar con esta serie sobre el grafeno, vamos a describir alguna de sus aplicaciones más interesantes originadas por su comportamiento electrónico.

Entre otras características la velocidad de movimiento de los electrones dentro del grafeno es de las más altas que se conocen. Con ello se consigue que las señales viajen más rápido y también poder alcanzar tiempos menores de conmutación y así poder trabajar con frecuencias altísimas.

La unión de la gran flexibilidad mecánica del grafeno con otros materiales como el silicio, permite realizar microchips de grafeno que pueden ser incorporados en aplicaciones completamente novedosas como por ejemplo pantallas flexibles. Existen ya pantallas flexibles de 30 pulgadas.

En el área electrónica, IBM ha creado un chip de grafeno y silicio que es 10.000 veces más potente que los anteriores solo de silicio, y consigue trabajar a frecuencias de 100GHz, aunque en laboratorio han superado los 300 GHz.

También se están multiplicando los avances en el diseño de baterías. Sus aplicaciones principales son los smartphones y los automóviles eléctricos, ya que el grafeno unido a los iones de litio ha permitido conseguir densidades 3,5 veces superiores a las actuales. Varias empresas han anunciado baterías para vehículos eléctricos en el mercado para este mismo año, con lo que en breve veremos coches que pueden ampliar su autonomía de unos 200 kilómetros actuales a 700 kilómetros, lo cual empieza a suponer distancias más que razonables y cercanas a las conseguidas por los combustibles fósiles. Y esto se consigue además, con un menor volumen y peso de las baterías.

Por otro lado, el grafeno puede convertirse fácilmente en piezoeléctrico, es decir, puede generar electricidad a partir de fuerzas mecánicas ejercidas sobre él. Se consigue realizando determinados huecos precisos en su superficie, y permite por ejemplo utilizarlo para convertir en electricidad las aceleraciones (en bajada) o deceleraciones (al frenar) que sufren los automóviles. Así la energía se vuelve a convertir en electricidad, en lugar de perderla.

El problema en este caso es que se genera mucha electricidad de repente, y no es fácil acumularla en las baterías actuales, pero si en las de grafeno (con supercondensadores intermedios también de grafeno), ya que sus tiempos de carga son muy cortos.

Esta característica nos ofrece otra ventaja práctica muy interesante, los tiempos de carga tanto de coches como de móviles será brevísima, de segundos.

Por último, una de las aplicaciones más prometedoras son los sensores de grafeno situados en el cuerpo humano. Al ser livianos y flexibles no se notan, y pueden estar revisando continuamente diferentes constantes vitales y las variaciones de determinados elementos químicos, comunicando al exterior la información mediante radiofrecuencia. Se pegan en la piel, o en otras zonas, como el desarrollado por una empresa estadounidense, que se tatúa en la parte interior de los dientes y es capaz de detectar enfermedades según las bacterias presentes en el aliento. Esta detección es muy temprana, cuando aún hay pocas bacterias en el cuerpo, y antes de que la enfermedad haya conseguido extenderse.

Por todo lo visto y mucho más, es lógico pensar que el grafeno va a cambiar mucho nuestro mundo en unos años.

Noticias con ciencia

SALA DEL AGUA DEL MUSEO DE LA CIENCIA.

En honor al agua

La sala dedicada al tercer elemento del Museo de la Ciencia de Valladolid renueva una de las zonas más valoradas por los visitantes

Por Alejandro Andrés Fotos: R. Otazo

Fue el motivo de una Expo, y ahora es la idea renovadora del Museo de la Ciencia. El agua, pieza clave del pasado, presente y futuro de la vida, ha reunido, desde 2003, al mayor número de visitantes de los que han acudido al centro vallisoletano. Ahora el Museo de la Ciencia ha renovado la sala en su honor del edificio para ofrecer a los interesados en conocer algo más de la naturaleza cinco nuevos módulos. Cinco nuevos apartados que desarrollarán ese elemento que se busca en otros planetas como espejo de la existencia de la vida. «Hoy usas para lavarte y beber la misma agua que intervino en el metabolismo de los dinosaurios», dice uno de los paneles informativos que componen el recorrido de la sala.

Y ese punto de la historia es de donde parten todas las explicaciones que conforman la Sala del Agua. El lugar, de 400 metros cuadrados, está incluido dentro de la oferta permanente del Museo de la Ciencia y está patrocinada por Aguas de Valladolid. La sala muestra a los visitantes el curso del agua, desde donde nace hasta donde 'renace', y su ciclo integral, ese que hemos creado los humanos para no tener que bajar a la orilla y por el que podemos abrir un grifo y tener el líquido elemento en nuestro baño o en la cocina. En este segundo apartado se puede ver, a través de varios módulos independientes e interactivos, el momento en el que se coge el agua para destinarlo a consumo humano hasta su vuelta al medio natural, con todos los medios técnicos que se utilizan para su aprovechamiento. La formación del suelo, el sistema kárstico o las esclusas son algunos de los conceptos que se explican de la forma más didáctica posible en la sala.

Cinco nuevos módulos

Y he aquí la novedad. El Museo de la Ciencia ha incorporado estos cinco módulos nuevos: 'Que viene la ola', 'Escucha, está en tu mano', 'Planeta agua', 'Maqueta hombre agua' y 'Tubos de luz', además de otros dos paneles en los que se muestra la formación del arcos iris y la memoria del agua. Los visitantes del Museo de la Ciencia también pueden participar directamente en dos aplicaciones interactivas para concienciar de la importancia del agua y de su consumo responsable. Todo ello para ofrecer lo mejor a todas las personas que quieran seguir subiendo el contador de las visitas a la Sala del Agua. Y por ahora ya van 300.000.

Ciencia y periodismo

Acercar la ciencia a la sociedad y promover la divulgación científica en los medios. Ese es el principal objetivo del acuerdo que presentaron la semana pasada en Burgos Mar González Mena, presidenta de la Asociación de Periodistas de Burgos; Alfredo Pérez-González, director del Centro Nacional de Investigación sobre Evolución Humana (Cenieh); y María Amor Barros, directora de la Unidad de Cultura Científica del Cenieh. González Mena recalcó que «periodistas y científicos se necesitan mutuamente».

Purificar agua con un palito

EDIFICIO DEL MIT.

Investigadores del Instituto Tecnológico de Masachussets (MIT) han hallado un truco para purificar agua la manera más sencilla posible: usando un palito e introduciéndolo en un tubo apretado con una arandela alrededor.

De esta manera, el agua que atraviesa la madera pasa al otro lado con una eliminación del 99,9% de las bacterias, según los investigadores del centro. Además, desde el MIT señalan que es mejor usar una rama seca.

El dispositivo podría filtrar cuatro litros al día.

PhoMod, la aplicación del 3D de la Usal

Un equipo de trabajo de la Universidad de Salamanca (Usal) ha ganado el concurso de aplicaciones para Windows Phone creado por Microsoft. Los estudiantes han presentado PhoMod 3D, una 'app' que permite pasar una fotografía de dos dimensiones a tres desde el mismo dispositivo portátil desde el que se hace la toma.

Luis David Tobón López, comunicador y especialista en educación

«El gran reto de las empresas es más organizativo que tecnológico»

Valladolid acoge el Seminario Iberoamericano Actitudes 2.0, un evento que fomenta el emprendimiento y el intercambio de ideas

Por Laura Negro **Fotografías:** El Norte

Realzar la importancia de la comunicación y la cultura digital es el objetivo del Seminario Iberoamericano Actitudes 2.0, que se celebra los días 14 y 15 en Valladolid, tras una primera jornada en León que se desarrolló el día 10. Llega de la mano de Eduskopia y avalado por el apoyo de instituciones como la Sociedad Mixta para la Promoción del Turismo, el Ayuntamiento de Valladolid, el Ministerio de las TIC del Gobierno de Colombia y el Parque Científico de la Universidad de Valladolid. Se trata de un evento en el que intervendrán 11 ponentes de alto nivel, pero en el que serán los asistentes los que se conviertan en los verdaderos protagonistas, gracias al intercambio de ideas, proyectos e intereses. El colombiano Luis David Tobón López es el director y creador de Actitudes 2.0, un apasionado comunicador, que se define a sí mismo como tejedor de redes, un evolucionador de ideas, especialista en educación y nuevas tecnologías.

–¿Cómo surgió Actitudes 2.0?

–Yo colaboraba como profesor en una universidad colombiana. Llevaba un año planeando un Congreso de Comunicación Digital, con redes internacionales y a dos semanas de la celebración, la universidad lo canceló. Fue entonces cuando decidí organizarlo yo mismo. En dos semanas cambié el nombre del evento, la estructura y la metodología. Se celebró en las salas de cine de un centro comercial de tecnología. Aquella primera versión la nombramos Seminario Iberoamericano Actitudes 2.0. Fuimos 'Trending Topic' Colombia. Tomé la decisión de salir de la universidad, para dedicarme a organizar Actitudes 2.0 como seminario, en lugares donde la red me llevara, contagiando la actitud de querer y perseverar. Las Actitudes 2.0 en diferentes formatos, han llegado a un gran número de ciudades de países como Colombia, Bolivia, Chile, Argentina… Así, hemos ido fomentando la actitud emprendedora, entendiendo que el final de cada evento, es el comienzo de nuevas redes de emprendimiento. En

León y Valladolid hemos contado con excelentes aliados como Luis Ángel Mendaña y Lisandro Caravaca.

–¿Qué encontrarán los participantes que acudan a Valladolid Actitudes 2.0?

–Se encontrarán a sí mismos y a los rostros de las personas que tienen al lado, tanto asistentes como ponentes. Creemos en el 'networking' firmemente y en cómo los sueños se cumplen si creemos en ellos y damos los pasos para conseguirlos. Van a encontrar mucha inspiración, ejemplos concretos de Actitud 2.0 aplicada, con una exquisita red internacional de personas que creen y crean. Tendremos, por ejemplo, a Xavier Verdaguer, que nos hablará de su experiencia en Sillicon Valley como emprendedor y empresario; entre otros muchos. También nos acompañará Lisandro Caravaca de Valladolid, director de Eduskopia y promotor de Actitudes 2.0 en España. Pero más que los ponentes, el verdadero protagonismo en Actitudes 2.0 es de los participantes, quienes deberán trabajar en equipo, salir del auditorio y generar productos comunicacionales en tiempo récord.

«Creo en el 'crowdfunding' y en todo lo que tenga la etiqueta 'wiki'»

La actitud es lo que importa.
Uno de los seminarios organizados por Luis David Tobón en Medellín (de pie, en la imagen de la izquierda).

–¿Qué características tiene un evento como Actitudes 2.0 para obtener tal éxito en todos los lugares en los que se ha celebrado?

–En que el protagonismo está en las personas asistentes y en que como dice nuestro lema: «Hablamos de redes y las tejemos». Personalmente estaba cansado de los eventos de comunicación digital que presumen de ser multidireccionales y lo único que hacen es poner como únicos protagonistas a los ponentes y como mucho, hay 5 minutos al final de cada charla para que los asistentes hagan alguna pregunta. En Actitudes 2.0 los ponentes están cerca a los participantes y les asesoran y acompañan en los talleres. Durante las jornadas, se utiliza un 'hashtag' en Twitter, gracias al cual se genera un wiki-ebook de la experiencia. Cada evento es distinto, porque el híbrido de intereses, de conocimientos, de culturas, de edades y de personas es el que permite, sumar, incluso multiplicar el valor que generamos en nuestros proyectos.

–¿Qué perfil profesional tiene el target del evento?

–Actitudes 2.0 está abierto para las personas que creen en la actitud desde los nuevos medios de producción, que hoy están al alcance de la mano del ciudadano común. Generalmente convocamos a emprendedores, academia y empresa. Y de ahí sale una mezcla maravillosa de creaciones.

–¿Algún adelanto sobre los ponentes y temas que se tratarán en las dos jornadas de las que consta Valladolid Actitudes 2.0?

–Nos acompañan ponentes de España, Colombia y Argentina principalmente, y la clave está en que cada uno habla desde sus experiencias, desde la inspiración de haber construido y seguir construyendo para contagiar a los participantes a creer en sus proyectos. Aunque el tema es muy afín para emprendedores, también vale para empleados públicos o privados, porque se trata de contagiar y diseñar para la colaboración, de iniciar y de emprender también dentro de la empresa. Las redes somos las personas.

–¿Qué es para usted la actitud social y qué importancia tiene en las empresas hoy en día?

–Actitud social, es pensar en el gran poder de las personas para cambiar y mejorar sus condiciones. Creo firmemente en el 'crowdfunding', y en todo lo que tenga la etiqueta 'wiki'. El gran reto de las empresas hoy es más organizativo que tecnológico. Porque siempre las empresas invierten muchísimo dinero en plataformas. Y la plataforma es un 50%, el resto es el valor que se genera en la plataforma a partir de lo que allí hacen las personas. Imaginemos Facebook sin usuarios ¿Cuál sería su valor? Cero, porque son las interacciones y las personas las que dan ese valor. Yo lo llamo Actitudes 2.0, a pesar de que la etiqueta 2.0 ya tiene 10 años y muchos dirán que es obsoleta. Suponía el cambio del software unidireccional hacia lo multidireccional, todo el fenómeno de redes sociales que hoy vivimos. Pero, así y todo, las empresas son reacias al cambio, a aplicar para su efectividad estas herramientas. Por eso recuperamos el término 2.0, en cuanto a la participación y la construcción con la gente. Las actitudes 2.0 son, en esencia, las actitudes hacia la co-creación.

–¿Cuál es el mayor reto para las empresas que han decidido apostar por la participación en las redes sociales?

–Odiamos como usuarios cuando una empresa quiere parecer 'ser nuestro amigo'. Las empresas deben aprender a hablar desde su estilo en las redes sociales. Y no olvidar que somos personas de carne y hueso quienes interactuamos en los redes. Si las empresas son auténticas en sus conversaciones y coherentes en el discurso, comunicarán transparencia.

En las profundidades del iRedes

Por J. A. P. Fotos: R. Ucero e iRedes

El congreso celebrado en Burgos se ha centrado en cómo las redes sociales transforman el día a día y las relaciones personales

El IV iRedes, el Congreso Iberoamericano sobre Redes Sociales que se celebra desde 2011 en Burgos, profundizó en la edición desarrollada hace unos días en el Palacio de Congresos Fórum Evolución de la capital burgalesa en cómo esta vida 2.0 modifica nuestros comportamientos.

Varias de las ponencias y charlas redundaron en la manera en la que no solo nuestros comportamientos se ven afectados por esos dispositivos que observamos una media de 150 veces al día -ya sean tabletas o 'smartphones'-, sino también en cómo las relaciones interpersonales e incluso la forma de vernos a nosotros mismos dependen en gran medida de este cambio de hábitos. Ponentes como Álvaro González-Alorda, que aseguró que pertenecemos a una generación puente «a la que se le ha exigido aprender mucho en muy poco tiempo» y, que añadió que «nuestros hábitos serán modelos para los que vienen detrás», pusieron de manifiesto que la llegada de las redes sociales y nuestra hiperconectividad son un cambio muy profundo cuya trascendecia es necesario analizar.

Los 'youtubers' de moda

Y los cambios llegan incluso a la forma de ganarse la vida. Sino que se lo digan a 'alexBY11' y 'Wismichu', apodos tras los que se encuentran dos de los creadores de contenido en Youtube más famosos de España, con 1,6 millones y 810.000 seguidores en sus canales respectivamente. El primero de ellos se dedica a crear los denominados 'game play', es decir, la grabación de partidas de videojuegos que son interesantes por alguna razón y que después son subidas a Youtube. «Al principio subía vídeos por mi cuenta, hasta que un día me ofrecieron ganar dinero con ello. Ahora le dedico el 100% de mi tiempo. De profesión soy 'youtuber',» aseguró 'alexBY11'.

Los talleres como novedad

La celebración de la cuarta edición de iRedes no se queda atrás en esto de la innovación. Ya se sabe, renovarse o morir. Lo cierto es que el congreso parece estar en su mejor momento, con 450 asistentes a estas jornadas que este año dedicaron la tarde del jueves a talleres temáticos dedicados a emprender en Internet, comunicación efectiva en redes sociales, creación de contenidos en Youtube y fotografía en las redes sociales, con célebres maestros de ceremonias como Mario Tascón, premio iRedes 2013 en categoría individual, o el fundador de la red mundial de Instagramers, Philippe González, entre otros.

La apuesta de los organizadores del congreso por los diálogos entre personalidades como

DE LA LITERATURA AL CINE, PASANDO POR TWITTER
MOMENTO DEL DIÁLOGO ENTRE RODRIGO CORTÉS Y JUAN

LA TRANSFORMACIÓN A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES
PEDRO J. RAMÍREZ Y EDUARD PUNSET CONCENTRARON LA ATENCIÓN DE LOS ASISTENTES EN LA CLAUSURA.

DE PROFESIÓN 'YOUTUBER'
PEDRO RICOTE INTERVIENE EN UNA CHARLA CON MELANIE PAREJO, ALEXBY11 Y WISMICHU.

GÓMEZ JURADO.

forma de comunicación se consolida año tras año. Después del éxito que tuvieron en la pasada edición Buenafuente y la periodista Ana Pastor, este año este modelo se utilizó tanto en la jornada del jueves, con una conversación entre Juan Gómez Jurado y Rodrigo Cortés titulada 'De la literatura al cine, pasando por Twitter', como en la del viernes en la que charlaron Pedro J. Ramírez, exdirector de El Mundo y el abogado, economista y comunicador científico Eduard Punset.

El primero de estos diálogos arrancó con la pregunta que la presentadora Miriam Reyes trasladó a ambos contertulios: «¿Para qué sirven las redes sociales y para qué no sirven?». Rodrigo Cortés, encargado de abrir fuego, afirmó: «No sé para qué sirven las redes sociales y sospecho que para menos de los que creemos», a lo que su homólogo replicó: «Lo más bonito de las redes es que puede valer para lo que tu quieras. Es una herramienta de expresividad que puedes canalizar como desees».

El diálogo estrella

Pedro J. Ramírez y Eduard Punset se encargaron de la última de las charlas de este iRedes 2014 en un interesante diálogo que hizo las delicias de una sala completamente abarrotada para seguir la conversación entre estas dos personalidades.

Punset aseguró, en el principio de una intervención salpicada de anécdotas y estudios científicos que le sirvieron para apoyar sus afirmaciones, que hasta hace poco el hombre no era muy diferente al resto de animales pero «las redes sociales han transformado completamente la situación. Son el gran cambio que va a transformar la vida social pero no sabemos muy bien ni cómo ni por qué». Ante ello, Pedro J. Ramírez quiso fijarse en su profesión, una de las que más ha sentido el impacto del espectacular despegue de las redes sociales; «su desarrollo nos está dando la razón a quienes siempre hemos defendido que había que llenar de contenido los derechos de participación de los ciudadanos», aseguró, en un tono reivindicativo que mantuvo a lo largo de todas sus intervenciones. En otro momento de la charla, y preguntado sobre el futuro del periodismo, en relación con este desarrollo de los entornos 2.0 aseguró que «surgirá un proyecto intelectual lo suficientemente importante para que se den las condiciones para que los periodistas volvamos a estar de pie y no de rodillas ante los poderosos, como estamos ahora». Punset, por su parte, apoyo su ensalzamiento de las redes sociales afirmando que «un sabio es más sabio cuando trabaja con otros sabios, y no solo se dedica a desarrollar sus propias ideas», comparando el trabajo científico con las facilidades de conversación que ofrecen herramientas como Twitter o Facebook, entre otras.

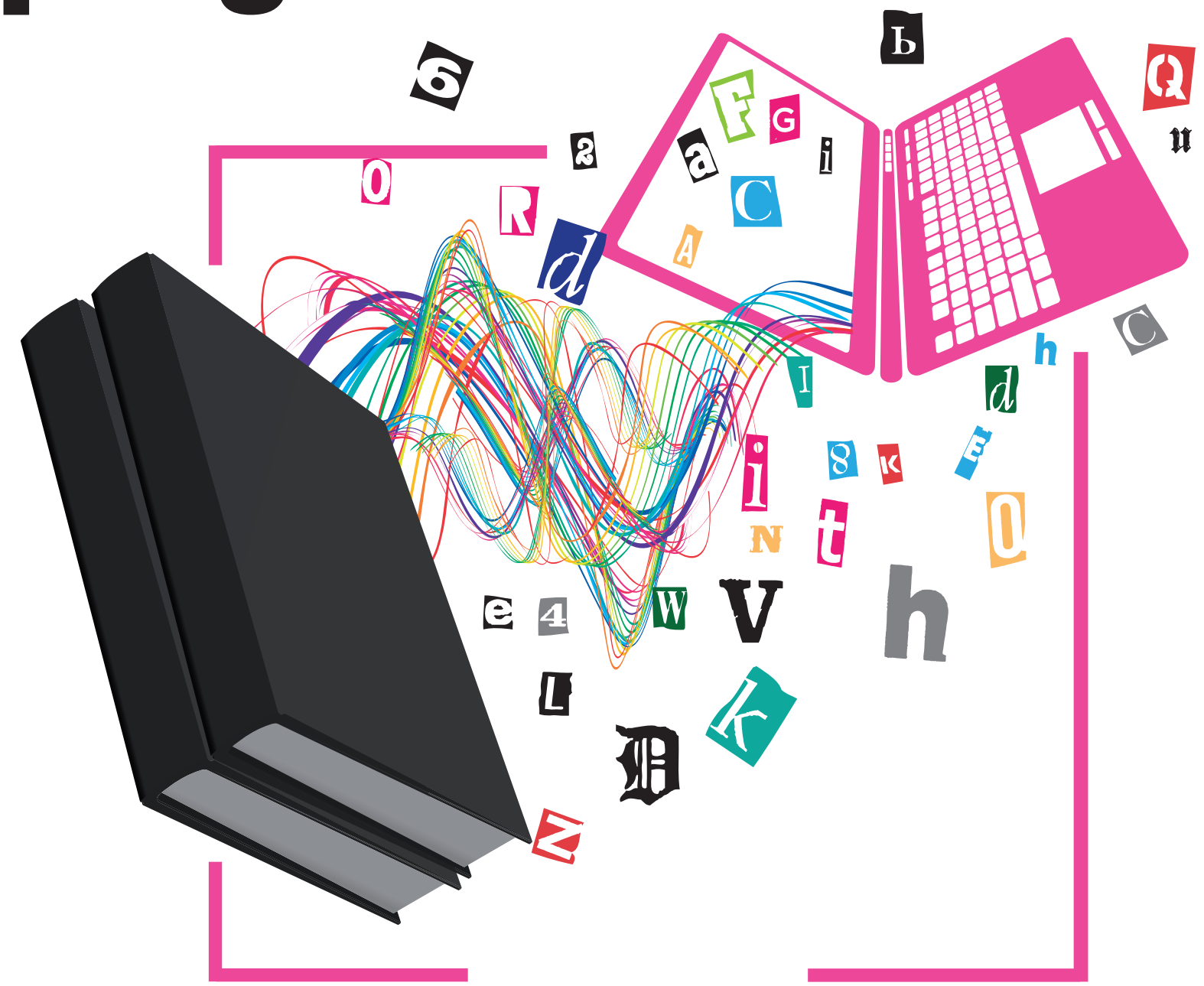
Premios iRedes

En esta cuarta edición del Congreso Iberoamericano de redes sociales los premios recayeron en Ramón Lobo, que se hizo con el Premio individual «por su capacidad de utilizar las redes para extender un modo de ser periodista y de hacer periodismo que la tecnología no ha conseguido doblegar» y en la Policía Nacional, en el apartado de Categoría Institucional, «por su estrategia en redes sociales que, aunando humor, servicio y cercanía, abre caminos para repensar la comunicación de las instituciones en la era digital». Por su parte, el Premio iRedes Letras Enredadas fue entregado al periodista Jordi Pérez Colomé «por la claridad con la que escribe y analiza la política internacional tanto en su blog, 'Obamaworld.es', como en sus libros».

Los asistentes al congreso y aquellos que lo siguieron en 'streaming' multiplicaron su impacto gracias a redes como Twitter donde el 'hashtag' '#iRedes' fue 'trending topic' en España durante más de cinco horas durante el jueves y más de siete en la jornada de clausura.

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

Ante la duda, pregunte a internet



Instituciones como la Real Academia Española o la Fundación del Español Urgente ofrecen en las redes sociales una herramienta de ayuda para los hablantes del español

Por Víctor Gutiérrez **Ilustración:** H. Ko

«A ver» o «haber», «elite» o «élite», «aun» o «aún», «advertir de algo» o «advertir algo»... El ser humano es lenguaje. Todos los días, se hacen discursos, se habla, se escribe y, claro, suelen surgir dudas. ¿Cómo se dice esto? ¿Cómo se escribe lo otro? Antes, se acudía a consultar grandes tomos de diccionarios como el de la RAE o el María Moliner. Ahora, se desbloquea el móvil y se escribe la duda esperando que el buscador de turno dé la respuesta. El problema es que muchas veces interpretar la norma es difícil. Puede ser que no haya suficientes ejemplos, o que una redacción oscura en la entrada impida desentrañar el uso correcto de una palabra o una construcción gramatical. Por esta razón, son tan útiles los sistemas de consulta y asesoramiento en internet que proponen instituciones como la Real Academia Española (RAE) o la Fundación del Español Urgente (Fundéu). Ambas instituciones son un buen ejemplo de cómo adaptarse a los cambios para aprovechar las oportunidades que estos ofrecen.

Darío Villanueva Prieto es la silla 'D' en la Real

Academia tras tomar posesión en 2008. Además, ejerce las funciones de secretario desde 2010, por lo que tiene una posición privilegiada para analizar una época de grandes cambios que él aborda con optimismo: «Hay un dato objetivo: nunca se había escrito tanto como ahora. Suele criticarse con frecuencia el descuido en la escritura en medios electrónicos. Aparecen muy a menudo predicciones casi apocalípticas sobre el deterioro causado por el uso de dispositivos móviles. No tiene por qué ser así necesariamente. Junto a la dejadez, sin duda muy evidente, también nos encontramos con ejemplos de lo contrario, de exquisito cuidado, en personas de distintas edades». Ni deterioro del idioma, ni degeneración; ninguno de estos conceptos puede aplicarse para definir la evolución de la lengua. Ahora bien, son muchas las voces que se elevan para denunciar la dejadez, por ejemplo, de los jóvenes a la hora de escribir en los nuevos soportes digitales. «El lenguaje se adapta y se amolda a los nuevos medios y estos intervienen en la evolución del idioma. La lengua está viva, se pierden usos y surgen otros nuevos, según las necesidades», explica Yolanda Tejado, asesora lingüística de la Fundéu BBVA. Esta institución guerrea en la trinchera del uso diario del lenguaje. Su principal objetivo es ayudar a aquellos profesionales que bregan con las palabras como materia prima con consejos y soluciones rápidas a los problemas que les asaltan en el día a día. Surgida fruto de un acuerdo entre la Agencia Efe y BBVA, la Fundéu trabaja codo con codo con la RAE en la difusión del buen uso del español.

Villanueva: «Hay un dato objetivo: nunca se había escrito tanto como ahora»

Internet como solución

«En contra de lo que pueda parecer, nuestra impresión es que el número de personas interesadas en el buen uso de la lengua aumenta cada día en todo el mundo hispanohablante», opina Darío Villanueva. Para el secretario de la RAE, «internet y las redes sociales han contribuido notablemente a hacer visible esta preocupación. Pero la RAE sigue manteniendo la convicción de que los dos instrumentos más poderosos que juegan a favor del buen uso de la lengua son el sistema educativo, en sus distintos niveles, y los medios de comunicación social». Yolanda Tejado mantiene una postura casi idéntica a la del académico. En su opinión, «la gente escribe mucho más ahora que antes y lo que escriben es público, por lo que va ligado a la imagen y a la reputación de cada uno». Por consiguiente, es lógico que ante el creciente interés en el uso de la lengua aparezcan multitud de foros en los que se trate de dar soluciones sencilla a las dudas. El problema es que estas páginas muchas veces carecen de la suficiente rigurosidad.

El secretario de la RAE no defiende un monopolio de su institución en el asesoramiento lingüístico, pero pide que se mantenga una cohesión en la lengua: «No hay nada en contra de otras iniciativas relacionadas con el buen uso de la lengua, salvo que promoviesen, por mencionar un hipotético caso, la fragmentación de las normas comunes que hacen del español del todo el mundo una lengua que goza de una extraordinaria unidad. Todas esas contribuciones pueden ser útiles porque la mayoría de ellas son bienintencionadas y persiguen el mismo objetivo».

Respuestas rápidas

Las dudas muchas veces surgen en un momento concreto y ante una realidad variable, por lo que se necesitan soluciones rápidas como las que ofrece la Fundéu. Yolanda Tejado afirma: «En ocasiones, podemos adelantarnos, dar un paso más, hacer propuestas sobre asuntos acerca de los cuales la RAE, que tiene por lógica unos ritmos más lentos que los nuestros, aún no se ha pronunciado. De hecho, algunas de nuestras recomendaciones han servido para incorporar nuevos términos al Diccionario, como tuit, tuitero o tuitear».

Darío Villanueva asume la crítica habitual que se hace a la RAE en cuanto a su lentitud a la hora de adaptar cambios, pero apunta: «La RAE tiene sus propios ritmos, que son ajenos a las modas pasajeras o a ciertas urgencias y presiones poco justificadas, sobre todo en los procesos de elaboración de las obras académicas: los diccionarios, la gramática y la ortografía».

Internet puede ser una selva en la que es complejo quitar la maleza para ver lo que esconde. Por esta razón, son tan útiles las nuevas herramientas que ofrecen tanto la RAE como la Fundéu y que acercan y facilitan el bueno uso del español a los hablantes. A través de Twitter, Facebook o el correo electrónico, las dos instituciones responden diariamente a más de 300 consultas en total. Una prueba de que cada vez más gente se preocupa en hacer un buen uso del español y de que internet es una buena herramienta de ayuda.

FUNDEU CONTESTA
La Fundeu contesta diariamente entre 120 y 150 consultas diarias que les llegan por teléfono, correo, Twitter y Facebook.

#RAEconsultas
La Real Academia Española responde en torno a las 200 consultas los días laborables a través de su perfil en Twitter o por correo electrónico.

Israel: un viaje a la Ciber Nación

Inés Leopoldo
Socia de NeoLabels y de Mitsue Venture.
@inesleopoldo

RUBIK DANILOVICH, BENJAMIN NETANYAHU, RIVKA MILLS Y STEVE MILLS *EN CYBERTECH 2014.*

Las sociedades se están volviendo más dependientes de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), que impulsan, cada vez más, rápidos desarrollos sociales, económicos y gubernamentales. En este trasvase de la economía real a la economía digital, han surgido nuevas amenazas a las infraestructuras digitales.

Entre muchos otros ejemplos, Corea del Sur ha sufrido recientemente un importante ataque a sus redes comerciales y medios de comunicación, interrumpiendo asimismo servicios bancarios online y cajeros automáticos. Asimismo, las infraestructuras críticas, en particular los sistemas de control industrial (ICS) y los de control de supervisión y de adquisición de datos (SCADA) utilizados en la gestión del agua, las tuberías de gas y petróleo, la distribución de energía eléctrica y el transporte público, ofrecen un blanco atractivo para los agentes maliciosos. La complejidad y la naturaleza de estos sistemas implica que la seguridad tanto física como lógica no están garantizadas.

En respuesta a estas y otras amenazas, muchos países están creando instituciones de defensa cibernética dentro de sus instituciones de seguridad nacional.

En la apertura del congreso CyberTech 2014, que se desarrolló en Tel Aviv a finales de enero de este año, el primer ministro, Benjamín Netanyahu, en su discurso inaugural enumeró los cinco pilares en los cuales basa el éxito de la concentración de talento en la industria de la cyberseguridad.

Las fuerzas armadas y las de seguridad aseguran una masa crítica de mercado para los desarrolladores de esta materia. Las universidades e institutos de primer nivel que garantizan el mejor nivel de aprendizaje en la materia.

Un territorio muy reducido, donde literalmente todos compiten, pero también cooperan y más importante aún donde todos se conocen.

Su cultura. El pueblo de Israel por ser el 'Pueblo del Libro' (Tora o Biblia) ha sido siempre un pueblo alfabetizado y por ende muy proclive al conocimiento científico.

Alerta constante ante la delicada situación geopolítica del Estado de Israel con varios frentes de conflicto abiertos con sus vecinos.

El número de compañías israelíes activas actualmente en este ámbito supera los 220, por no hablar de los más de 20 centros de I+D de importantes empresas extranjeras con sede en Israel-entre ellos IBM, GE, PayPal, EMC, RSA, y VMWare.

Parque de Tecnología Avanzada

Como coronación en todo este proceso, Netanyahu inauguró en septiembre de 2013 el Parque de Tecnología Avanzada en Beer Sheva-región del Negev, que es el lugar donde los recursos de seguridad del estado, las universidades y las empresas privadas se hallan localizadas a pocos metros unas de otras y en un ambiente residencial. La Universidad Ben Gurión será la plataforma del gobierno israelí para convertir la ciudad de Beer Sheva en la nueva 'cibercapital' de Israel.

Al evento concurrieron más de 4.000 asistentes, 450 líderes de sector y los organismos de seguridad cibernética de todo el mundo. Los temas más tratados en las diversas conferencias brindadas se centraban básicamente en: BYOD (trae tu propio dispositivo), fraude 'on-line' y móvil, seguridad en la nube y gestión de identidad. Las soluciones estrella que se han visto en el evento eran aquellas orientadas a dar soporte al BYOD. A nivel de tendencia ya se habla incluso del BYOI (Bring your own identity).

Pero sin duda la mayor atracción de CyberTech 2014 fueron las empresas que expusieron sus productos en el pabellón destinados a las 'start ups'. Allí encontramos entre muchos otros a Adallom compañía de seguridad del tipo Software-as-a-Service (SaaS); BioCatch basada en el desarrollo de tecnología de comportamientos biométricos orientado a la mitigación del fraude en línea y móvil; GreenSQL que ofrece soluciones de seguridad unificadas de base de datos; Zimperium con una gama de productos orientados a proteger contra ataques sofisticados; Vaultive que provee soluciones de encriptación para datos en la nube muy orientado al entorno Microsoft; Lacoon Mobile Security, con soluciones avanzadas para amenazas móviles.

No cabe duda que la concentración de talento proveniente de diferentes sectores en un entorno muy favorable está creando una oportunidad única para el gobierno, las universidades e institutos de investigación, las compañías privadas y los individuos de desarrollar su potencial al máximo posible.

Sin embargo, todo este entorno es una condición necesaria pero que requiere de capital. En los últimos 5 años se han obtenido fondos superiores a los 1.680 millones de euros de inversión privada. Todo lo anterior ha permitido a Israel hallar en este nicho una importante fuente de desarrollo y en el alias 'Start Up Nation' (proveniente del famoso bestseller) su más fiel representación. Parafraseando a Simon Peres, Premio Nobel de La Paz, dos veces primer ministro y actual presidente de Israel, uno de los ideólogos de este fenómeno: «lo más prudente es atreverse».

PARTICIPANTES EN EL EVENTO DE CIBERSEGURIDAD *QUE ACOGIÓ TEL AVIV EN ENERO.*

LOS AUTÉNTICOS

DE

elnortedecastilla.es

* **COMPRA** productos artesanos de Castilla y León

* **COMPRA** en Los Auténticos

AHORA COMPRAR ES

¡MÁS FÁCIL!
¡MÁS RÁPIDO!

Directamente
del productor
a tu casa

www.losautenticos.es

La culpa es de los Monty Phyton

El 'spam' o el envío de correo basura se bautizó así por un sketch del famoso grupo de humor inglés

Por M. E. García **Ilustración:** H. K.Ko

Todo el mundo con una dirección de correo electrónico lo ha sufrido: es el famoso 'spam' o correo basura. Esos e-mails que nadie ha pedido, con remitente desconocido, normalmente con una finalidad publicitaria y muchas veces maliciosa es un mal muy común (puede que el que más) en Internet. Según el Inteco, hasta el 80% de los e-mails mundiales son 'spam'. El 'spam' supone una pérdida de tiempo para el usuario ya que tiene que prestar atención a este tipo de envíos que no le interesan y puede hacer perder contenido que sí que son necesarios ya que los filtros de los que disponen los servicios de 'e-mail' pueden clasificar correos útiles como basura. Estos correos también tienen una repercusión negativa en cuanto a la reputación de la red y en costes para las compañías que desarrollan su actividad en Internet. A pesar de que se estima que tan solo 15 envíos por millón obtienen algún tipo de respuesta el bajo coste de esta estrategia la hace rentable.

El término 'spam' para definir este tipo de envíos masivo viene de Spam (SPiced hAM), una marca de jamón enlatado procedente de EEUU, de no muy buena calidad. Se comenzó a usar en términos informáticos gracias a un 'sketch' de los Monty Phyton que narraba la historia de una pareja que va a cenar a un restaurante en el que todos los platos integraban este tipo de jamón.

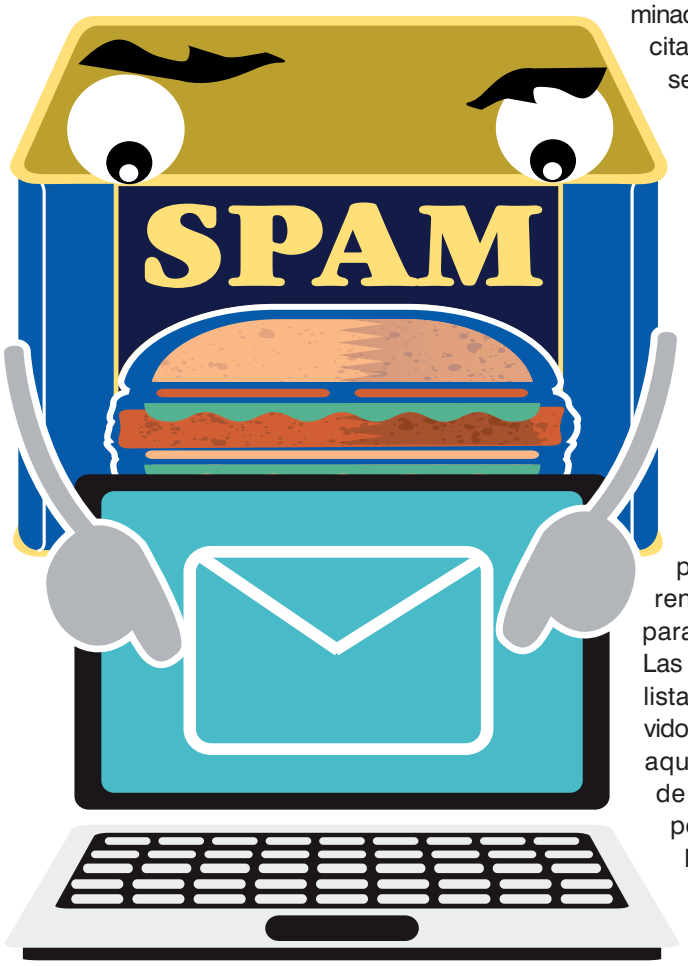
El correo basura no solo puede llegar vía correo electrónico sino que también tiene su hueco en foros, blogs, wikis y hasta redes sociales. Y esta es la primera clasificación que hacen los expertos del 'spam'. El más común y en el medio que vio su origen es vía e-mail. El siguiente paso llegó con los teléfonos móviles y el envío de mensajes publicitarios a los terminales también conocidos como SPIM (Spam Instant Messaging). En los grupos de noticias pueden acceder determinados 'bots' para propagar mensajes publicitarios entre los usuarios suscritos a ese servicio mientras que en blogs y foros se propagan mediante un usuario registrado normal.

Con los últimos avances tecnológicos el 'spam' ha evolucionado. Las últimas tendencias en este campo se han visto en telefonía IP (VoIP). De momento, los mensajes han sido pocos pero las compañías ya están empezando a tomar medidas. También se pueden encontrar este tipo de mensajes basura en los juegos en línea y archivos adjuntos con audio.

Tanto usuarios como empresas pueden utilizar diferentes herramientas para evitar el 'spam'. Las listas negras y las listas blancas de servidores en la que salen aquellos que no son de fiar y que sí, respectivamente; análisis de cabeceras en los que se estudian los datos falsos, incluyendo la dirección del remitente, por ejemplo; y el filtrado por campos, el más accesible para el usuario ya que casi todos los servidores de correo electrónico disponen de herramientas que evitan el 'spam' y lo clasifican como basura de manera automática.

Los famosos 'captchas' también pertenecen a este tipo de seguridad anti-spam en sitios como foros, blogs, listas de noticias, etc. Otra solución son las funciones de resumen de mensajes (hash). Tienen un funcionamiento parecido a un antivirus: crea resúmenes digitales de los mensajes basura y éstos se comparten en una base de datos.

Es importante saber que el usuario está protegido por la ley ante el envío de 'spam'. A este respecto, las leyes en las que se ampara son la Ley 34/2002 de Servicios de la Sociedad de la Información (LSSI) y la Ley Orgánica 15/1999 de Protección de Datos (LOPD).



«Spam, spam, spam» Imagen del popular 'sketch' de los Monty Phyton que se emitió en 1970.

Twitter restablece contraseñas de sus usuarios «sin querer»

Twitter ha sufrido un error del sistema, provocando que se mandase un correo en el que informaba del restablecimiento de las contraseñas de sus usuarios. Los usuarios afectados recibieron un correo de la red social advirtiéndoles de que su contraseña se había restablecido, sin que esto fuera verdad. Un portavoz de Twitter informó que el fallo ha sido debido a un error del sistema provocado por un intento en destruir un sitio de terceros o algún servicio de Twitter.

Las falsas ofertas de empleo, más difíciles de detectar

Los fraudes se hacen más sofisticados y complejos para dificultar su detección. Es el caso de las falsas ofertas de empleo. Cada día son más complicadas de descubrir ya que mejoran sus estrategias de engaño. El Inteco aconseja investigar si la empresa que hace la oferta es real y sospechar ante una cuenta de e-mail gratuito o errores en el uso del idioma, cuando nos llega al e-mail la oferta sin selección previa y cuando se tratan de webs extranjeras y piden que se envíe dinero.

'App' maliciosas en Android

Se han detectado diversas aplicaciones maliciosas en el market de Android, que ofrecen funcionalidades adicionales para el dispositivo móvil y una vez instaladas suscriben a los usuarios afectados a servicios SMS Premium. Esto ocurre, según avisan en el Inteco, con la aplicación Cámara Visión Nocturna disponible en el Market de Android, que suscribe a los usuarios a un servicio SMS Premium.

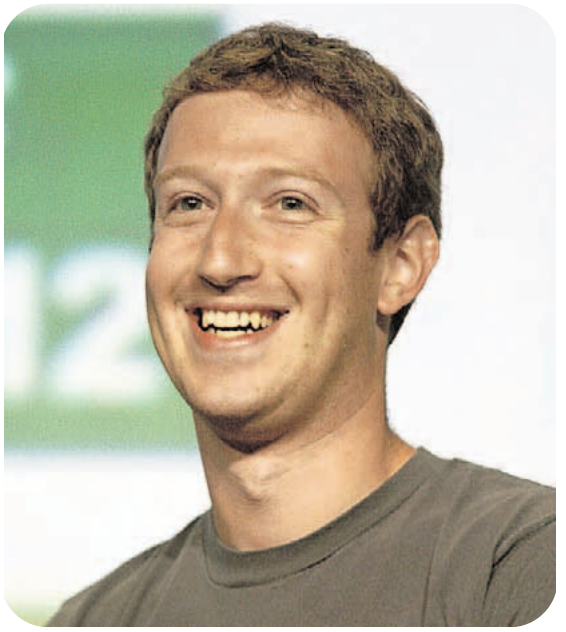
Lo + 'retuit'

Supercomputor, el juego matemático para el móvil

Bull ha lanzado Supercomputor, un juego basado en las matemáticas que potencia la habilidad mental. Con este juego el Grupo Bull quiere, además de ofrecer un nuevo desafío a los usuarios, fortalecer su imagen. En cada nivel de la aplicación hay que utilizar los dedos para conectar los números que se muestran y obtener la puntuación más alta antes de que el tiempo termine.

Facebook compra WhatsApp

Ha sido la noticia del mes. La compañía Facebook anunció a finales de febrero que había alcanzado un «acuerdo definitivo» para comprar la empresa de mensajería instantánea WhatsApp por unos 16.000 millones de dólares (11.650 millones de euros), de los cuales 4.000 millones serán en efectivo y los 12.000 restantes en acciones de la conocida red social. Mark Zuckerberg ha asegurado que WhatsApp está «en la senda de conseguir conectar a 1.000 millones de personas».



Los medios 'on-line' superan en credibilidad a las redes sociales

Los medios 'on-line' superan en credibilidad a las redes sociales, a pesar de que se suelen conectarse con más frecuencia a ellas, según los resultados del Primer Estudio de Medios de Comunicación 'On-line' realizado por la empresa asociada Madison y liderado por la Comisión de Medios de Comunicación. Los internautas puntúan con 6,88 a los medios 'online' mientras que las redes sociales con 5,97,

Dos aplicaciones de la Junta impulsan el turismo gastronómico y las posadas

La Consejería de Cultura y Turismo ha desarrollado diversas aplicaciones para 'smartphones' y 'tablets' para trasladar los atractivos y recursos turísticos de Castilla y León a las pantallas de los dispositivos de los usuarios.

Hackathon Valladolid conjuga teoría y práctica en torno al desarrollo de aplicaciones

El Centro Gregorio Fernández ha organizado la segunda edición del Hackathon Valladolid. Más de 200 inscritos han participado en las jornadas dedicadas a acercar aspectos teóricos y prácticos del desarrollo de aplicaciones multiplataforma.

Apple y Google buscan soluciones por las quejas con las 'apps' free-to-play

La Comisión Europea (CE) se reunió con Google y Apple para repasar las preocupaciones sobre la protección en el mercado de las aplicaciones free-to-play, porque son muchos los usuarios que han pagado por ampliaciones sin saberlo.

Nokia anuncia Treasure Tag, un dispositivo para no perder objetos personales

Nokia ha anunciado el lanzamiento de Treasure Tag, un dispositivo para tener ubicados diversos objetos como las llaves o la cartera. El 'gadget' viene en varios colores y asocia tonalidades distintas a cada objeto conectado.

La noche que se estropeó WhatsApp y Telegram

WhatsApp dejó de funcionar el sábado 22 de febrero en torno a las 19:30 horas de la tarde y volvió a activarse en torno a las 23:30 horas. Telegram también vivió una jornada complicada, porque dejó de funcionar como consecuencia de una demanda de hasta 100 descargas por segundo.

BBVA

"Cuando una empresa tiene financiación, crecen las buenas noticias"

Roberto Arce
Periodista

En BBVA queremos impulsarlas.

Y vamos a hacerlo financiando los proyectos que su empresa necesita para crecer. Porque eso es lo que hace un banco que siempre responde.

Venga a BBVA. Financiamos sus buenas noticias.

adelante.