

PREMIOS Evolución

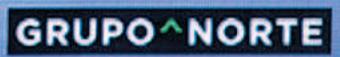


 Junta de Castilla y León

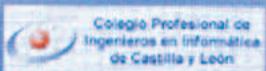
 LABORAL Kutxa

 vodafone

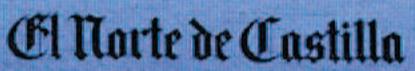
 IBERDROLA

 GRUPO NORTE

Partner

 Colegio Profesional de Ingenieros en Informática de Castilla y León

Organiza

 El Norte de Castilla

Francisco Pérez (Incibe), Victoria Seco (directora general de Telecomunicaciones, que recogió el premio en nombre de Epinium Analytics), Ricardo de las Heras (Drivies), Sandra Falagán (Erasyou), Pedro Galindo (Padel Solution), María Santaolaya (FIV Recoletos) y Jesús Medina (Traceus).



Campeones de la adaptación al entorno digital

Epinium Analytics, Erasyou, FIV Recoletos, Drivies, Padel Solution, Traceus y el Instituto de Ciberseguridad se alzan con los Premios e-evolución 2017 de El Norte



ÁNGEL BLANCO

LOS individuos de una población no comparten un mismo patrón reproductivo, ya que hay quienes son más fértiles que otros y algunos están mejor adaptados al medio. Los que demuestran mayor capacidad de adaptación al entorno sobreviven con más facilidad y tienen mayores posibilidades de perpe-

tuar su especie. La teoría de Darwin, por casualidad o por genialidad, sirve para explicar la evolución de las especies y la e-evolución de la transformación digital vista a través de los premios que organiza El Norte, que ya han cumplido nueve ediciones. «Comenzamos premiando el mejor contenido enviado por un usuario y en 2012 abrimos

una categoría a la búsqueda de la mejor app –explicó Ángel de las Heras, director general del diario decano de la prensa española–. El mundo digital se transforma y eso se refleja en nuestros premios e-evolución, espejo de esta sociedad digital cambiante».

En 2003 veía la luz la red social MySpace y rápidamente seducía a millones de inter-

nautas de todo el mundo. Un año después se ponía en marcha Facebook. Hoy la primera languidece con 60 millones de usuarios y la segunda tiene más de 1.700 millones. «El Norte lleva 20 años en esto de la transformación digital y sabemos que la liebre mecánica siempre corre más que el galgo, que estamos una carrera posiblemente





➤ sin fin... pero con muchas metas volantes».

Buen ejemplo de todo esto es el Incibe. Fue inaugurado en 2006 como Inteco (Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación) para ayudar a la convergencia de España con Europa en el ámbito de la sociedad de la información. Su propio desarrollo (y el de los acontecimientos) condujo a su cambio de denominación, en 2014, por Incibe (Instituto Nacional de Ciberseguridad de España) y hoy su labor se centra en la protección cibernética de las infraestructuras críticas y de la lucha contra la pornografía infantil. Ayer recibió el premio especial 20 años de elnortedecastilla.es, recogido por su secretario general, Francisco Pérez.

Hubo más reconocimientos en la gala de los IX Premios e-volución. El galardón a la mejor iniciativa de negocio digital recayó en Epinium Analytics, una plataforma que elabora estudios de mercado a golpe de algoritmo para que las empresas dispongan de información acerca de la valoración de sus productos... en tiempo (no ficticio, sino) real.

La mejor propuesta de sociedad colaborativa fue a parar a Erasyou y lo recogió su promotora, Sandra Falagán. Se trata de una página web en la que ya miles de usuarios comparten información y experiencias con el fin de que las personas que están en un intercambio cultural sepan cómo aprovechar al máximo su estancia desde el minuto uno.

«La liebre mecánica siempre corre más que el galgo y la carrera tecnológica no tiene fin»

El premio a la mejor estrategia de comunicación multicanal lo obtuvo FIV Recoletos (o María Santaolaya), por la original manera con la que la clínica de reproducción asistida del mismo nombre se ha hecho presente no ya en la red de redes, sino en todas y cada una de las redes sociales para captar (¿o será pescar?) la atención de ese híbrido que es el consumidor/a-internauta.

Fue reconocida como la mejor solución de movilidad Drivies –creada por Ricardo

de las Heras–, una aplicación que transforma el smartphone en una herramienta que promueve una forma de conducción más segura y responsable por parte de los humanos... a la espera de que llegue el desembarco masivo de coches autónomos.

Premio de la audiencia

Por su parte, en la categoría de mejor UX Web fue elegida Padel Solution –Pedro Galindo recogió la estatuilla–, una tienda online sin nada que envidiar al mayor almacén especializado, donde se puede encontrar absolutamente todo lo que pueda imaginar el aficionado al deporte de la raqueta sin cordaje.

El premio de la audiencia acabó en manos de Jesús Medina gracias a la app Traceus.

Creada por la empresa valenciana Nunsys, con esta herramienta informática los padres y responsables de los colegios tienen la posibilidad de conocer al momento y al detalle la ubicación y hora de llegada del autobús escolar.

La gala llenó a rebosar el mirador de cristal del Museo de la Ciencia de Valladolid. El ilusionista Luis Boyano ejerció de maestro de ceremonias con derroche de habilidad para combinar magia y humor. En un momento dado solicitó a alguien del público que le prestase un billete de 10 euros y, sin ningún esfuerzo pero con gran destreza, lo transformó en uno de 500. Quién sabe si alguno de los premiados no será capaz de rentabilizar su 'start-up' de forma parecida, pero en su caso sin trampa ni cartón.

Foto de familia. Ángel de las Heras (El Norte); Sandra Falagán (Erasyou); César Ruiz (Grupo Norte); Teófilo Gómez (Laboral Kutxa); Silvia Herrero (Iberdrola); Eduardo Ordax (Vodafone); Ricardo de las Heras (Drivies); Juan Carlos Suárez-Quíñones (consejero de Fomento); Jacinto Canales (Colegio de Ingenieros en Informática); Francisco Pérez (Incibe); Victoria Seco (directora general de telecomunicaciones); Pedro Galindo (Padel Solution); María Santaolaya (FIV Recoletos); Jesús Medina (Traceus); y Carlos Aganzo (El Norte). :: GABRIEL VILLAMIL



Colegio Profesional de
Ingenieros en Informática
de Castilla y León
<http://www.cpiicyl.org>

Necesita profesionales:
Ingeniería Informática

Innovación en las nuevas tecnologías

El Incibe (Instituto Nacional de Ciberseguridad de España) se creó en 2006 como Inteco (Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación) para ayudar a la convergencia de España con Europa en el ámbito de la sociedad de la información. Desde su nacimiento, viene desarrollando proyectos innovadores relacionados con las tecnologías de la información y, además, promoviendo el desarrollo regional, con su sede en León. Inteco cambió su denominación por Incibe en el año 2014.



Alberto Hernández, junto a la entrada de las instalaciones del Incibe, en León. :: EL NORTE

«El negocio del cibercrimen es muy lucrativo»

Alberto Hernández, director general del Incibe, calcula en más de dos billones de euros anuales la facturación del sector, y explica las últimas novedades del centro de referencia en ciberseguridad

El Instituto Nacional de Ciberseguridad (Incibe), con sede en León, es el centro de referencia del sector en España. Ha participado en grandes proyectos sobre seguridad global como el 'cyber atlantic', un proyecto conjunto UE-EE UU sobre ciberseguridad y realiza numerosas actividades orientadas a los más jóvenes como la CyberCamp, que congrega a más de 10.000 jóvenes alrededor de la seguridad, programas de aceleración de proyectos y 'start-ups' de ciberseguridad, etc.

–¿Qué supone para el Incibe recibir este reconocimiento por parte de El Norte de Castilla?

–Para nosotros es un honor y una satisfacción, sobre todo porque se reconoce la labor que está haciendo el Instituto en la mejora de la ciberseguridad en nuestro país en todo lo que afecta a nuestros ciudadanos y a nuestras empresas. Es una labor de años que empieza a dar sus frutos.

–Son once años de trabajo intenso, antes como Inteco y ahora como Incibe, y quizás, sea una labor desconocida para los ciudadanos, que ven el edificio pero no lo que hay dentro de él. ¿Qué ocurre de puertas adentro?

–Aquí en León se cuecen muchas cosas, hacemos una labor muy importante de concienciación en materia de ciberseguridad. La tecnología forma parte de nuestra vida diaria, hay que utilizarla pero también saber los riesgos que

entraña, porque detrás hay vulnerabilidades que pueden ser explotadas y que pueden causar un importante impacto en nuestra vida cotidiana y en el día a día de las empresas. Nuestra labor es por un lado la concienciación en esto y por otro apoyar la detección de los problemas que ocurren en España.

–Sin duda una labor silenciosa.

–Sí, así es. A modo de ejemplo, el año pasado gestionamos en España



➤ más de 115.000 incidentes de ciberseguridad que afectaban a ciudadanos y a empresas y que tuvieron bastante impacto, en las que tuvimos un papel de detección, análisis y apoyo en la resolución. También desarrollamos otro tipo de actividades que quizás son poco conocidas, como el apoyo a las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado en su mejora y adiestramiento, trabajamos en la protección de infraestructuras críticas y estamos volcados en el I+D+i y en la promoción del talento, porque nuestras empresas necesitan contar con profesionales formados, materia en la que hay una carencia importante. Animamos desde aquí a que nuestros jóvenes estudien cuestiones acerca de la ciberseguridad.

-A lo largo de la historia se puede ver la evolución de las amenazas nacionales, que ahora pasan por los ciberataques. ¿Cómo se lleva a cabo el daño? ¿Quién lo hace?

-Es muy importante la prevención, que es una labor intensa y continua que hay que hacer también con el sector privado y con los agentes sociales. Hay que llegar a menores, padres y madres para que todos estén concienciados. A día de hoy, ya no hablamos de los virus que llegaban y rompían el ordenador, ahora hay 'malware', un 'software' malicioso que tiene como objetivo infectar nuestras redes, ser indetectable y robar nuestra información o atacar a terceros. Detrás de todo esto hay organizaciones criminales en muchos casos, se estima que el negocio del cibercrimen está por encima del billón de euros anuales, si lo comparamos con la inversión a nivel mundial en ciberseguridad, que está en torno a 76.000 millones, vemos que el negocio es muy lucrativo.

-Hablamos entonces del Incibe como una parte más de



Francisco Pérez Bes, del Incibe (derecha), recibió el premio de manos del director general de El Norte, Ángel de las Heras.

la defensa del país.

-Sin duda. El Incibe forma parte de la ciberseguridad nacional, cuya estrategia nacional se aprobó en España en 2013, y en ella se establecen objetivos y líneas de actuación. Nuestro papel fundamental se engloba en ella.

-¿Cuáles son las cifras del Incibe?

-Aquí hay ochenta personas trabajando directamente en plantilla, aunque de forma indirecta hablamos de más de 200. Contamos con gente muy joven, la media de edad está por debajo de los 40 años, este es un campo muy novedoso y necesitamos de los jóvenes, que cuentan con perfiles que van desde los llamados 'hackers buenos' a sociólogos, matemáticos o educadores. Con respecto al plano

«La tecnología forma parte de nuestra vida; hay que utilizarla, pero saber los riesgos que entraña»

económico, hemos contado con un incremento presupuestario con el que llegamos el año pasado a los 17 millones de euros. Ha sido el mayor de la historia del Incibe.

-A nivel local, ¿hacia dónde irá la relación entre la ciudad y el Instituto?

-Me gustaría destacar una iniciativa que realizamos el año pasado, en la que tuvimos a 200 personas de 28 países formándose en ciberseguridad en León. La proyección internacional del Incibe es alta y vamos a seguir trabajando en ello en el futuro, de tal forma que podamos atraer personas que quieran trabajar y estudiar en León, atrayendo también inversiones. Estamos apostando por generar un núcleo de conocimiento de seguridad en torno al Incibe.

-¿Podría ocurrir con el Incibe como con las factorías clásicas, en las que alrededor se desarrollan empresas auxiliares?

-Cuando hablamos del ámbito de las tecnologías y de la ciberseguridad, hablamos de características diferentes a las que veríamos en la industria

automovilística, por ejemplo. La ubicación juega un papel importante, pero no es el factor clave. Lo fundamental es el conocimiento que se genera a través del Incibe, que puede dar lugar a muchísimas iniciativas y empresas que desarrollen la industria nacional de ciberseguridad, fortaleciendo la existente.

-¿En León y en la comunidad, hay talento y cantera suficiente o hay que mirar a otras fronteras?

-En León hay talento, tenemos muchos profesionales muy bien preparados que son de León y de la comunidad. Ahora, vivimos en un mundo global y así es como hay que entenderlo. Cuando impulsamos que nuestras empresas viajen a Latinoamérica o que vengan los profesio-

«Nos olvidamos de que los dispositivos móviles son una puerta de entrada de muchos problemas»

nales de allí, lo que asumimos es que competimos en un mundo global.

-América Latina se antoja fundamental en el desarrollo de la institución.

-Es un punto clave, porque compartimos historia y cultura, nuestra cercanía es muy alta y muchas de nuestras iniciativas tienen que ver con ellos, pero no se queda ahí. Establecemos alianzas internacionales con países asiáticos, europeos y estamos empezando a mirar a África y a Oriente Medio. Nuestro foco es especial con Latinoamérica, pero sin despreciar al resto de oportunidades.

El futuro

-¿Por dónde pasa el futuro de la ciberseguridad?

-Estamos trabajando intensamente en que la ciberseguridad llegue a todos los rincones, que se hable de ella como una cuestión cotidiana. Ahora mismo nos preocupamos de instalar el antivirus en el ordenador, pero nos olvidamos que los dispositivos móviles son una puerta de entrada de problemas. Esto supone una oportunidad que hay que aprovechar, porque puede generar empleo, aumentar el desarrollo en nuestras empresas y que los jóvenes puedan encontrar trabajo. Nos volcamos en que España sea referente en la materia a nivel internacional, y que nuestras empresas sean muy competitivas.

-Con los once años del Instituto a la espalda y, aunque usted lleva poco en el cargo, ¿qué Incibe le gustaría dejar cuando termine su tiempo como director general?

-Espero que quede aún mucho [risas]. Lo que me gustaría es una cultura de empresa moderna, con profesionales comprometidos y motivados. Aportar nuestro granito de arena y que seamos cada vez más útiles. Hemos visto que lo sembrado empieza a tener éxito.



¿Por qué soy de Iberdrola?

"Porque me olvido: sé que siempre pago lo menos posible. Estudian tu consumo y si surge un Plan mejor, contactan contigo."

Sara Domínguez. Mairena del Aljarafe. Cliente Iberdrola.

Un cliente.
Un motivo.
Una Iberdrola.

900 24 24 24 | iberdrola.es



Cien por cien digital

El jurado valoró que es una propuesta 100% digital. Si bien la idea no es del todo innovadora, consideró que su grado de innovación es alto y con poca competencia. También valoró que es una idea que ayuda a la transformación digital de las empresas y demás entidades, que pueden mejorar sus productos, servicios y procesos internos.

PREMIO MEJOR INICIATIVA DE NEGOCIO DIGITAL

Epinium Analytics

Una plataforma de inteligencia artificial dirigida a fabricantes

Estudios de mercado en tiempo real y a golpe de clic



Carlos Aganzo, director de El Norte, con Victoria Seco, directora general de Telecomunicaciones, que recogió el premio en nombre de los creadores de Epinium.

La continua evolución de los modelos de negocio y los cambios en los hábitos de consumo está reclamando una mayor creatividad en las herramientas y procesos de realización de estudios de mercado. Conscientes de esta necesidad latente de descubrir, visualizar y analizar el potencial de un determinado producto en tiempo real, los emprendedores barceloneses Miguel Ferrando y Carlos Martínez han creado Epinium Analytics. Se trata de una plataforma basada en inteligencia artificial dirigida a marcas y fabricantes, que obtiene potentes estudios de mercado a golpe de clic. Un proyecto que

les ha valido el premio Evolución a la mejor iniciativa de negocio digital.

Según estos jóvenes, las investigaciones de mercado tradicionales están descontextualizadas y suponen un gasto elevado para el presupuesto de las empresas. Por ello, han querido aprovechar la ingente información, real y precisa, que hay en la web para analizarla y ponerla al servicio de sus clientes.

La idea inicial surgió hace dos años y ha ido evolucionando con el tiempo por las demandas del mercado, hasta obtener su herramienta final. En el proceso de creación implementaron un sistema de transformación, validado

por el método Lean StartUp, que les ha permitido aprovechar el 'feedback' de sus potenciales clientes hasta obtener la versión definitiva. «Pusimos en el mercado un producto mínimo viable para conocer cuál era el nivel de atracción y de esta manera validar o no la idea. Epinium ha sido testado por más de cuarenta marcas internacionales, lo que nos ha hecho conocer cuáles son las claves que teníamos que ir incorporando a nuestra plataforma, que ya está completamente validada. Todas las marcas que han conocido la herramienta, han quedado encantadas con la cantidad de información que somos capaces de

proporcionar. Empresas como D-Link ya han confiado en nuestros servicios», indica Carlos Martínez, CEO de la empresa.

Epinium Analytics utiliza 'bots' que recopilan información en tiempo real sobre los consumidores, productos y marcas, a través de diferentes canales y en diferentes países. Los datos proceden de un número ilimitado de muestras y la marca puede interactuar aplicando filtros y haciendo comparaciones entre productos para extraer informes en un solo clic. «Con los resultados obtenidos somos capaces de decir a nuestros clientes cuál será el próximo bestseller en un mercado en concreto. Hay que tener en cuenta que hoy en día, las empresas a la hora de desarrollar nuevos productos se suelen basar en estrategias de customer centric (el cliente en el centro). Nosotros somos el aliado perfecto para esas estrategias ya que somos capaces de orientar a las empresas sobre cómo debería un producto ideal para que se acomode a las necesidades de los clientes, el mensaje comercial que deben dar, y también sobre ciertos aspectos relacionados con la distribución y sobre el posicionamiento de la competencia», explican estos emprendedores.

Es una plataforma escalable y está enfocada principalmente a estudios sobre productos de consumo. Utiliza inteligencia artificial y procesamiento del lenguaje natural para ver qué es lo que dicen realmente los consumidores. Incluye también algoritmos de 'machine learning' para hacer analítica predictiva y prescriptiva y así poder adelantarse a las necesidades del mercado. «Las marcas realizan grandes inversiones en investigación, en desarrollo de productos, comercialización y en el marketing de sus productos, y en muchos casos sus estrategias fallan porque basan sus decisiones en estudios tradicionales cuyos datos finales no son demasiado fiables. Nuestra herramienta es efectiva, rápida, económica y está enfocada para una toma de decisiones en un mundo omnicanal», concluye Martínez.



LAURA NEGRO



César Ruiz, consejero delegado de Grupo Norte, con Sandra Falagán, de Erasyou :: FASDF

Erasyou, una 'startup' para personas inmersas en intercambios culturales

Una aplicación para conectar Erasmus

Tiene talento, ilusión y mucha confianza en su proyecto y en su equipo de trabajo. A sus 23 años muestra un impetuoso carácter emprendedor y espíritu de líder. Ella es Sandra Falagán, licenciada en Administración y Dirección de Empresas y alma mater, junto con sus tres socios, de Erasyou, una 'startup' dedicada a poner en contacto a personas inmersas en programas de intercambio cultural, Erasmus y similares. Se trata de una idea innovadora vencedora del premio E-evolución a la Mejor Propuesta de Sociedad Colaborativa.

La idea surgió en el verano de 2015. Algunos de sus conocidos, entre ellos su socio y compañero Diego, habían estado de Erasmus en otros países, donde se encontraron con dificultades a la hora de aprender el idioma y de conocer gente nativa. Fue entonces cuando pensaron en crear una plataforma social que sirvie-

ra de ayuda a los estudiantes Erasmus y también personal investigador, Au Pair y Séneca, y que a la vez fuera una ayuda para todos aquellos que quisieran aprender un idioma de una forma diferente. Con esa idea participaron en el programa 'Yuzz Valladolid', dirigido por el Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE), y en el cual, se alzaron con el primer premio en la categoría 'Yuzz Mujer'. Aquello fue lo que les motivó a emprender.

Un ingeniero industrial especializado en mecánica, un ingeniero informático y un graduado en ADE, los tres de 25 años, componen el resto del equipo de trabajo de Erasyou. Juntos han aplicado metodología 'Lean Startup' para validar su idea de negocio. «Primero queremos obtener 'feedback' de los usuarios. Ya tenemos más de 5.000 activos en nuestra web. Hemos lanzado diversas iteraciones de un producto mini-

mo viable para ver la acogida que tiene en el mercado. Por eso, hemos empezado con una página web y en un futuro crearemos también una aplicación», comenta Sandra.

Economía colaborativa

www.erasyou.com es una plataforma de economía colaborativa. Una apuesta decidida por la aportación al interés común y a la voluntad de compartir conocimientos e intereses. «Ofrecemos un servicio a la comunidad haciendo que todas las personas que vienen a Castilla y León para una larga estancia, puedan contactar con otros para buscar ayuda o dar recomendaciones, todo de forma gratuita. Queremos facilitar su estancia y que ésta sea lo más agradable posible. Para ello, les ayudamos en la búsqueda de vivienda y de grupo de amigos, les asesoramos sobre las particularidades de la ciudad de destino y en la planificación de rutas culturales.

En un futuro lo extrapolaremos al resto de España y tal vez a Europa», anuncia esta emprendedora.

Otro de los objetivos de la plataforma es fomentar el intercambio de idiomas. Para ello organizan y promocionan a través de su web y de sus redes sociales acciones puntuales que sirven para aprender un idioma de forma relajada y divertida con nativos. «Para hacerlo más atractivo, también hemos creado un blog en el que contamos experiencias reales de Erasmus, con consejos que pueden ser de utilidad para otras personas en la misma situación. Acabamos de estrenar además, un videoblog con consejos para viajar barato por Europa, explicando las rutas más eficientes para visitar lo más característico de cada ciudad», explica Sandra, una amante de los viajes y protagonista de estas entradas en vídeo, en las que explica en primera persona, cómo viajar, por ejemplo, de Viena a Bratislava, por un solo euro.

Además del enfoque social, www.erasyou.com tiene un enfoque de gamificación, ya que regularmente lanza acciones promocionales entre los usuarios registrados. «Celebramos sorteos entre los que más interactúen o entre los que se ofrezcan a realizar intercambio de idiomas. Es una forma de incentivarles y además, sirve para ponerles en contacto con nuestras empresas colaboradoras», concluye Sandra.

Dimensión social

La claridad de la idea y su facilidad de uso obtuvieron en Erasyou la mayor puntuación. El jurado consideró además que tiene un público amplio y con gran dimensión social.

PREMIO MEJOR PROPUESTA DE SOCIEDAD COLABORATIVA

Distintas
herramientas

El jurado valoró la originalidad, creatividad, la capacidad para usar diversas herramientas de comunicación y la adecuación del mensaje que desean transmitir a las distintas herramientas y plataformas.

PREMIO MEJOR
COMUNICACIÓN MULTICANAL

FIV Recoletos

Una red de clínicas especializadas en reproducción asistida

La vocación de cuidar familias llevada al canal 'on-line'

Su apellido se ha convertido en todo un referente en el sector de la salud, y más concretamente en el de la ginecología y obstetricia. Heredó de su padre la pasión por su profesión mientras crecía junto a la clínica ginecológica que ahora regenta. Ella es María Santaolaya, gerente y subdirectora médica de FIV Recoletos, una red de clínicas especializadas en reproducción asistida y dedicadas a ofrecer los tratamientos más avanzados y más eficaces para los problemas de fertilidad.

La clínica, con 26 años de trayectoria, tiene claro que el canal 'on-line' es clave para la captación de nuevos pacientes y para adaptarse a unos usuarios cada vez más exigentes y más informados. Hace tres años que decidieron potenciar su presencia en Internet y en redes sociales, lo que les ha permitido optimizar todas sus acciones con unos resultados tangibles. Todo ello sin olvidarse de las acciones 'off-line', que también han contribuido a afianzar la marca de esta empresa familiar liderada por el doctor Ángel Santaolaya, su director médico.

FIV Recoletos es pionera en medicina reproductiva, patología mamaria, ginecología y obstetricia. Ahora, toda esa experiencia, y con la implicación de todo el equipo humano, la han trasladado con éxito al mundo 'on-line'. «Nos gusta decir que llevamos más de un cuarto de siglo cuidando a las familias. Tenemos vocación de acompañar a las mujeres en todas las etapas de su vida, en todas sus necesidades reproductivas, ginecológicas, sexuales y de apoyo emocional», explica María muy orgullosa del servicio integral que ofertan en sus clínicas de Valladolid, Ciudad Real y Guadalajara.

El suyo es un sector muy tradicional en el que la complejidad de la información científica, a veces dificulta la comunicación. Sin embargo, los Santaolaya han sabido implementar con éxito una estrategia multicanal sustentada en una férrea planificación y coherencia de todas las acciones que llevan a cabo, tan-

to en los medios "on-line" como en los 'off-line'. Ello les ha permitido conectar de una manera más eficiente con sus pacientes y les ha valido el premio E-volución 2017 en la categoría Mejor Comunicación Multicanal. «Una de nuestras máximas preocupaciones es la innovación, que aplicamos a todos los aspectos de nuestro trabajo. Intentamos estar siempre a la vanguardia del desarrollo científico. Tenemos una profunda vocación de promoción de la salud y de generación de contenidos que promuevan el bienestar de las mujeres. Así, por ejemplo desde nuestro blog intentamos dar respuesta a las preguntas más frecuentes que suelen surgir en

la consulta. También incluimos contenidos transversales sobre la fecundación in vitro o sobre avances tecnológicos e incluso aprovechamos para generar debates de interés social. Siempre son temas validados por médicos, lo cual ya es un valor en sí mismo», explica María Santaolaya.

Adaptan sus contenidos, el lenguaje y el tipo de canal en función del público al que se dirigen en cada momento y de su edad, factor que tienen muy en cuenta. De esta manera, combinan medios más tradicionales, como pueden ser la prensa escrita, la radio o el patrocinio, con otros digitales como el blog y redes sociales como Facebook, Twitter, Pinterest, Google+, Lin-

kedín o su canal de Youtube. «Nos gusta probar cosas nuevas y evaluar los resultados obtenidos. Desde el principio del proyecto, las búsquedas de marca se han incrementado el 218% y el tráfico ha crecido en más del 82%. El SEO también lo cuidamos muchísimo y hemos pasado de posicionarnos en 25 palabras clave a las 725 en las que estamos posicionados actualmente. Los canales 'on-line' nos permiten dirigirnos de forma adecuada a cada segmento, personalizar contenidos y generar 'feedback'. En definitiva, a través de ellos, estamos creando comunidad y afianzando nuestra imagen de marca», concluye la doctora Santaolaya.



María Santaolaya, de FIV Recoletos, con Eduardo Ordax, de Vodafone.



Silvia Herrero, de Iberdrola, con Ricardo de las Heras, el ganador por la aplicación Drivies. :: G. VILLAMIL

Drivies, una aplicación que quiere recompensar los buenos hábitos al volante

El móvil para conducir de forma más segura

Ser eficiente y responsable al volante tiene premio. Drivies es una nueva app que quiere recompensar los buenos hábitos en la conducción de sus usuarios con incentivos e interesantes descuentos en el seguro de su coche. Se trata de una iniciativa de Telefónica I+D que se ha alzado con el Premio E-evolución 2017 a la Mejor Solución en Movilidad.

Según sus desarrolladores, Drivies, que va dirigida al mercado masivo, es la oportunidad de cambiar el mercado de los seguros de coche, de forma que permite que el precio se fije en función de cómo se conduce y no en función de características sociodemográficas. «Basamos nuestra propuesta de valor en el análisis de los hábitos de conducción de nuestros usuarios. Nos parecía justo que las condiciones del seguro se fijaran en base a la forma de conducción y no en función de la edad,

del color del coche, años de carnet o de otras variables tradicionales», indica Rubén Álvarez, responsable de Marketing Digital.

¿Cómo funciona? Según explica Álvarez, «Drivies es una aplicación móvil que utiliza todos los sensores del smartphone del usuario, desde el GPS hasta el acelerómetro, de tal forma que es capaz de reconocer si el conductor está en un coche o en una moto, o si está sentado en el asiento del piloto o del copiloto. La aplicación es capaz de medir y penalizar los frenazos y acelerones durante el trayecto, si se excede la velocidad permitida según el tipo de vía por el que se circula o si hay distracciones por el uso del propio móvil. Se trata de una tecnología que aplica unos algoritmos especiales desarrollados en colaboración con la Universidad Politécnica de Madrid y que hemos patentado».

De cara al usuario, ofrece

diversas ventajas, la principal es la información útil y personalizada sobre su conducción, como puede ser el registro de sus trayectos o sus estadísticas de consumo de combustible. Datos que pueden ser muy relevantes para que el usuario pueda mejorar su conducción. Además, mediante un comparador de seguros de coche, busca los mejores precios entre las mejores aseguradoras del mercado, pudiendo obtener un descuento por buena conducción de hasta 50 euros. Otra gran ventaja son los incentivos adicionales. El usuario acumula Drive Coins canjeables por diversos incentivos de terceros, como cheques de compra de Amazon o Cepsa y vales de descuento y promociones de distintos partners relacionados con el mundo del motor.

Desde su lanzamiento en julio de 2015, son ya 136.000 las descargas que ha recibido esta aplicación, con una tasa de registro superior al 50%,

principalmente hombres de entre 25 y 45 años de edad. Esta app, que está disponible de forma gratuita tanto para iOS como para Android, tiene también un enfoque de gamificación, ya que los usuarios pueden competir por liderar el ranking semanal, mensual o absoluto al mejor conductor dentro de su grupo de amigos, de los conductores de la provincia o de toda la comunidad de usuarios. «A los usuarios les gusta competir de forma divertida y conocer estadísticas de conducción. La aplicación permite realizar segmentaciones por provincia y así ver dónde se conduce mejor, o en qué parte de España se hace una conducción más ecológica. Según las últimas estadísticas, Soria la provincia en la que mejor se conduce, seguida de Cuenca y Palencia», informa Álvarez.

Retos

En su intento de crear comunidad, periódicamente la aplicación lanza retos a sus usuarios, que pueden llevarse a cabo de forma individual o colaborativa. «El último de ellos, tenía como objetivo comprobar si nuestros usuarios volverían a aprobar el carnet de conducir. Se trata de un reto que tuvo un gran seguimiento, ya que fueron más de 1000 los participantes. En ocasiones también lanzamos preguntas sobre las funcionalidades que les gustaría que se incluyeran en la aplicación», expone el responsable de Marketing Digital.

Gran utilidad práctica

El jurado destacó la capacidad de esta aplicación para recoger datos que, a través de su tratamiento, permiten mejorar la conducción del usuario, teniendo una utilidad práctica evidente para el ciudadano. Obtuvo, además la mejor calificación en la adecuación a la plataforma y, en menor medida, la idea de negocio y el desarrollo web y app.

PREMIO MEJOR SOLUCIÓN DE MOVILIDAD

Facilidad de navegación

Destaca por su facilidad de navegación y para lograr sus objetivos, que son la venta de productos de pádel, pese a que la web no es especialmente creatividad y original. Lo importante en UX Web es conducir al usuario, fácilmente y sin que casi lo perciba, para que compre productos para jugar al pádel.

PREMIO MEJOR WEB

Padel Solution Portal de venta de productos de pádel

Seguridad, confianza y cercanía, claves para ser líderes

Estamos muy ilusionados con la nominación, aunque sabemos que la competencia es fuerte. Supone un reconocimiento a todo nuestro esfuerzo por tener una web confiable de cara a nuestros usuarios», conjeturaban los socios de Nuvensport Padel Osca SL cuando todavía era tan solo finalistas de los Premios E-volución. Hoy son los flamantes vencedores en la categoría Mejor UX Web, por la excelencia en la experiencia de cliente de su 'e-commerce' www.padelsolution.es. Y es que Carlos Ortas y Pedro Galindo han hecho una gran apuesta para presentar sus productos de manera atractiva, y a la vez ofrecer al usuario una navegación intuitiva y confiable que derive en la conversión final.

Presumen de ser amigos desde los tres años. Son naturales de Huesca y afincados en Valladolid, aunque Carlos acaba de regresar de nuevo a su ciudad natal. Su pasión por el deporte les llevó en 2013 a emprender con una tienda 'on-line' especializada en la venta de material deportivo de pádel. «Al principio nos planteamos montar una tienda física, pero ambos estábamos convencidos del poder de la venta 'on-line' y por ello optamos por un 'e-commerce'», comenta Pedro.

Apostaron por una potente arquitectura web, con una estructura a base de menús, categorías y fichas de producto perfectamente organizadas, que proporcionan una satisfactoria experiencia de navegación. «Hemos hecho mucho análisis de la web y retoques de los puntos de fuga. Lo que más nos preocupaba era generar confianza en el cliente y que éste estuviera tranquilo de hacer una compra segura. Todavía hay muchos clientes que recelan a la hora de hacer una compra 'on-line' y todos los días recibíamos un gran número de llamadas de clientes potenciales que querían comprobar ciertos datos. Ahora, con las nuevas funcionalidades que hemos introducido, esas llamadas se han reducido», aseguran.

Estos emprendedores han

focalizado todos sus esfuerzos en crear una web segura y confiable. Para ello, han integrado un apartado con opiniones certificadas de clientes. «El cliente realiza la compra, recibe su pedido y comparte su opinión sobre el producto, sobre la atención recibida y sobre la web. Esas opiniones son visibles para el resto de los usuarios lo que genera mayor confianza. Por nuestra parte, hay un doble esfuerzo para satisfacer a los clientes, y también para que esos comentarios sean lo más favorables posible», explica Pedro.

Seguridad en el pago

Conscientes de que el momento de pagar continúa generando ciertas dudas en aquellos usuarios más desconfiados, en

www.padelsolution.es ofrecen la posibilidad de probar el producto antes de pagarlo. «Es una manera de asegurar al cliente que no pagará por algo que no cumple con sus expectativas. El cliente recibe el pedido, lo comprueba y tiene hasta siete días para pagar. Todo por un coste de 1,95 euros que van destinados a la aseguradora financiera intermediaria en esta gestión. Son muchos los nuevos clientes que eligen esta opción. Los que ya han realizado compras con anterioridad, suelen utilizar las formas tradicionales de pago, como la tarjeta, paypal o transferencia bancaria», aseguran estos socios, quienes también dan la posibilidad de pago contrareembolso o fraccionado en varios meses.

En línea con su misión de velar por la seguridad y confianza de su tienda 'on-line', los socios de www.padelsolution.es siempre están pendientes de ofrecer el mejor trato al cliente. Su web cuenta con una media de 500 visitas únicas al día y su teléfono y chat en vivo siempre están abiertos para solventar cualquier consulta. «Damos el trato de una tienda física, pero de forma 'on-line', puntualizan estos emprendedores, que ya son referentes en el sector a nivel nacional y cuentan con clientes en Italia, Francia, Suecia, Portugal, Rumanía y Reino Unido. Su próximo objetivo es traducir la web a diferentes idiomas y adaptarla a las particularidades de cada país.



Teófilo Gómez, de Laboral Kutxa, con Pedro Galindo, de Padel Solution.



Juan Carlos Suárez-Quñones, consejero de Fomento, con Jesús Medina, de Traceus.

Traceus Permite a colegios y padres monitorizar el transporte de los alumnos

Rutas escolares en tiempo real

El público decidió y Traceus ganó. Esta aplicación ha sido la propuesta más votada por la audiencia entre todas las finalistas de cada categoría. Un premio muy especial para la empresa Nunsys, dedicada a la implantación de soluciones integrales de tecnología, que ha logrado implicar a toda su plantilla hasta lograr alzarse con el galardón. «En la delegación de Valladolid estamos especialmente encantados con el hecho de ser finalistas y de que nos hayan apoyado tanto. A nivel interno, tanto en la sede central de Valencia, como en el resto de delegaciones de Alicante, Castellón, Murcia y Palma de Mallorca, todos se han volcado en las votaciones, especialmente en los últimos días», explicaba Noelia Arroyo, gerente de cuentas antes de conocer el resultado final.

Traceus es una solución que permite a padres y cole-

gios monitorizar en tiempo real, el recorrido de las rutas escolares, la ubicación exacta de los autobuses, la hora estimada de llegada a cada parada y los niños que están en el propio autobús. La idea de crear esta herramienta surgió tras conocer la problemática que tenían los centros escolares a la hora de gestionar las rutas de transporte de los alumnos. «Nuestro objetivo era ofrecer una solución eficaz y segura tanto para todas las partes implicadas», concreta Arroyo.

Tranquilidad

De cara a los padres, les aporta tranquilidad en tiempo real, ya que pueden hacer seguimiento en todo momento del autobús a través de un mapa digital, además de recibir notificaciones del tiempo estimado de llegada a la parada y de cuando el niño se sube y baja del autobús, tanto en la ida como en la vuelta. En caso de retraso, los padres son avi-

sados de la causa del mismo. Además, estos pueden enviar notificaciones de ausencia de su hijo y cambiar, si el colegio lo permite, la ruta del niño desde su móvil.

Para los centros, también sirve de control de los niños recogidos y entregados en cada parada, cumpliendo así la futura Ley de conocimiento de los alumnos que van en cada momento en el autobús. Ya son doce los colegios registrados a nivel nacional, seis de los cuales tienen actividad en la actualidad, uno de ellos, el Colegio Internacional de Valladolid. «Antes, si se producía un retraso en la ruta por obras o por algún incidente, tenían que avisar por teléfono a los padres. De esta manera la notificación es automática. Ya tenemos 1.030 alumnos registrados y 538 tutores en total», subraya Noelia Arroyo.

La plataforma de gestión que utilizan los colegios está basada en un entorno web

para facilitar el acceso desde cualquier tipo de dispositivo. Los padres, en cambio, operan a través de una aplicación gratuita, disponible en iOS y Android, con usuario y contraseña para poder introducir los datos de sus hijos. «Los monitores de los autobuses también disponen de una app en la que marcan las posibles incidencias, los niños que suben y bajan y las llegadas al colegio. El manejo es muy sencillo e intuitivo», completa la gerente de cuentas. «Estamos en pleno proceso de comercialización y enviando propuestas a las diferentes consejerías a nivel nacional, para que conozcan todas las bondades de esta solución», añade.

Continuo crecimiento

Nunsys fue fundada en 2007 con capital 100% valenciano y desde entonces ha tenido un crecimiento exponencial en clientes, número de trabajadores y facturación, gracias a la integración de diferentes empresas del sector, especialistas en determinadas tecnologías y servicios. En la actualidad está integrada por más de 320 profesionales, en su mayoría ingenieros informáticos y de telecomunicaciones y atiende a más de 1.800 clientes de todo el ámbito nacional. «Tenemos un amplio abanico de servicios en materia de conectividad, sistemas, 'networking' y formación. Nuestro éxito radica en el 'cross selling' de servicios», concluye Arroyo.

El más votado por el público

El Premio de la Audiencia lo otorga el público a través del voto 'on-line' entre los candidatos finalistas de cada una de las anteriores categorías. El galardón es para la propuesta que haya recibido más votos. En esta edición se trata de Traceus, que obtuvo 5.558 votos del público, del total de 20.525 que fueron emitidos a través de Internet.

PREMIO DE LA AUDIENCIA



Gerardo Melero, Pedro Nieto y Óscar Serna.



César Ruiz y Antonio Cendrero.



Inés Gómez, Luis Fombellida y Arancha Pérez.



Eduardo Rodríguez, María Álvarez, Rafael Villarías, Alba Román y Susana Placer.



Beatriz Soto y Francisco Pérez.



Carmen Muñoz y Mónica Villagrà.



Luis Miguel Àvila y Alma Labajos.



Jesús de Prado y Manuel Perucho.

ASISTENTES A LA GALA



Maribel de Santiago, David Paniagua y Paloma Rodríguez.



Enrique Gómez, Eva María Sancho y Diego García.



Carlos Martínez y María Teresa Aparicio.



Belén Rosado y Luis Fuentes.



Santiago López de la Cuesta.



Virgilio Benito.



Luis Carlos Ganso.



Laura Negro y María Negro.



Ana Vallejo, Roberto Bastardo y Leticia García.



Máximo Gómez, Juan Poncela y Antonio Arias.



Eduardo Ordax, Teófilo Gómez, Silvia Herrero, el consejero de Fomento y Medio Ambiente, Juan Carlos Suárez-Quiñones y César Ruiz.



Ricardo de las Heras, Luis Ángel García, Nerea Gómez y Guillermo Zarzuelo.



Beatriz Colomo, Ángel Santaolaya y María Santaolaya.



Begoña Sánchez, Sandra Falagán y César Benito.



Tenemos los mejores profesionales para su empresa

GRUPO  NORTE

Nuestra pasión, crear soluciones.



SOLUCIONES RR.HH.

TRABAJO TEMPORAL

SELECCIÓN

FORMACIÓN

CONSULTORÍA



Lisandro Caravaca y Santiago González.



Carmen Gutiérrez, Beatriz Rebollo, Patricia Melero y Mila Herrezuelo.



Fernando Calderón y Eva Merino.



Mariano Veganzones, Pablo Trillo, Abel López y Mayte Zamorano.



Domingo Córdón, Gabriel Córdón y Victoria Baranoba.



Carlos San José y Ana Martín.



Marta Hernández y Reyes Gómez de Liaño.



Imelda Rodríguez y David García.



Pedro Santa Brígida, María Jesús Cuéllar, Víctor Cazorro y Alberto Campo.



Manuel Francisco Vicente, José Manuel Laustalet y Eduardo Ordax.



Celedonio Álvarez.



Yolanda Blanco, Kichi Cadenas y Verónica González.



Gustavo Rico, Antonio Carlón, Rafael Sáez y Javier Rojo.



Jorge Vijuesca y José María García Castelló.



Ángel Casado y Antonio Bermejo.



Ángeles Iglesias y Jesús Alonso.



Quimarin Larios, Carlos Rivera, Laura García y Ana Núñez.



Noelia Arroyo y Jesús Medina.



Raúl de la Hoz, Rocío Bustamante, Ana Alonso y Guzmán Gómez.



José Manuel Meléndez, Tamara García y Hugo Fernández.



Jesús González, Javier Labajo, Isaac Camargo y Jorge Estébanez.



Gabriel Lleras.



Miguel Ángel Rosado y Luis Gervás.



Antonio Sanz, Javier Nieto, Fernando Villalba, Manuel Salgado y Félix Nieto.



Carmen Martínez y José Luis Arranz.



Antonio Mateos.



Ramiro Ruiz Medrano y Charo López.



Carlos González y Carmen Marín.



Félix Blanco, Juan Príncipe, Julio Baruque y Patricia Fernández.



Inés Rodríguez Hidalgo, Marta Sanz y Antonio Sanz.



Javier Calleja, Ximo Reig y Gregorio Esclapés.



Carlos Ceruelo y Cristina de la Torre.



Marta García, Teodoro Hernández y Begoña Pérez García.



Manuel Fernández y Carmen Anta.



Javier Gallo, Mercedes Rojas y Jaime Rojas.



Javier Hernández y Álvaro Gil.



Itziar Barbachano y Paqui Sanz.



Jaime Fernández y Luis Santos.



Eduardo Fernández y Pedro Retuerto.



Luis González y Jorge Esteban.



Jorge Caviedes, Sara Abdallah, Javier Manrique, Teófilo Gómez, José Luis Garnacho, Gerardo Moreno, Francisco Moreda, Luis Guerra, César Cabrero, Javier Cebrían, Ernesto González, Ramón Martín, José Ignacio Moya y Alejandro de la Puente.



Teodoro Reca, Pilar Fernández y Pedro Pérez.



Rebeca Acebes y Pedro Galindo.



Andrés Martín, Esther Alfonso, Juncal Juarros y Fernando Vidal.



Javier Alonso, Rebeca Encabo, Ángel Páez, Víctor Caballero y José Antonio Alonso.



Manuel Fernández, María Ángeles Martín y Javier Barbero.



Julio G. Calzada y Francisco Suárez.



Luis Gómez y Alberto Plaza.



Silvia Herrero, Lola López y Antonio Miranda.



Borja García y Carlos Martínez.



Domingo Rodríguez, Pepi Caballero y Germán Delibes.



Charo Calvo, Pablo López y Lorena Fernández.



Rubén Bugeda y Alberto Muñoz.



Roberto González, Charo Marcos y José Ramón Perán.



María Asunción Tejero y Manolo Ramos.



Victoria Seco y Jacinto Canales.



Lorenzo de Paz y Ana Castañeda.



Matías Rodríguez y Óliver del Arco.



Elías Álvarez García, Ernesto Santos Verdugo, Lucía García, Miguel Cuerdo y Alejandro Sánchez.



María José Vicente y Antonio García.



Carmen Alsina y José Portela.



Isabel García y Luis Ortiz de Lanzagorta.



Germán Barrios, presidente del Consejo Económico y Social; Ángel de las Heras, director general de El Norte de Castilla; Juan Carlos Suárez-Quñones, consejero de Fomento y Medio Ambiente; Óscar Puente, alcalde de Valladolid; Jesús Julio Carnero, presidente de la Diputación Provincial de Valladolid, y Carlos Aganzo, director de El Norte.



Paloma Extremo y Antonio Ferreras.



Marta Arranz y Roberto Lozano.



Jaime Mateu, José Ramón Gómez y Pedro Mateu.



Roberto Pérez y Marcos Labajo.



Elena García Prieto, Jorge Miguel y Blanca López.



Lalo Martín García-Abril.



Aspecto del Mirador de Cristal del Museo de la Ciencia durante el cóctel que fue servido tras la entrega de los premios.



Francisco Pérez, Jacinto Canales, Carlos Ceruelo, Victoria Seco y Antonio Ferreras, integrantes del jurado de la edición 2017 de los Premios e-olución de El Norte de Castilla.



Personal integrante de la empresa Aventos, que se encargó del desarrollo técnico de la gala



El ilusionista Luis Boyano, que condujo la gala de la entrega de los premios e hizo las delicias del público.

Vodafone

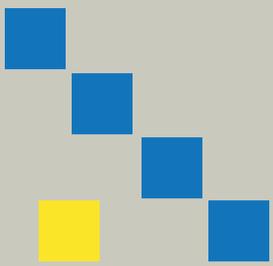
& Una tarifa para todos y para cada uno

“Con los Planes Red Empresa comparto la tarifa de voz y datos con todos mis empleados y la adapto a sus necesidades”.

Con Vodafone, su proyecto preparado para el mundo digital. Infórmese en el 1500 y en vodafone.es/red-empresa

Vodafone
Power to you





Xabier Egibar. :: EL NORTE

Nuevos roles para nuevos tiempos

Xabier Egibar

director de Desarrollo de Negocio de Laboral Kutxa

Las personas incorporamos fácilmente la tecnología en nuestra cotidianidad como usuarios de servicios, pero esta es una tarea mucho más ardua cuando hablamos del entorno profesional o supone cambios en nuestra forma de hacer negocio.

En un escenario de dis-

rupción tecnológica como el actual, es evidente que todas las organizaciones hemos de realizar importantes esfuerzos de transformación para adaptarnos al nuevo entorno competitivo. En el caso de las entidades financieras, la cuestión no es tanto cómo incorporaremos las nuevas herramientas que el mercado nos propor-

ciona, sino cómo rediseñamos los modelos comerciales, reenfoquemos la cultura interna de las organizaciones y, en definitiva, cómo replanteamos el rol de las personas en este nuevo entorno, por los cambios de comportamiento que se requieren.

El cliente actual está experimentando un proceso

de empoderamiento que está alterando definitivamente la relación con las entidades financieras. Apelando al gastado axioma de que la información es poder, el nuevo consumidor está mejor informado y, tras lo acontecido en los últimos años, es también más desconfiado. Interactúa con el mercado de



LABORAL KUTXA



Uno de cada cinco préstamos al consumo se solicitan ya desde el móvil

El incremento en la adopción del móvil como vía para solicitar un préstamo es espectacular. Un estudio interno de Laboral Kutxa concluye que el porcentaje de créditos que se piden al momento desde el teléfono casi se ha triplicado en los últimos seis meses y alcanza ya el 19%. Y, lo más importante, todo apunta a que esta tendencia seguirá creciendo.

Pedir un préstamo desde un teléfono móvil era, hasta hace bien poco, una idea que parecía reservada al futuro lejano de los servicios bancarios. Y, sin embargo, no solo es posible, sino que se trata de una opción que cada vez es más popular. Un ejemplo son los créditos inmediatos de Laboral Kutxa, que se pueden solicitar a través de móvil, de la banca 'on-line', de su red de cajeros y en cualquiera de sus oficinas. Su aprobación es inmediata, lo que explica su auge.

A pesar de este espectacular aumento del uso de móviles para pedir préstamos, todavía son mayoría las personas que usan la banca 'on-line', un tercio. Uno de cada cuatro acudie-

ron a un cajero automático para solicitarlo y en la misma proporción lo solicitaron en las oficinas físicas.

No obstante, hay diferencias muy significativas en los importes de los créditos según el canal elegido para solicitarlos. Así, los usuarios y usuarias optan por las oficinas físicas cuando la cantidad solicitada es mayor, seguramente buscando el asesoramiento personal de su gestor o gestora. En cambio, eligen los móviles como canal para pedir el préstamo cuando las cantidades son significativamente menores.

Los préstamos inmediatos tienen un importe mínimo de 500 euros, no es necesaria documentación y el plazo de devolución es de entre 1 y 5 años. Además, dispone de seguro de accidentes gratis y condiciones especiales en el seguro de vida, que puedes pagar cómodamente con la cuota del préstamo. Cuando en una compra te ofrecen la oportunidad de pagar a plazos, siempre es bueno comparar las condiciones con préstamos inmediatos como los de Laboral Kutxa, que pueden ser más ventajosas.



➤ forma autónoma y ya en muchos casos sin necesidad de que un comercial al uso le presente una oferta ajustada a su necesidad. Al igual que en otros sectores, desde su propio dispositivo móvil y de manera sencilla e inmediata, un cliente es capaz de rastrear un mercado global para buscar cualquier producto o servicio y, además, contrastar cualquier oferta con las experiencias de múltiples usuarios.

Así, en un entorno marcado por la simplificación y comoditización de una considerable parte de la oferta bancaria y de aseguramiento, el verdadero reto radica en lograr incorporar los atributos diferenciales de cada entidad dentro de este nuevo escenario, siendo a la vez competitivo en términos de eficiencia. En el caso de Laboral Kutxa, nuestro principal rasgo diferencial tiene un nombre: PERSONAS. Por ello, para responder a los nuevos retos, redefini-

«El nuevo consumidor está mejor informado y es también más desconfiado»

«El proceso de cambio debe ser tan gradual como profundo, y no hay alternativa»

mos nuestro modelo comercial incorporando a la coctelera un mix con diversos ingredientes, como son:

- La tecnología, como variable higiénica, y un canal móvil que avance hacia la excelencia en la experiencia de usuario, centro de la relación operativa y primer exponente del concepto de 'acompañamiento continuo' al cliente.

- Una reingeniería de los procesos internos, además de una simplificación del acceso y contratación de productos y servicios.

- La transformación del rol de la red comercial y el papel que las personas desempeñan en la relación con los clientes. Se eleva su nivel de especialización para que continúen siendo la variable diferenciadora en términos de cercanía, confianza, capacidad de asesoramiento y calidad de servicio.

- Una nueva y clara distribución de las funciones y tareas entre los diversos canales, siendo escrupulosos en asignar a las redes comerciales solo aquellas más complejas o de mayor valor, para poder así contrarrestar su coste y competir en eficiencia con otros modelos de negocio.

Todo lo anterior supone que los profesionales debemos romper con las rutinas tradicionales y establecer nuevas dinámicas internas

para ejercer nuestra actividad. Estar ahí para responder a las necesidades de un nuevo cliente implica un profundo cambio cultural y requiere de nuevas competencias por parte de las personas. El proceso de cambio debe ser tan gradual como profundo, y no hay alternativa.

Ello nos lleva a un interesante proceso de transformación cultural de las organizaciones banca-

rias y de las redes comerciales en particular. El rol del nuevo profesional de banca deberá evolucionar desde una cultura de servicio hacia una cultura de acompañamiento al cliente, con alta especialización, flexibilidad y disposición, sobre todo para aportar soluciones a las situaciones y problemas de mayor complejidad. En suma, nuevos roles para nuevos tiempos.

Folleto de la nueva app de Laboral Kutxa.



Centro de Operación de Distribución de Iberdrola en Valladolid. :: EL NORTE

Iberdrola, volcada con la transformación digital

La empresa entiende que la captación de datos ha dado un giro espectacular al diálogo entre los clientes y la compañía

Iberdrola considera la digitalización como una de las claves para encarar con garantías de éxito el futuro escenario energético. Mediante la aplicación de las nuevas tecnologías y su desarrollo se están modificando no solo los procesos de trabajo sino también la relación entre los usuarios y los productos y servicios que éste demanda. Las enormes posibilidades que se abren con la captación de datos han dado un giro al diálogo entre cliente y compañía.

Iberdrola, como empresa eléctrica, ha crecido en paralelo a la evolución tecnológica. Desde la mecanización existente cuando comenzó a operar la compañía –finales del siglo XIX– ha transformado su funcionamiento con la llegada de la automatización y ha llevado a cabo una imparable evolución hacia la digitalización. La empresa gestiona hoy miles de turbinas y cientos de centrales eléctricas desde un único centro de control, a distancia y en tiempo real.

Pero la digitalización no solo ha afectado al ámbito de la generación de electricidad. También ha modificado sustancialmente la relación con los clientes. En este sentido, el despliegue de redes y contadores inteligentes ha permitido conocer mejor sus necesidades y adaptarse a sus hábitos de vida con la mayor eficiencia posible. Ha nacido así el cliente digital, mucho más

activo y exigente que el tradicional. Iberdrola ha superado los nueve millones de contadores inteligentes en España, instalados en el marco del proyecto STAR (Sistema de Telegestión y Automatización de la Red) que está desarrollando en las diez comunidades autónomas donde cuenta con redes de distribución eléctrica y que conlleva una inversión global superior a los 2.000 millones de euros.

Al disponer de contador inteligente con telegestión, el cliente puede consultar –a través de la página web www.iberdroladistribucionelctrica.com– sus curvas de consumo diario, semanal y mensual, así como la demanda de potencia máxima, entre otros datos. Esta información le permite

conocer la forma en la que se distribuye su consumo y hacer un uso eficiente del mismo, así como decidir el tipo de tarifa que se ajusta a su perfil. Por otra parte, Iberdrola puede ahora analizar los patrones de consumo de sus clientes con el objetivo de adaptar sus productos comerciales para lograr una mayor optimización de recursos y costes, logrando de este modo una mayor satisfacción del cliente.

Además, las redes inteligentes son un elemento clave en la integración de las energías renovables, la implantación masiva del vehículo eléctrico y la mejora en la eficiencia del consumo eléctrico, factores clave para conseguir la efectiva transición energética hacia la descarbonización de la econo-

mía. También supone una nueva realidad para la distribución de la electricidad, dado que permiten evitar saturaciones y optimizar el funcionamiento de las infraestructuras eléctricas existentes, minimizando las pérdidas de red y los cortes de suministro.

El presidente de Iberdrola, Ignacio Galán, destaca la focalización de la compañía en sus clientes, que «son el centro de todo». «Es imprescindible que estén satisfechos con todos nuestros productos y servicios», ha indicado, añadiendo que «el mundo digital es el presente y el futuro».



Controlar los riesgos con la mirada puesta en el futuro

Como siempre ha ocurrido, los avances tecnológicos suponen también una serie de riesgos que Iberdrola gestiona con la mayor responsabilidad. En un mundo interconectado, en el que cada día se gestionan millones de datos, la ciberseguridad se ha convertido en la otra cara de la moneda, una herramienta indis-

pensable con la que se debe garantizar la privacidad de los datos tanto de la empresa como de los clientes. Para ello, Iberdrola cuenta con una política de riesgos de ciberseguridad y con un equipo de expertos.

Siempre respetando la premisa de riesgo cero, Iberdrola tiene claro que su futuro es digital. No existe otra alternativa en el mundo actual. Por ello, la compañía apuesta por generar y fomentar nuevas ideas. Así, ha creado un 'think tank' de nativos digitales que, bajo el nombre Proyecto Next, agrupa a jóvenes profesionales de la

compañía que aportan nuevas visiones para aplicar en sus diferentes disciplinas. A día de hoy, este equipo ya ha desarrollado productos que han visto la luz y otros que lo harán próximamente.

La compañía ha puesto en marcha también el grupo Acelerator, que está desarrollando la hoja de ruta de lo que debería ser la Iberdrola del futuro. En ella, jugarán un papel clave los equipos y sistemas de análisis de 'big data', en los que la empresa está realizando cuantiosas inversiones con el objetivo de volver a anticiparse.

IBERDROLA

Cuando la innovación y el talento salvan vidas

Grupo Norte reinventa la industria de los servicios gracias a la gestión eficiente de los procesos y el liderazgo de las personas

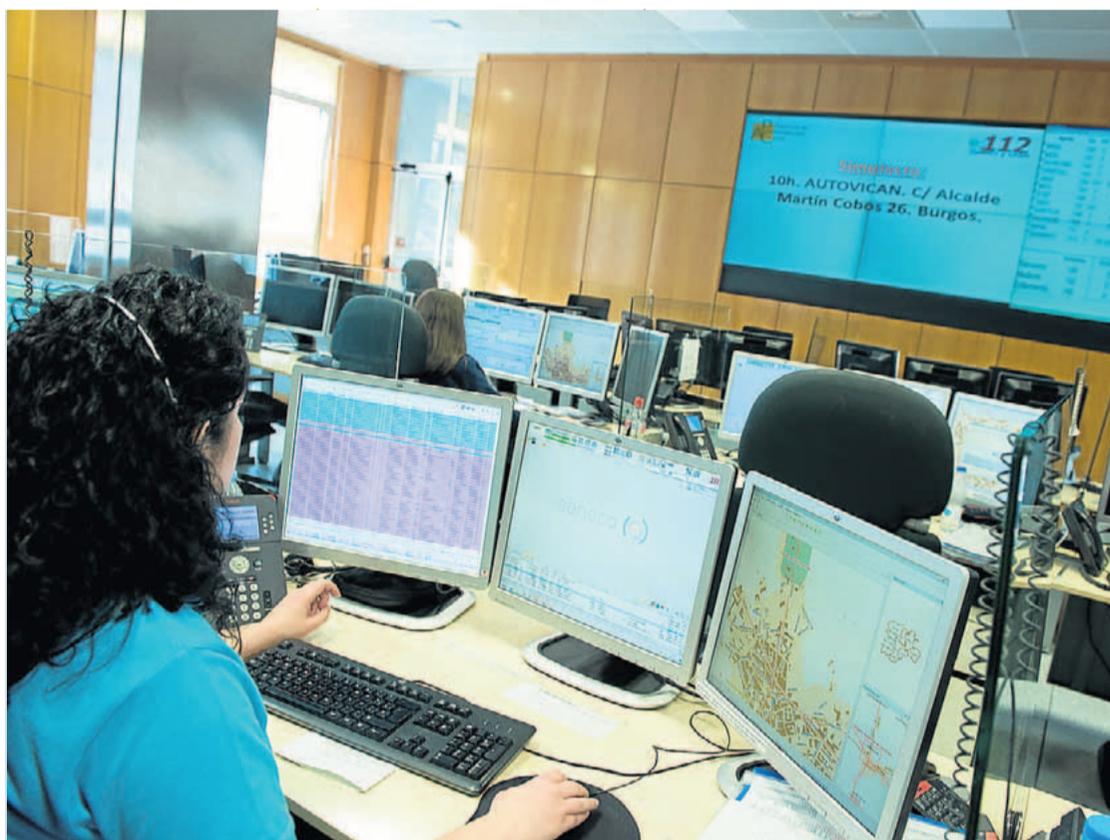
Cómo conseguir ser cada día mejores? Es la pregunta que se hacen en estos momentos todas las empresas para seguir creciendo en un mercado global, más competitivo que nunca y con un tercer factor que está suponiendo una auténtica revolución en cualquier sector de la economía: la velocidad del cambio.

Hace tres años, Grupo Norte decidió replantearse todo e iniciar una reinención desde un folio en blanco para liderar la nueva industria de los servicios y consolidar así una estrategia enfocada al valor como elemento clave. En este sentido, situando al cliente, ha construido un modelo que le permite diferenciarse de la competencia y que basa su éxito en la gestión eficiente de los procesos y en el liderazgo de las personas.

La innovación en una empresa de servicios obliga a enfrentarse con la parte más compleja de la gestión del talento, que implica tratar aspectos como el conocimiento implícito y explícito, el aprendizaje organizativo y sus aplicaciones en el ámbito de la mejora continua. La clave del éxito en la innovación empresarial, la clave del futuro del éxito de la empresa, consiste en entender que la innovación es gestionar el talento con líderes internos capaces de construir soluciones diferenciales.

Así ha ocurrido por ejemplo en dos de los servicios más sensibles que gestiona la compañía, por su conexión directa con el ciudadano y con la salud. Se trata de la limpieza de hospitales y de los 'contact center' de emergencias 112. En ambos casos, Grupo Norte ha diseñado una metodología de trabajo propia que permite mejorar los índices clave para responder mejor a las necesidades actuales.

Por un lado, y en cuanto a hospitales, se estudian todos los procesos que intervienen en la limpieza de cada infraestructura, midiendo los tiempos de cada rutina, los materiales empleados y la ejecución del trabajo por parte de



Arriba, operadora de Grupo Norte en el servicio telefónico 112 de Castilla y León; sobre estas líneas, una profesional de limpieza en las instalaciones del Hospital Río Hortega de Valladolid. :: EL NORTE

las personas implicadas. Y todo ello estableciendo para las zonas críticas protocolos especiales que garanticen su perfecta puesta a punto. Con esta forma de trabajar se consigue por ejemplo que un quirófano esté disponible para los servicios médicos en un menor espacio de tiempo. Algo similar ocurre en la ges-

Ha creado metodologías propias en servicios tan importantes como los teléfonos de emergencia 112 y la limpieza de hospitales

tión de los 'contact center' de Emergencias, donde Grupo Norte tiene experiencia desde hace más de una década y que en la actualidad se traduce en la gestión de este servicio en Castilla y León, Cataluña y Canarias. El conocimiento adquirido en estos años, unido a la especialización y la innovación en procesos, ha permitido a la compañía construir una propuesta de excelencia y calidad que garantiza, por un lado, la detección de mejoras profesionales en la cualificación de los equipos humanos mediante formaciones específicas y, por otro, la creación de cuadros de mando que permiten predecir el volumen de llamadas, uno de los factores críticos en una plataforma de atención a emergencias.

Grupo Norte aporta, de este modo, una propuesta de valor única, aplicando innovación de procesos y desarrollo tecnológico en sus procesos, y excelencia en la ejecución de todas las áreas que intervienen, pero sobre todo de la mano de equipos y personas que destacan por su capacidad y talento.

«En nuestra empresa la flexibilidad es total»

Miguel García Alonso

director territorial de la Zona Norte de Vodafone España



VODAFONE

Miguel García Alonso es el director territorial de la Zona Norte de Vodafone España. Su formación técnica como ingeniero de telecomunicaciones, complementada con posgrados en el IESE e Instituto de Empresa, su experiencia de más de 25 años en el sector y su clara orientación al cliente, hacen de él un valor añadido para la empresa. Defiende la flexibilidad, el teletrabajo y las herramientas digitales, que en su opinión sirven para lograr una eficiente gestión

LAURA NEGRO

del mayor capital que posee compañía, el humano. Confía en alcanzar los ambiciosos planes de expansión que Vodafone España tiene en nuestra comunidad para los próximos ejercicios. Desde luego él y su equipo, están trabajando duro para lograrlo.

–**¿Cómo se trabaja en Vodafone?**

–La sede central de Castilla y León está en el Parque Tecnológico de Boecillo. En ella trabajan 90 personas en diferentes áreas de la compañía, desde diseño, construcción y mantenimiento de red, hasta el área de supervisión de instalaciones, comercial y soporte de segundo nivel de averías. En cuanto al sistema de trabajo, la flexibilidad es total. No tenemos puestos asignados, sino que los empleados se ubican bien por equipos o por proyectos. Tenemos comprobado que siempre hay el 10% del personal viajando, trabajando en otras sedes o con teletrabajo. Todos cuentan con portátil y teléfono móvil y gracias a nuestro servicio One Net, disponemos de una centralita virtual en la nube que convierte cualquier móvil en una extensión, con todos los servicios de una centralita convencional. Así

los empleados pueden trabajar en remoto un día por semana, una opción que muchos eligen y que está incluida dentro de nuestro programa de Smart Working.

–**¿Cuál es la contribución social y económica de Vodafone en Castilla y León?**

–Nuestra contribución económica directa es de 211 millones de euros. En esta cifra se incluyen los salarios de los trabajadores, las compras a proveedores de la región y el pago de impuestos. En Castilla y León, contamos con 3.568 trabajadores directos e indirectos, una cifra, sin duda, muy importante.

–**¿Qué planes de expansión tienen?**

–En cuanto a la cobertura 4G, llevamos dos años siendo líderes indiscutibles. Así por ejemplo, en Castilla y León estamos presentes en 313 municipios y alcanzamos el 87% de la población total. En 11 municipios de la región ya ofrecemos tecnología 4G+, con la que se alcanzan picos de hasta 200 Mb en el móvil y tenemos otros 42 municipios con picos de hasta 150 Mb. Nuestro presupuesto para este año nos permitirá llegar a otras 200 poblaciones de la región. También estamos invirtiendo en incorporar los

«Estamos presentes con 4G en 313 municipios de la comunidad y alcanzamos el 87% de la población total»

«En Castilla y León, contamos con 3.568 trabajadores, una cifra sin duda muy importante»

últimos estándares, tales como DOCSIS 3.1, que servirá para aumentar el ancho de banda disponible para cada cliente en red fija, con velocidades asimétricas de 1 Gb/100Mb. Otras dos grandes noticias son que CPD de Boecillo pasará a ser Backup nacional y el inminente despliegue de la primera red del mercado español de NB-IoT (ban-

da estrecha de Internet de las cosas), cuyas aplicaciones son infinitas, ya que por un precio muy asequible aumenta la cobertura en lugares con un nivel muy bajo de señal. Vodafone hace años apostó por ser líder y lo conseguimos. Nuestra intención es mantener ese liderato.

–**Estamos en la región más grande de Europa, con un alto índice de dispersión demográfica. ¿Cómo afecta esto a sus planes de despliegue?**

–Efectivamente, el esfuerzo realizado por alcanzar las cifras de cobertura en 4G y fibra óptica anteriormente mencionadas, ha sido muy superior al realizado en otras regiones con la población más concentrada. Aquí hay 2,5 millones de habitantes y con nuestra red propia llegamos a más de 696.000 unidades inmobiliarias, y mediante acuerdos con otros operadores alcanzamos casi el millón de unidades inmobiliarias. Ese es un despliegue extraordinario. En cuanto a los puntos de venta, también hemos hecho un gran esfuerzo por acercarnos a la población. En marzo de 2016 teníamos 18 tiendas exclusivas. A día de hoy tenemos 37 y 58 puntos de venta.

«La tecnología permite ahora mismo más de lo que somos capaces de imaginar»

–**En base a su compromiso por amortiguar la brecha digital, ha surgido el proyecto 'Ciudad Conectada'. ¿En qué consiste?**

–Tratamos de acercar la tecnología de Smart Cities, a todos los ayuntamientos, no solo a los que tienen elevados presupuestos y potentes equipos de tecnologías de la información. Mediante nuestra red de fibra y de 4G y con nuestras tecnologías cloud, big data y de Internet de las cosas (IoT), ofrecemos un servicio de llave en mano para hacer de cada pueblo, una ciudad inteligente. Para los ayuntamientos tiene grandes ventajas, como el ahorro en máquinas y en un equipo humano especializado. Además, se trata de un modelo de Pago por Uso, con plataforma abierta y totalmente escalable.

–**Vodafone ayuda otras empresas con su transformación digital. ¿Está el mercado preparado para ese proceso de cambio?**

–Nosotros mismos estamos



Miguel García Alonso.

:: L. N.

inmersos en un importante proceso de transformación digital. Vodafone ha pasado de vender megas y minutos de móvil y de fijo, a ayudar a los autónomos, pymes y grandes empresas en su transforma-

ción digital, por medio de nuestras soluciones de IoT, Big Data y Cloud Computing y también con soluciones de diseño y posicionamiento web. Herramientas que, combinadas, pueden lograr que

las empresas trabajen de forma más eficiente a la vez que ahorran en costes. En IoT somos líderes mundiales y contamos con los mejores partners especialistas para ofrecer los mejores servicios de forma integrada. Nos adaptamos a cualquier tipo de negocio ofreciendo aplicaciones verticales que facilitan la entrada en nuevas oportunidades de negocio. Nosotros crecemos a la vez que nuestros clientes. Somos un gran industrializador de soluciones digitales. Ahora mismo la tecnología permite más de lo que somos capaces de imaginar.

–**En el aspecto comercial, ¿seguirán apostando por las ofertas convergentes?**

–Así es. El mercado español se ha vuelto muy convergente y nosotros también apostamos fuerte por ello. Tenemos la mejor red de fibra y de móvil y podemos ofrecer estos servicios de forma conjunta. Esto, de cara al cliente, es muy rentable, ya que obtiene mucho más, por poco más. –**¿Qué balance hace de la adquisición de ONO por parte de Vodafone?**

–Era un paso lógico en un mercado cada vez más convergente. Vodafone España contaba con la mejor red de móvil, por lo tanto, el paso siguiente era comprar la mejor red de fibra, que era la de ONO. Tras la fusión, podemos presumir de tener la mejor oferta convergente del mercado.



**TU VIDA CAMBIA
TU HIPOTECA NO**

HIPOTECA ESTABLE

1,95%
10 primeros años

TAE Variable
2,09%

Ohmmmm, esa sensación de no estar preocupado por nada. Por NA - DA, pero nada de nada. Llegamos al momento de dar la bienvenida a la tranquilidad con la **Hipoteca Estable de LABORAL Kutxa. Durante 10 años, pagarás lo mismo** todos los meses.



LABORAL
kutxa

Hay otra forma

Tipo de interés nominal primeros 10 años: 1,95% • DESDE Euribor+ 1,00 %(*) • TAE variable 2,058 % (**) • COMISIÓN DE APERTURA: 0,50%. El diferencial del 1,00 % a partir del undécimo año está condicionado a encontrarse al corriente de pagos así como a la siguiente vinculación: *Nómina domiciliada y ser titular de una tarjeta VISA de crédito mensual. *Seguro de hogar contratado por mediación de Caja Laboral Banca Seguros (OBSV). *Seguro de vida contratado por mediación de Caja Laboral Banca Seguros (OBSV) y cuyo beneficiario sea LABORAL KUTXA con un capital asegurado por fallecimiento e invalidez absoluta del 50% del capital del préstamo. *Aportaciones netas anuales a un Plan de Pensiones por importe mínimo de 600 €. (***)TAE variable del 2,058 % calculada para una operación de 100.000 euros a 30 años con cuotas mensuales. Incluyendo contratación de un seguro de vida con un capital asegurado por fallecimiento de 50.000 euros para un varón de 30 años (prima anual de 109,31 euros). Seguro de multirriesgo hogar con la cobertura de un capital de continente de 100.000 euros y contenido 0 euros (prima anual de 146,06 euros). Se ha incluido en este cálculo el Impuesto de Actos Jurídicos Documentados (AJD) por valor de 0 euros para una operación en la provincia de Gipuzkoa (varía en función del territorio y de determinadas circunstancias personales), los gastos de Registro por importe de 0 euros, los gastos de tasación por importe de 273,46 euros y los gastos de gestoría por importe de 296,45 euros. TAE variable del 2,033 % suponiendo la no contratación de ningún producto en el supuesto anterior, calculada con un tipo de interés nominal del 1,95% para los primeros 10 años y Euribor más un diferencial del 1,41% a partir del undécimo año. TAE variable calculada bajo el supuesto de que el índice de referencia no varía; por tanto, esta TAE variable variará con las revisiones del tipo de interés. Cálculos realizados con el Euribor del -0,110% publicado en el BOE el 04/04/2017. Una vez finalizado el período inicial de interés fijo, el tipo de interés variable se revisará con carácter anual. Este préstamo ofrece la posibilidad de una carencia de capital opcional (el ejemplo ha sido calculado sin carencia). Oferta válida hasta el 30 de abril de 2017 para préstamos destinados a la adquisición de vivienda por importe hasta el 70% del valor de la vivienda, siempre que la suma de ingresos mensuales del conjunto de los titulares, una vez descontada la cuota del préstamo, sea al menos 2.500€, y esa cuota sea inferior al 20% de dicha suma de ingresos mensuales de los solicitantes. Financiación sujeta a condiciones habituales de aprobación de Laboral Kutxa.