

PREMIOS Evolución

El Norte de Castilla



De izquierda a derecha, arriba, Andrés Fernández (Somos Quoters), Edmundo Bayón (Bodegas Protos), Víctor Ortega (Glasgow Airport) y Duvi Parrado (Your Spanish Shop). Debajo, Sergio Hernández (Exo-Brazo), Guillermo Sánchez (Didacticar) y Eduardo Navazo (Viajeros 30.com Blog de Viajes).
:: GABRIELVILLAMIL

Patrocinan:



Socio tecnológico:



Colabora:



Partner:



Organiza:





Merecido reconocimiento a la transformación digital

Representantes del ámbito empresarial e institucional de Castilla y León arrojaron a los galardonados con los Premios e-volución de El Norte de Castilla, que alcanzan su décima edición



ANDREA
DÍEZ

No es la especie más fuerte la que sobrevive, ni tampoco la más inteligente, sino la que responde mejor al cambio», apuntó Charles Darwin en 1859 en 'El origen de las especies'. Se refería entonces de la evolución humana, pero esta misma conclusión se vio reflejada, anoche, en la entrega de los Premios e-volución, de El Norte de Castilla, que cumplieron su décimo aniversa-

rio. Un reconocimiento que pone en valor los esfuerzos realizados a través de sus seis categorías: Comunicación digital, para Somos Quoters; Negocio digital, para Viajeros 30.com; Movilidad, para Glasgow Airport; Usabilidad para Your spanish shop; Vídeo, para Bodegas Protos, y este año con una novedad, la categoría a Mejor proyecto educativo para Exo-brazo, sin olvidar el Premio especial de la audiencia, para Didacticar.

El monaguista Alex Clavero fue el encargado de conducir la entrega de los galardones en el Pabellón de Cristal del Museo de la Ciencia, en Valladolid, con un entregado público que respondió con fuertes aplausos de felicitación a los ganadores. La sesión arrancó con la intervención del director general de El Norte de Castilla, Ángel de las Heras, que citó la célebre expresión de Darwin «adaptarse o morir» para ex-

plicar, a continuación, el impacto de la creación de Internet en la forma de entablar relaciones sociales, pero también laborales. En esta línea, subrayó la importancia del término 'transformación digital' que acompaña actualmente a prácticamente todas las empresas en evolución. «El Norte de Castilla lleva 20 años trabajando en este ámbito y si algo hemos aprendido es que la liebre corre más que el galgo y >



➤ por eso estamos convencidos de que esta carrera no tiene fin», apuntó y puso como ejemplo el nuevo proyecto de información íntegramente digital Burgos Conecta, «que se ha convertido en unos meses en líder informativo». De las Heras, fue el encargado de entregar el primero de los premios, con sello de 'made in Valladolid'. Con emoción y nervios recibió el CEO de 'Somos Quoters' Andrés Fernández García, el premio a Mejor iniciativa de negocio digital.

Fue Albert Einstein quien apuntó que «es en la crisis que nace la inventiva, los descubrimientos y las grandes estrategias» y no se equivocó: al menos con Rebeca Serna y su personal apuesta por el blog 'Viajeros30.com' que obtuvo el galardón a Mejor comunicación digital y que entregó César Ruiz, consejero delegado de Grupo Norte. En nom-

bre de Rebeca Serna lo recogió Eduardo Navazo.

Y sin moverse de Valladolid, el numeroso público asistente se dejó llevar hasta la ciudad de las gaitas, Glasgow, porque la app de este aeropuerto se hizo con el premio de Mejor solución de movilidad, que recogió Víctor Ortega y que le entregó Ximo Reig, gerente de Mediamarkt Valladolid.

Tras ellos llegó el turno para la categoría de Mejor UX usabilidad. Duvi Parrado de 'Your Spanish Shop', una plataforma online que vende y entrega productos de alimentación de marcas nacionales destinados a españoles que residen en los países de la UE, subió al escenario arropada por un fuerte aplauso para recibir el trofeo de manos de Celiano García, delegado de Iberdrola en Castilla y León.

El quinto premio destinado a reconocer el Mejor video o imagen móvil lo entregó

Teófilo Gómez, director de zona Valladolid de Laboral Kutxa a Edmundo Bayón, presidente de Bodegas Protos.

Tras las cinco primeras categorías, llegó el momento de la recién estrenada sexta categoría, cuya entrega corrió a cargo del consejero de Fomento y Medio Ambiente de la Junta, Juan Carlos Suárez-Quiñones. En esta ocasión el Mejor proyecto educativo fue para Exo-brazo, que recogió un sorprendido Sergio Hernández quien se fue haciendo hueco desde el final de la sala hasta subir al escenario. Este estudiante de grado Superior de Mantenimiento Electrónico en el CFIP Río Tormes de Salamanca ha ideado un exo-brazo destinado a personas con movilidad reducida o que necesitan rehabilitación.

Tras concluir el evento, Suárez-Quiñones elogió el esfuerzo en los últimos diez

De izquierda a derecha, en la fila superior, Ángel de las Heras, Ximo Reig, Teófilo Gómez, Juan Carlos Suárez-Quiñones, César Ruiz, Celiano García y Ángel Ortiz. Debajo, Andrés Fernández, Edmundo Bayón, Víctor Ortega, Duvi Parrado, Sergio Hernández, Guillermo Sánchez y Eduardo Navazo.

✎ GABRIEL VILLAMIL

años de El Norte de Castilla por «reconocer e impulsar a todas estas personas que han estado recogiendo premios. Gente innovadora y que apuesta por lo digital», insistió. En la misma línea, apuntó la necesidad de la Administración de responder a la demanda de la ciudadanía y las empresas, en cuanto a los modelos de comunicación y de relacionarse. «Yo creo que lo que estamos viendo en estos premios y que se ponga en valor es esencial para ellos pero también para toda la sociedad», concluyó.

La gala se cerró con la entrega del Premio de la Audiencia, que se otorga gracias a los votos de los internautas. En esta ocasión fue para DidacticAR App, una aplicación que te permite conocer el funcionamiento de un laboratorio gracias a la realidad virtual. Acompañado de un caluroso aplauso, Guillermo Sánchez,

estudiante de segundo de Ingeniería en Electrónica Industrial y Automática y creador de la aplicación subió a recibir el premio que le entregó el director general de El Norte de Castilla, Ángel de las Heras.

A continuación, el humorista vallisoletano Alex Clavero, puso el punto final con un breve monólogo que concluyó con un homenaje a sus raíces, «igual que los reyes echaban de menos su castillo cuando se tenían que marchar, yo echo de menos mi Castilla», apuntó en referencia a su regreso a Madrid, donde reside.

La X Edición de los Premios evolución ha contado con el patrocinio de la Junta de Castilla y León y Laboral Kutxa; Media Markt como socio tecnológico; Grupo Norte como colaborador; Iberdrola, como colaborador digital, y el Colegio profesional de Ingenieros en Informática de Castilla y León, como partner.



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

Necesita profesionales:
Ingeniería Informática

Textos de LAURA
MARTÍN SANTAMARÍAFotografías de
GABRIEL VILLAMIL

Una herramienta que ahorra tiempo en las tareas administrativas

SomosQuoters

Un software en la nube para hacer presupuestos rápidos y atractivos

Andrés Fernández García es cofundador de Quoters.

–¿Cómo surge Quoters?

–Quoters surge de nuestra propia necesidad de hacer presupuestos. Como todo emprendedor, cuando empiezas hay muchas cosas que no sabes. Nuestra principal dificultad era no tener muy claro cuánto cobrar por nuestros servicios y qué tarifas establecer. De ahí surgió el gestor de tarifas y costes que, a día de hoy, es una pieza clave dentro de Quoters. Y lo demás vino rodado. Hicimos un prototipo de aplicación, le empezamos a dar forma y a implementar funcionalidades.



Ángel Ortiz, director de El Norte de Castilla, y Andrés Fernández.

–¿Quiénes formáis parte de la empresa?

–Actualmente, somos 5 personas en el equipo: Alfonso Fernández es el CTO encargado de tomar las decisiones tecnológicas de la herramienta; Jorge de la Mota es el CFO y se ocupa de desarrollar el sistema de

cálculo de tarifas y costes; Vicente Noriega es Full-Stack Developer y trabaja para poner a punto el software; Carmen Álvarez es Head of Marketing y su labor consiste en gestionar las redes sociales y el blog. Y, por último, estoy yo, que soy el CEO y mi trabajo se

centra, sobre todo, en realizar labores administrativas de la empresa y en dar a conocer Quoters.

–¿En qué consiste Quoters?

–Quoters es una herramienta 100% online que sirve para que las empresas creen, gestionen y envíen presupuestos a sus

clientes, de forma rápida y ágil, con el fin de ahorrar tiempo a quien la utiliza. La revolucionaria propuesta de Quoters consiste en crear propuestas innovadoras, dinámicas y multi-dispositivo.

–¿Qué beneficios tiene?

–Quoters presenta dos beneficios principales: por un lado, hacer propuestas comerciales atractivas y profesionales y, por el otro, ahorrar tiempo de gestión administrativa dentro de la empresa. En Quoters se unifica el trabajo de tres herramientas diferentes en una sola: puedes gestionar tarifas y costes, puedes diseñar usando tu propia imagen y puedes añadir contenido dinámico para enriquecer tus textos. Además, puedes almacenar todo ese contenido y guardar plantillas de presupuestos para reutilizar más veces. Se pierde mucho tiempo haciendo gestiones, facturas, presupuestos... Y a nadie le gusta.

–¿Vuestro proyecto es 100% de Valladolid?

–Sí. Quoters se ha gestado y creado en Valladolid desde sus inicios. Nuestra primera oficina estaba en el CTTA del Parque Científico de la Universidad de Valladolid. Desde hace un año estamos en la Acera Recoletos.

Tecnología vallisoletana en Escocia

App del aeropuerto de Glasgow

Toda la información útil a la hora de tomar un vuelo de esta ciudad

Five Flames Mobile es una empresa creada en 2012 por tres socios con amplia experiencia en el mundo TIC en Valladolid. La compañía está formada por Víctor Ortega, Sergio Morales y José Antonio Gallego, además de un equipo de 12 desarrolladores.

–¿En qué consiste la app del Aeropuerto de Glasgow?

–La aplicación oficial del Aeropuerto de Glasgow ofrece todo lo necesario para nuestro viaje. Las llegadas, las salidas y toda la información relacionada disponible, como las actualizaciones de vuelos en vivo, notificaciones de vuelos, reserva de plazas de aparcamiento, acceso a



Ximo Reig, Business Manager de Media Markt, y Víctor Ortega.

la sala VIP o cupones descuentos, entre otros.

–¿Cómo llegó el contrato a vosotros?

–El proceso para la consecución del contrato fue largo y duro, aunque desde el principio creímos que era una gran oportunidad y que por lo tanto debíamos in-

vertir los esfuerzos que fueran necesarios, tanto económicos como técnicos, en su elaboración. Fuimos invitados a través de un cliente a presentar oferta para el contrato de desarrollo de la aplicación del aeropuerto junto con otras 4 empresas más, siendo nosotros la

única empresa extranjera. –¿Es una tecnología 100% vallisoletana?

–Sí, todo el desarrollo se ha realizado en la empresa.

–¿Cuáles son los servicios que ofrecéis?

–Five Flames Mobile consta de dos áreas claramente diferenciadas. Por un lado,

el área de desarrollo se encarga de la definición, diseño, construcción y comercialización de soluciones móviles corporativas, bien en formato de proyecto ad hoc o bien a través de tecnología propia comercializada en formato de pago por uso en diversos segmentos, entre los que cabe destacar el sector ocio, el marketing y la publicidad, la educación y los entornos productivos empresariales. Como complemento, dentro del área de desarrollo, también se imparten diversos cursos formativos y se participa como docentes en master universitarios de movilidad (Universidad de Valladolid y Universidad Pontificia de Salamanca). Por otro lado, el área de I+D se encarga de la investigación, definición y puesta en mercado de soluciones enfocadas a mercados en expansión como la eHealth y los Serious Games.

–¿Qué otros clientes o aplicaciones habéis desarrollado?

–Five Flames Mobile realiza desarrollos para diferentes tipos de clientes y sectores, siendo algunos de los principales proyectos desarrollados, desde BMW a Ferrovial, RTVE o el Grupo Editorial SM.

Más allá de un blog sobre viajes

Viajeros30.com
Blog de viajes elaborado por la burgalesa Rebeca Serna

Viajeros30.com, realizado por una periodista, ha sido ganador dentro de la categoría 'Mejor comunicación digital'. Eduardo Navazo recoge el premio en nombre de Rebeca Serna, la autora de este blog, quien responde a nuestras preguntas.

–¿Cómo decidió crear el blog de viajes Viajeros30.com?

–El blog nació en uno de los peores años de la crisis en España y de fuertes cambios laborales para mí. Llevaba bastantes años bajando en diferentes medios de comunicación y el mundo digital supuso un reto y una gran alternativa para mi carrera profesional. Viajeros 3.0 unía mi vocación, el periodismo y



César Ruiz, consejero delegado de Grupo Norte, y Eduardo Navazo.

la fotografía, con mi gran pasión, los viajes. Al comienzo, ni yo misma me podía imaginar el increíble potencial que alcanzarían los blogs en poco tiempo. El trabajo duro, la constancia y los cambios en el consumo de información tu-

ristica, me han llevado hasta donde estoy hoy.

–Es periodista, fotógrafa, blogera, community manager ¿Cómo es el periodismo de hoy en día?

–Hoy el periodismo se centra en la inmediatez. Las fuentes se han diversifica-

do y, actualmente, un periodista sin redes sociales se queda completamente descolgado de la actualidad. Sin embargo, a pesar de que llevamos años anunciando la muerte del papel, sigue resistiendo y esperamos que por mucho tiempo.

Creo que el proceso de cambio de los medios informativos aún no ha terminado y se debe aceptar que el perfil del lector también ha cambiado muchísimo.

–¿Se puede vivir de los contenidos digitales?

–La principal clave es la constancia, la frescura y la formación constante. En mi caso, el de un blog de viajes personal, debo reconocer que no lo he conseguido de la noche a la mañana. Cada web es diferente y hay muchas maneras de monetizar las visitas: publicidad, patrocinios, afiliados, copywriting, gestión de redes sociales para terceros...

–¿Cuál es su opinión sobre las noticias falsas en Internet?

–En este momento de saturación informativa debemos ser también capaces de identificar las fuentes fiables de las que no lo son. Y la inmediatez de las redes sociales y su increíble capacidad de viralizar contenidos nos está jugando muy malas pasadas. Es por ello que la comunidad bloguera debe tener muy claro que siempre debemos regirnos por el principio del rigor y la honestidad. Ganar la confianza del lector es un proceso muy costoso, pero se puede perder en poco tiempo.

Superar la morriña gracias a Internet

Your Spanish Shop Un ecommerce de productos españoles para expatriados

Duvi Parrado es socia de Your Spanish Shop.

–¿Cómo deciden crear Your Spanish Shop?

–En primer lugar, destacar que siempre hemos sido unas apasionadas de las compras por Internet. Hace un tiempo nuestra hermana se fue a vivir a Alemania, le enviábamos continuamente paquetes con comida y siempre nos hablaba de lo complicado que les resultaba a todos los españoles con los que se relacionaba el poder localizar productos de nuestro país, este era un tema recurrente en todas sus reuniones. Your Spanish Shop se ha creado pensando en los españoles que por motivos profesionales, familiares o de formación académica viven fuera de nuestro país de forma momentánea o definitiva y nuestro objetivo es intentar curar la morriña gastronómica de todos los

expatriados.

–¿Quiénes forman parte del equipo del proyecto?

–Somos una empresa familiar con dos hermanas, Begoña y Duvi, al frente del proyecto. Además te-

nemos un buen equipo de colaboradores que nos ayudan en la logística, marketing online, gestión administrativa, etc.

–¿Cuáles son los servicios que ofrecéis?

–Vendemos productos de alimentación de marcas nacionales destinados a españoles que residen en los países de la UE, familias que desean enviar lo mejor de nuestra tierra a sus

familiares expatriados de forma rápida y cómoda y extranjeros enamorados de la variada gastronomía española.

–¿Cómo gestionan la logística de los envíos?

–La cara de una plataforma on line es la empresa de logística. Por ello la distribución se convierte un elemento fundamental para garantizar el éxito de cualquier negocio de e-commerce.

–¿Qué papel juegan las redes sociales en su proyecto?

–Las redes son un canal de comunicación que permite mantenernos al día de las necesidades y deseos de los clientes. Contamos con una comunidad muy cohesionada, sobre todo en Facebook, que participa de forma activa. En estos canales intentamos mostrar nuestra cara más amable y simpática, y nos ayuda a romper la frialdad y la distancia del canal online. Muchos de los clientes, antes de comprar pasan por nuestro muro y comprueban que somos gente de confianza. Aquí nos ayuda mucho las valoraciones de nuestros clientes que comparten en nuestra página.



Celiano García, delegado de Iberdrola en Castilla y León, y Duvi Parrado.

Cómo narrar en imágenes la esencia de un vino

Bodegas Protos Un vídeo que resalta los orígenes de esta señera bodega vallisoletana

Edmundo Bayón, presidente de Bodegas Protos, recogió el galardón al mejor vídeo de los Premios e-volución.

–¿Cómo nació la idea de elaborar este vídeo?

–Teníamos claro que con el lanzamiento de Protos'27 era obligado confeccionar una pieza muy cuidada que reflejara el alma de este vino tan importante para nosotros. Buscamos una pieza que de forma sencilla explicara el meticuloso proceso de elaboración utilizado, pero que al mismo tiempo lo enlazara con el carácter histórico y los principios de calidad que han regido Protos desde 1927.



Teófilo Gómez, director de Zona Valladolid de LABORAL Kutxa, y Edmundo Bayón.

–¿Fue muy complicada su elaboración?

–La clave de poder realizar una pieza así es tener muy claro qué concepto quieres expresar. Todo en el vídeo gira en torno a un objetivo: La clave está en los orígenes. A nivel corporativo, la

clave del éxito de Protos es seguir siendo fieles a los conceptos de Marca y Calidad que implantaron los 11 fundadores hace 90 años. A nivel de producto, Protos'27 es el primer vino que elaboramos con levaduras autóctonas nuestras, tras

un estudio de I+D+i de 10 años de duración. Por lo tanto, es evidente que realmente, la clave está en los orígenes.

–¿Qué significa para una bodega tan señera como Protos la presencia en redes sociales?

–En 2010 apostamos por Twitter y Facebook de forma decidida como herramientas de comunicación y acercamiento a nuestros consumidores. Desde entonces, hemos ido creciendo y somos una de las marcas de vino más seguidas de España. Contamos con una comunidad activa, que se siente parte integrante de la bodega: Sugiere, critica, alaba. Respecto a YouTube, es una plataforma que ofrece una gran cantidad de opciones para el anunciante.

–¿Qué importancia tiene para vosotros el mundo digital?

–Hoy en día es impensable que cualquier empresa que quiera presentar una gestión moderna y actual no conceda importancia al mundo digital, en cualquiera de sus vertientes. Nuestra web intenta ser un portal funcional, donde el visitante encuentre la información que necesite sobre Protos de manera sencilla y actualizada.

–¿Es sencillo adaptarse a los tiempos digitales?

–No es especialmente complicado. Vivimos en un mundo en constante cambio y todas las personas somos conscientes de que vivimos en la era digital.

MEJOR VÍDEO O
IMAGEN MÓVIL

De las aulas a las salas de rehabilitación

Exo-brazo Tecnología motora para ayudar a personas con movilidad reducida

Sergio Hernández estudia el grado Superior de Mantenimiento Electrónico en el CFIP Río Tormes de Salamanca. Su proyecto de un exo-brazo para personas con movilidad reducida o que necesitan rehabilitación ha ganado el premio al 'Mejor proyecto educativo'.

–¿Cómo surge la idea del exo-Brazo?

–El exo-Brazo surge a la hora de buscar una propuesta para mi proyecto final del grado superior. Me rondaron varias ideas pero, al final, me decanté por esta. Pensé que sería mucho más satisfactorio dedicar el trabajo a aplicar mis conocimientos para facilitar la movilidad a personas con problemas psicomotrices o musculares. La idea del exo-Brazo tiene también cabida en reha-

bilitaciones ya que un profesional puede guiar los ejercicios necesarios de una manera cómoda y eficiente. Este Proyecto no se centra solo en los brazos, la idea es poder generar 'EXO-Extremidades' que serán adaptadas a la necesidad de cada usuario.

–¿Cree que se puede implantar en la vida real?

–¡Por supuesto! Además de las personas con problemas de movilidad, en cualquier momento cualquiera puede sufrir un accidente y perder la movilidad en una extremidad. Si pierdes toda la movilidad necesitarás uno de estos diseños. Y también puede ser que con una rehabilitación adecuada, mediante estas soluciones, puedas reforzar tus músculos y poder volver a recuperar los movimientos de siempre.

–¿En qué medida cree que



El consejero Juan Carlos Suárez-Quíñones y Sergio Hernández.

será útil para las personas y, además, rentable?

–Gracias a las impresoras 3D y al avance de la tecnología, estos conocimientos están más extendidos. Debido a esto se puede abaratar costes. También con ayuda de clínicas de rehabilitación muscular y asociaciones de personas minusválidas, este sueño

se puede llevar a cabo.

–¿Su proyecto forma parte del programa de clase o lo ha desarrollado por su cuenta?

–Forma parte del proyecto de clase, pero debo indicar y dar las gracias a varios 'MakerSpace' y a mis profesores por animarme a participar. En primer lugar a Elena Rodríguez y

Miguel Ángel Casanova, por animarme a presentarlo a concurso. Y, en segundo lugar, a dos Espacios Maker: La Caja MakerSpace Salamanca, cuyo presidente es Miguel Ángel Casanova y Espacio Maker-i cuyos directores somos mi amigo Alberto Encinas y yo, el cual ha sido de gran ayuda en este proyecto.

MEJOR PROYECTO
EDUCATIVO

El público apuesta por la realidad virtual

DidactiCAR

Una app que emplea la realidad aumentada para la enseñanza

Guillermo Sánchez, estudiante de segundo de Ingeniería en Electrónica Industrial y Automática, es creador de la aplicación DidacticAR App

–¿Cómo surge la idea de DidacticAR?

–Al principio la idea era hacer un laboratorio de física virtual, poder moverte alrededor de los experimentos, verlos desde distintos ángulos, etc. Ir un paso más allá de las animaciones que te ponen en el proyector. La primera vez que fui a un laboratorio de física en bachillerato me iluminó bastante ver las cosas moviéndose. Supongo que la pregunta fue, ¿por qué no aumentar la experiencia y acercar los labo-

ratorios a todos los estudiantes? La idea de la app fue mía, debido a mi curiosidad sobre la realidad virtual. Por suerte, hay muchísima información en internet para aprender de lo que sea.

–¿Cuál es el perfil de las personas que se descargan vuestra app?

–De momento apenas hay gente que use la aplicación. Ahora toca promocionarla y ver si a los colegios e institutos les puede interesar. Respecto al perfil, la app está enfocada a estudiantes de todas las edades, también a profesores, o padres y madres que quieran echar una mano a sus hijos.

–¿Desarrollan ustedes este contenido?

–Sí, los modelos y anima-



Ángel de las Heras, director general de El Norte de Castilla, y Guillermo Sánchez.

ciones que hay los he hecho yo, la ventaja de las animaciones es que como la

mayoría siguen funciones físicas, no es especialmente difícil programarlo para

que hagan exactamente los movimientos deseados.

–¿Cuánto cuestan los diversos paquetes?

–Lo más seguro es que los precios varíen bastante, si es algo relativamente sencillo, por ejemplo, puede valer un euro el paquete de animaciones, mientras que, si se compran modelos 3D profesionales para explicar a fondo un tema, el paquete puede subir de precio un par de euros. De todas formas, las animaciones y modelos gratuitos también se actualizarán y crecerán, la idea de la aplicación es ayudar a los estudiantes, no forrarse.

–¿Qué ha supuesto para ustedes participar en los Premios e-evolución?

–Creo que ha sido una gran oportunidad de dar a conocer y retomar la aplicación con ganas, a partir de toda la “campaña” que hemos hecho bastante gente se ha interesado en la aplicación y en las posibilidades de la realidad aumentada.

–¿Tiene algún otro proyecto además?

–Sigo profundizando en el modelado 3D para poder ofrecer modelos con mejores acabados, también estoy empezando un juego de realidad virtual, así como proyectos de robótica.

PREMIO ESPECIAL
DEL LA AUDIENCIA

UNIVERSO MUJER

ELLAS.
La gran fuerza de la naturaleza.

En Iberdrola impulsamos a la mujer a través del deporte, como nunca nadie lo ha hecho hasta ahora.

Fútbol	Gimnasia	Boxeo
Bádmiton	Voleibol	Atletismo
Rugby	Balonmano	Tenis de mesa
Triatlón	Piragüismo	Karate
Natación	Hockey	Deportes de hielo

IberdrolaVerde.Es

IBERDROLA
Impulsor oficial de la mujer en el deporte

ASISTENTES A LA GALA



Equipo de LABORAL Kutxa, patrocinador del evento.



Grupo del equipo de Aventos, empresa que se encargó de la técnica de la gala.



Andrés Martín, Esther Alfonso, Juncal Juarros y Fernando Vidal, de Unidos por la Médula y Ascol.



Juan Carlos de la Cruz, Soledad Recio, Luis Ángel Rodríguez y Javier Casado, de Tefico Asesores.



Jesús de Prado y José Luis Álvarez.



Equipo de Media Markt, socio tecnológico del evento.



La presidenta de la Asociación de Hosteleros de Valladolid, Ma José Hernández, y la Directora del Museo de la Ciencia, Inés Rodríguez.



Teresa Muñoz y Chelo Miñana.



Raúl Sánchez y Fernando Posadas.



Ma Fe Blanco, Ramón Medina y Pedro Manuel Polo.



José Antonio Gallego, Víctor Ortega, Sergio Morales, de Five Flames Mobile, de Glasgow Airport, ganador de la mejor solución de movilidad.



Pablo Berdón, Miguel Sanz y Cristina Higuera, de Ribera del Duero.



Alfredo Vela, Angélica Ferrándiz y Prudencio Herrero.



Marco, Jorge, Duvi, Begoña, Luis y Carmen, de Your Spanish Shop, ganador de la mejor UXWeb.



Roberto González y Javier Álvarez, de YRG Comunicación.



Ángel Villa y Fernando Sáez, del Museo Nacional de Antropología, y Ana Gil, del Museo Nacional de Escultura.

Textos de
**RUTH RODERO Y
REBECA PASALODOS**

Fotografías de
**ALBERTO MINGUEZA
Y RODRIGO JIMÉNEZ**



Andrés Fernández, Carmen Álvarez, Alfonso Fernández y Álex Sanz, de Somos Quoters, ganadores de la mejor iniciativa de negocio digital.



Equipo de Grupo Norte, colaborador del evento de los Premios e-evolución.



Óscar Cuéllar, Alicia Calderón, Mila Aguado, Virginia García y Javier Labarga, de Fecosva.



Carlos Villar, Edmundo Bayón y Fernando Villalba, de Bodegas Protos, ganadora del mejor vídeo.



Pablo Gómez, Luis Manuel, María Moncada, Mª Carmen Sanz, Pedro Rodríguez, de la Fundación General de la Universidad de Valladolid y del Itacyl.



Carmen Brizuela, Silvia Sánchez, Guillermo Sánchez y Daniela Mesa, de Diracticar, ganadora del Premio Especial de la Audiencia.



Raquel Durántez, Ainhoa Martín, Laura Peña y Ana Sánchez (Figatec).



Equipo de Geocyl-Ecogeo, finalistas de los Premios e-evolución.



Mª Luz Vaquero y Javier Vaquero.



Ángel Casado, Óliver del Amo y Javier Palacio Real.



Sergio Hernández, en el centro, ganador del premio al mejor proyecto educativo, Exo-Brazo.



Paloma Rodríguez, Nina Velázquez y Javier Gallego.



Virgilio Benito, Yolanda Martínez, Isabel García, Luis Ortíz de Lanzagorta y Fernando García.



Celiano García, Silvia Herrero e Ignacio Antolín, de Iberdrola, Colaborador digital.



Jorge González, Javier Pinto y David Muñoz (MBL Abogados) y Jorge Miguel, de El Norte.



Beatriz Sastre, Emilio del Prado, Jesús Fernández, Elena García, Félix Blanco, Erica Gómez y María Pérez.



Los miembros del jurado Félix Barrio (Incibe), Benjamín Saelices (UVA), Victoria Seco (Junta de Castilla y León), Jacinto Canales (Colegio de Ingenieros Informáticos de Castilla y León) y Antonio Ferreras (Telefónica).



Manuel Fernández, Carmen Anta, María José Ingelmo y Martín Martín.



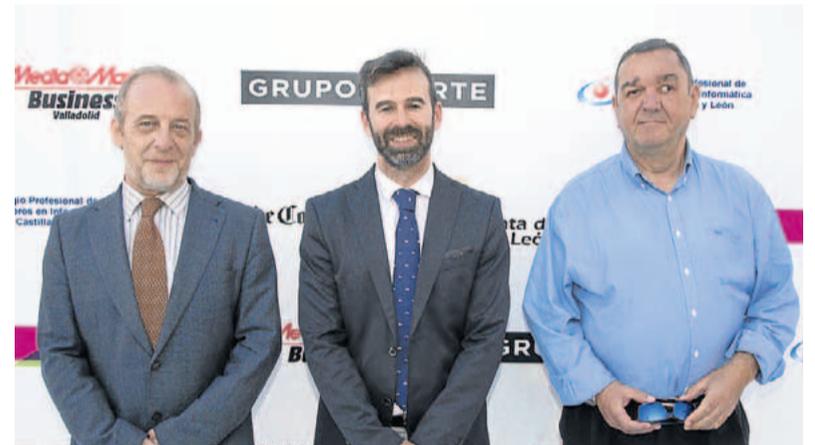
Julián Arroyo y Gabriel Lleras (Colegio Profesional de Ingenieros en Informática de Castilla y León, partner de los Premios e-**volución**).



Francisco Fernández, Luis Campa y Eduardo Moreno.



Juan Carlos Nieto, Mercedes García, Yolanda Hernández (Ingevega), Juan Carlos Presa y Jorge Sambade.



Pedro Santa Brígida y Víctor Cazorro (Universidad Isabel I) y Faustino González.



Manolo Ramos (MR Informática) y María Asunción Tejero.



Jesús Ortega (vicepresidente Colegio de Gestores de CyL) y Reyes Gómez de Liaño (Decana del Colegio de Registradores de la Propiedad).



Rubén Raedo, Mar Redondo, y de de DIMFO SL Francisco Fernández y Luis Campa.



De Tecnocasa, Ricardo García, Jorge Estébanez, Álex Tzvetomirov, Jesús González, Javier Labajo, Diego Rojo.



Ramón Abril, Enrique de Antonio (RQR comunicación).



Carmen Sanz y Antonio Sanz (SM2).



Luis Fuentes (Portavoz Ciudadanos Castilla y León) y Belén Rosado (Secretaria de la Mesa de las Cortes y procuradora de Ciudadanos por Ávila).



Germán Barrios (presidente del Consejo Económico y Social de Castilla y León), Germán Delibes y Mariano Veganzones.



Álex Clavero, que condujo el desarrollo de la gala.



Virginia Pérez y José Manuel González.



Ramiro Ruiz Medrano, vicepresidente de las Cortes, y Víctor Alonso, vicepresidente de la Diputación de Valladolid.



Luis Vélez, Rafaela Romero y Antonio Gato (concejales del equipo de Gobierno del Ayuntamiento de Valladolid).



Rocío Domínguez (Floristería BIO), Alfonso Sanz (Creatics) y María Jesús González (Floristería BIO).



Eduardo Navazo, mejor comunicador digital.



Daniel Iturralde (Wine To You).

GRUPO NORTE
Nuestra pasión, crear soluciones.

www.grupo-norte.es

SOLUCIONES RR.HH

SERVICIOS SOCIALES

OUTSOURCING

FACILITY SERVICES



Santiago Toca (AON y Rugby El Salvador), Eduardo Sánchez (presidente Cruz Roja), María Morán y Javier Villa (Rugby El Salvador) y Enrique Miguelsanz (Drontenic).



Víctor Rodríguez, Carolina Ureta y Javier Villanueva (Caixabank).



Marta García, José Luis Arranz (Atrevia) y Laura del Palacio (relaciones externas de Mercadona Valladolid).



Sofía Fernández, Almudena Guerra (Vía Célere).



Miguel Ángel Aguarón y Víctor Ramírez (DKV Seguros).



Pablo Hernández y Antonio M. Bermejo, presidente del PP en el Ayuntamiento de Valladolid.



Ester Martín, Alexandra Anel, Dune Márquez, Ittara Sieira, Diana Valderrama, Luis Miguel Ávila, Miguel Cuervo, Jorge González, Giovanna Juliao, Marina Hilanderas y Nicolás Ávila.



Juan Carlos García, José María Redondo y Julián Arroyo.



Roberto Lozano y Marta Arranz.



Mercedes Pertierra (Fundación Escuela Teresiana) y Francisco Rey (BBVA).



Begoña Pérez (Seditex) y Ciriaco Rodríguez (Banco Santander).



Jorge Vijuesa y José María García Castellón (Red Talento Empleo).



Ernesto Monsalve y Álvaro Cordero.



Paloma Rodríguez, Ana Vallejo y José Luis Almodí (presidente del Colegio Oficial de Médicos de Valladolid).



Juan Jambrina, Agustín Lorenzo y Blanca López.



De El Norte de Castilla, Javier Casado, Charo López (directora de Marketing), M. A. Gil, Patricia San José, Rocío Bustamante, Laura Martín y Erika Sánchez.



Rápido y sencillo

Crea tu cartelería y actualízala al momento con tu smartphone, tablet u ordenador.

Soporte de diseño

Servicio fotográfico y soporte de diseño gráfico (incluidos 10 contenidos con fotógrafo o 20 sin).

Comparte en RRSS

Podrás compartir siempre tus contenidos al momento en tus redes sociales y así tener siempre informados a tus clientes.

Cartelería Digital

Mejora la comunicación con tus clientes



Elige tu pantalla desde 40" Instalación

Desde **30.-** al mes



Elige tu pantalla desde 40" Soporte de diseño Instalación Comparte en RRSS

Desde **59.-** al mes **SAMSUNG**

www.mediamarkt.es/carteleriadigital

Bolsa de horas



El soporte informático de tu empresa en buenas manos

www.mediamarkt.es/bolsa

5h
185.-

10h
365.-



Tecnología de pago móvil

Ofrece un nuevo nivel de comodidad y experiencia de compra

- ✓ Gestiona la caja con tu Smartphone
- ✓ Emite las facturas digitales desde cualquier lugar
- ✓ Selecciona el método de pago: efectivo, tarjeta o mixto
- ✓ Sin permanencia ni cuotas fijas



Smartphone LG Q9 APP BIZ&GO Datáfono verifone E265

Desde **35.-** al mes

www.mediamarkt.es/pagomovil



¿Qué necesitas para cumplir con esta nueva Ley?



ANTIVIRUS



BACKUP



SEGURIDAD PERIMETRAL



ASESORIA LEGAL



Protege la información de tu empresa

www.mediamarkt.es/ciberseguridad

MediaMarkt

Business
Valladolid

mm.valladolid.business@mediamarkt.es

983365900



LABORAL KUTXA

La mejor experiencia, atención personal y también online

LABORAL Kutxa armoniza el trato cercano con las últimas tecnologías digitales

En LABORAL Kutxa ofrecemos a nuestra clientela lo mejor de cada mundo: la cercanía y el asesoramiento de la atención personal en una sucursal próxima, y la comodidad de hacer prácticamente cualquier operación online desde cualquier lugar del planeta.

La atención en oficinas siempre ha sido un elemento diferencial en LABORAL

Kutxa, tal y como atestiguan sus estudios sobre satisfacción. Pero los tiempos cambian y nuestros clientes han evolucionado. Ahora nos demandan que traslademos nuestros altos estándares de calidad también al entorno digital. Así, desde la banca online es posible realizar una infinidad de gestiones con tan solo pulsar unos pocos clics. Rechazar un recibo, dar un parte al seguro, solicitar una

grúa con geolocalizador, ampliar el límite disponible de la tarjeta, solicitar un préstamo online o encontrar un cajero automático..., todas estas gestiones son posibles de forma online.

Hace tiempo que la banca online se convirtió en una de las claves de la estrategia multicanal de LABORAL Kutxa y todo comenzó en los años 80. En 1980 se pusieron en marcha los dos primeros cajeros

automáticos de la entonces denominada Caja Laboral y, a su vez, se empezaron a comercializar las primeras tarjetas de crédito. Desde entonces, la incorporación de los avances tecnológicos ha marcado en gran medida las propuestas de productos y servicios de la entidad.

LABORAL Kutxa ha sido una de las primeras entidades en integrar todos sus servicios online para





Teófilo Gómez, director de Zona Valladolid de Laboral Kutxa. G. VILLAMIL

Una apuesta por la omnicanalidad

La apuesta de LABORAL Kutxa por la omnicanalidad pasa por prestar atención a lo que quieren las personas que confían en nuestra forma de hacer banca y ofrecerles todas las opciones. Para eso tenemos que saber qué es lo que quieren, lo que, en el caso de la banca online y de la banca móvil, significa analizar miles de datos a diario.

¿Quién usa los servicios de banca online y móvil para qué?

Durante el mes de abril, hubo más de un millón de entradas ('sesiones') en nuestras páginas web. Fueron, en concreto, 1.266.221 sesiones realizadas por un total de 340.106 usuarios distintos. La mayor parte eran mujeres, pero iniciaron menos sesiones por persona que los hombres. La mayoría de personas que entraron en una de nuestras webs lo hicieron en la página principal y la gran mayoría de personas que entran en nuestras webs lo hace, precisamente, para usar la banca online.

¿Qué dispositivo usamos más a menudo para acceder a LABORAL Kutxa en internet?

Nuestra banca online y móvil son idénticas en todos los dispositivos, de manera que toda la operativa esté disponible en portátil, tablet o móvil.

De momento, la mayoría de usuarios sigue utilizando el ordenador para acceder a nuestra banca online: en abril, el 59% de las sesiones fueron desde un ordenador, el 35% optó por su móvil y solo el 6% eligió una tablet. Estos datos son opuestos a los de otros ámbitos. Por ejemplo, más de siete de cada diez usuarios entran a las webs de medios de comunicación desde dispositivos móviles. Curiosa la diferencia, ¿no?

¿Y a qué hora accede la gente más a la operativa de banca online?

En lo que se refiere específicamente a la banca online parece que nos gusta más hacer las operaciones diarias relativas a nuestra contabilidad, finanzas y seguros a partir del mediodía. La franja de mayor tráfico es entre las 12:00 y

las 18:00, seguida de la primera hora de la mañana, entre las 06:00 y hasta el mediodía. Casi el 70% de la gente se conecta en esas dos franjas. Por horas, son las 10:00 y las 11:00 las que registran los mayores picos de visitas.

Las brechas digitales

Atrás quedó la era en que decir 'internautas' era sinónimo de personas jóvenes. Una de cada cinco personas que usa nuestros servicios online tiene más de 55 años. Y entre 35 y 45 años está el grueso de usuarios, el 57% concretamente. La brecha digital de género también ha caído. En 1997 solo una de cada cuatro personas que se acercaban a Internet era mujer. En la banca online del presente los datos no solo se han equilibrado: un 54% de los accesos son usuarias.



que sean idénticos sin importar el lugar desde donde acceden los clientes. La nueva aplicación de LABORAL Kutxa para la banca móvil es muy intuitiva y contiene todas las funcionalidades que alberga un ordenador portátil o de mesa.

Laboral Kutxa Pay

Las claves de banca online también habilitan otra aplicación de LABORAL Kutxa, LABORAL Kutxa Pay, que cumple dos funciones principales. Por un lado, el servicio Bizum, que permite enviar y recibir dinero sin comisiones a los contactos de la agenda del teléfono móvil, aunque no sean clientes de LABORAL Kutxa, y sin necesidad de conocer el número de cuenta de destino, ya que únicamente es preciso conocer el número de móvil.

Por otro lado, el servicio de pago móvil, con el que se puede pagar en comercios con tan solo acercar el teléfono al terminal de pago. En la práctica, funciona igual que un duplicado de tarjeta contactless: se desbloquea el móvil, se acerca el móvil al Terminal Punto de Venta (TPV) del comercio... y únicamente requiere marcar la clave personal

El cliente quiere los estándares de calidad en el entorno digital

La mayor parte de las operaciones de banca online se realizan por la mañana

(PIN) para autorizar las compras superiores a 20 euros. Una vez aceptada la operación, el cliente recibe un mensaje de confirmación. En definitiva, se trata de un servicio rápido, cómodo y seguro.

Además, en el caso de no llevar la tarjeta encima, los clientes de LABORAL Kutxa pueden usar nuestros cajeros para sacar dinero con el móvil. El método es muy sencillo: se introduce la clave y el usuario de banca online en el cajero, se elige el importe que se quiere retirar y, al instante, se recibe un mensaje de texto con un código que se debe introducir en el cajero para retirar la cantidad de dinero deseada.

Sistema FaceID

Por citar alguna de las últimas funcionalidades incorporadas que posicionan a LABORAL Kutxa como referente en el proceso de digitalización de los servicios financieros, cabe destacar el sistema FaceID, relacionado con la seguridad que tanto nos preocupa. Si la huella dactilar ya mejoraba la seguridad hasta alcanzar prácticamente la

imposibilidad estadística de que alguien nos suplantara, el reconocimiento facial da un paso más. Es totalmente seguro y, al ritmo que avanza la tecnología, es muy posible que sea el próximo estándar del mercado.

En LABORAL Kutxa hemos sido una de las primeras entidades en implementar FaceID, por el momento únicamente disponible para iOS de Apple. Para utilizarlo, únicamente se debe instalar la actualización y acceder a la banca online. El sistema nos preguntará si queremos utilizar el sistema FaceID y nos guiará durante un sencillo proceso, asociando a nuestro usuario y clave de acceso a nuestro perfil facial.

A partir de ese momento, la próxima vez que accedamos a la aplicación, el dispositivo tan sólo nos pedirá que miremos a la parte frontal del móvil. Este sistema de reconocimiento facial es capaz de identificarnos aunque

haya variaciones en nuestro aspecto, como que llevemos o no maquillaje, nos pongamos gafas, nos cortemos el pelo o nos dejemos barba.

Y si cambiamos de opinión y no queremos usar más este reconocimiento facial o queremos dejarle nuestro móvil a otra persona para que acceda a nuestra banca online, se puede cancelar el FaceID y volver a utilizar el nombre de usuario con su clave correspondiente. Y si en algún momento cambiamos la contraseña numérica, el reconocimiento facial dejará de ser efectivo y tendremos que volver a ajustarlo.

En definitiva, la apuesta por la omnicanalidad de LABORAL Kutxa pasa por prestar atención a lo que quieren las personas que confían en nuestra forma de hacer banca y poner a su disposición todas las opciones para facilitar la mejor experiencia en ambos mundos, online y offline.

Iberdrola, la energética del futuro

El cambio climático, la necesidad de contar con electricidad limpia y la sostenibilidad han producido un cambio trascendental en las empresas energéticas



IBERDROLA

Iberdrola está en plena sintonía con los tres vectores fundamentales del proceso de transformación que está viviendo el sector energético: la descarbonización, los avances tecnológicos y la mayor conectividad del consumidor.

La tecnología y la innovación son los ejes de la estrategia de digitalización en Iberdrola. La compañía invertirá 4.800 millones de euros en digitalización hasta el año 2022 y se ha propuesto sacar adelante 75 proyectos innovadores cada año, con lo que logrará eficiencias adicionales gracias a los avances en analítica de datos e inteligencia artificial. Todo este progreso realizado por el grupo ha sido reconocido por múltiples organizaciones. La labor de la compañía ha sido premiada por la revista ComputerWorld y los European Digital Mindset Awards; ha recibido el prestigioso Premio Nacional de Innovación y Diseño en 2015 a manos de SS.MM. los Reyes.

Iberdrola, como empresa eléctrica, ha crecido en paralelo a la evolución tecnológica, transformando su funcionamiento con la llegada de la automatización y llevando a cabo una imparable evolución

hacia la digitalización, que se ha traducido en la actual gestión de miles de turbinas y cientos de centrales eléctricas desde un único centro de control, a distancia y en tiempo real. El despliegue de redes y contadores inteligentes ha permitido conocer mejor las necesidades de los clientes y ha derivado en el nacimiento del cliente digital.

Iberdrola ha superado los 10 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 10 comunidades autónomas donde cuenta con redes de distribución eléctrica y que conlleva una inversión global superior a los 2.000 millones de euros. Gracias al contador inteligente con telegestión, el cliente puede consultar sus curvas de consumo diario, semanal y mensual por medio de una app móvil o mediante la página web www.iberdroladistribucion.es, lo que permite decidir el tipo de tarifa que mejor se adapta a cada perfil y realizar un uso más eficiente del consumo. Los avances tecnológicos suponen también una serie de riesgos que Iberdrola gestiona con la mayor responsabilidad. La ciber-

seguridad se ha convertido en la otra herramienta indispensable 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 apostando por las nuevas ideas. La compañía ha puesto en marcha el Proyecto Next y el grupo Accelerator, compuestos por jóvenes empleados de Iberdrola de todo el mundo que trabajan para sacar nuevos productos a la luz y para convertir a Iberdrola en la mayor utility del mundo en un plazo de 10 años, en los que jugará un pa-

La compañía eléctrica ha lanzado 'Smart Movility' con el que busca impulsar la instalación de 25.000 puntos de recarga para vehículos eléctricos

pel clave los sistemas de análisis big data en los que la empresa ha realizado una gran inversión. Iberdrola ha invertido 246 millones de euros en actividades de Innovación, Desarrollo e Investigación (I+D+i) a lo largo de 2017, lo que supone un incremento del 17%, siendo la compañía española más innovadora en su sector y la tercera de Europa. Además, ha inaugurado recientemente el centro tecnológico 'Iberdrola Innovation Middle East Center' en Catar. Desde las instalaciones de este nuevo centro de I+D+i se darán respuestas al desafío que supone la digitalización del sistema energético.

El presidente de Iberdrola, Ignacio Galán, ha destacado en varias ocasiones 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». Galán ha hecho hincapié en los beneficios que la digitalización proporciona a los clientes de la compañía. Nuestra base de clientes se beneficiará de todas las ventajas que ofrecen las tecnologías más punteras y la digitalización. Así, podremos ofrecerles una mayor calidad de servicio, un mayor catálogo de productos y servicios adaptados a sus necesidades individuales y unos precios más competitivos». En esta línea, las redes serán cada vez más inteligentes.

Como muestra de su compromiso con los clientes, Iberdrola ha lanzado 'Smart Movility', una solución integral global para impulsar la movilidad eléctrica. La compañía prevé instalar un total de 25.000 puntos de recarga de vehículo eléctrico en España hasta el año 2021. La mayoría de ellos, 16.000, se instalarán en hogares y los 9.000 restantes en empresas.

Iberdrola ha impulsado 'Smart Solar', una solución integral que permite generar y consumir su propia electricidad con luz solar que permite a los agricultores ahorrar y ser respetuosos con el medioambiente, reduciendo la huella de CO2 y de la energía demandada de la red.



Ingenieros especializados del equipo de Excelencia Operacional del Grupo Norte revisan un proyecto de integración de servicios. :: GRUPO NORTE

Total Facility Management: la revolución en los servicios

Grupo Norte encabeza la transformación de la industria de los servicios gracias a la estrategia 'Personas + Procesos + Tecnología'

Que el mundo, tal y como lo conocemos, está cambiando a una velocidad de vértigo ya no es noticia; es una realidad que afecta a todos los sectores económicos y que sitúa al conocimiento como el verdadero elemento diferencial entre unas y otras empresas. La Excelencia Operacional no es un fenómeno nuevo. El concepto y el término existen desde hace más de 20 años y, reduciéndolo a la mínima expresión, podría definirse como la forma de ver a la empresa como un todo, en lugar de abordar las diversas partes por separado. Y precisamente es ahora, en momentos de cambios disruptivos, cuando vuelve a cobrar una importancia vital. La necesidad de las organizaciones de optimizar y de ofrecer el mejor producto o servicio, unido al aumento creciente de la oferta, obliga a crear soluciones diferenciales y sostenibles.

Así lo ha entendido Grupo Norte, que está reinventando la industria de los servicios gracias a una estrategia del valor centrada en alcanzar el éxito junto a sus clientes y basada en tres pilares: personas, procesos y tecnología.

Dentro de este gran objetivo la compañía impulsa ahora el Total Facility Management. Liderazgo, trabajo en equipo y resolución de problemas conforman los elementos fundamentales de este nuevo enfoque pionero que sitúa las necesidades del cliente en el centro de la ecuación mediante el empoderamiento de los empleados, la optimización de los procesos y el despliegue tecnológico.

Grupo Norte presta hoy servicios en actividades diversas, como Soluciones de RR.HH., Facility Services, Outsourcing, Servicios Sociales o Centro Especial de Empleo. Lo bueno además es que esta forma de trabajar es válida y adaptable para todos estos sectores, por-

que precisamente encuentra su valor en la integración y en la colaboración.

Dentro y fuera

El modelo actúa dentro y fuera de las empresas. El cambio comienza aceptando y desarrollando internamente nuevas maneras de trabajar más colaborativas, menos departamentalizadas y con equipos polivalentes, que estandarizan los flujos de trabajo, independientemente del área de actividad al que pertenecen.

En casa del cliente, los profesionales de Grupo Norte

Simplificar flujos de trabajo y eliminar tiempos en los que no se genera valor añadido garantizan la eficiencia en las soluciones ofrecidas a los clientes

proponen y afianzan innovaciones, que mejoran la calidad del servicio e incrementan los índices de productividad. La tarea sólo puede completarse y entenderse si se miden los resultados. De ahí que para evaluar el avance de la implantación del modelo se utilicen indicadores claves de desempeño, definidos para cada una de las áreas e integradas en diagramas de araña, cuadros de mando, software de gestión y otras herramientas estadísticas usadas en los sistemas de mejora continua.

InPlant Manager

Grupo Norte ha creado además la figura del InPlant Manager para contratos de mayores dimensiones en empresas que requieran la integración de distintos servicios. Se trata de una estructura personalizada que incluye la presencia física de un gestor especializado, encargado del servicio de forma integral. A través de la cultura Lean se garantiza la optimización del servicio y un perfecto seguimiento de la actividad diaria. El éxito del modelo es tal que los equipos de ingenieros de Grupo Norte han logrado el incremento de rendimientos directos de hasta el 11% e indirectos superiores al 2%.

Apuesta por el Business

Ximo Reig y Jonatan Gallego, gerente y business manager de Media Markt Valladolid



LAURA NEGRO

Media Markt mira y apuesta por las empresas de Valladolid. El retailer alemán de electrónica de consumo y electrodomésticos cuenta con una nueva área de negocio especializada en soluciones dirigidas a autónomos, pymes, colectivos y grandes compañías. Avalado por casi cuatro décadas de experiencia, este gran grupo, tan flexible como responsable, ha realizado importantes

cambios estructurales en su cultura empresarial para cumplir con el objetivo estratégico de convertirse en la primera opción de compra para el cliente profesional.

La de Valladolid es una de las 1.053 tiendas que la cadena posee en 15 países a nivel europeo. Su gerente, Ximo Reig, y su business manager, Jonatan Gallego, presentan la división Media Markt Business, que acompaña, asesora y forma a las empresas a la

hora de integrar las nuevas tecnologías a sus negocios. Soluciones totales e innovadoras, que mejoran la relación con clientes, la productividad y la rentabilidad en cada sector.

—¿En qué consiste Media Markt Business?

—**Ximo Reig (X. R.):** Es una nueva división de negocio de Media Markt, nacida en 2015 del compromiso por adecuar cada solución a las necesidades específicas de cada cliente. Gran

parte de las ventas provienen de empresas y de profesionales, por ello, la compañía se focalizó en este segmento creando la estructura necesaria e incorporando el personal y los medios más especializados. En España ya son más de 230.000 los clientes de sectores como educación, hostelería, comercio, construcción, salud o restauración, que ya confían en Media Markt. Es un proyecto nacido en España y cuya imple- ➤



MEDIA MARKT

mentación en el resto de Europa lideramos. **—¿Cuáles son las perspectivas de futuro?**

—X. R.: En Valladolid, el porcentaje de negocio de esta división dentro de la actividad de Media Markt es del 15%. La previsión a nivel nacional, en un horizonte temporal de 3 años, es que las ventas a empresas supongan el 20% de la facturación total. Estamos convencidos de que en Valladolid esa cifra se alcanzará antes de lo previsto. Para conseguirlo, nos estamos apoyando en importantes acciones de comunicación y en la colaboración con diferentes entidades, que están dando excelentes resultados. Tenemos un convenio con la Confederación Vallisoletana de Empresarios (CVE), por el cual ofrecemos a sus empresas y asociaciones afiliadas un servicio de asesoría tecnológica para lograr negocios más competitivos y productivos. Participamos también en encuentros empresariales, organizados por CVE y la Diputación provincial, para

«Somos el partner tecnológico que ayuda a las empresas con su transformación digital»

«La cartelería digital debe estar presente en los entornos de trabajo para ganar en productividad»

llegar a las empresas ubicadas en zonas rurales. Colaboramos con el Colegio de Ingenieros Técnicos Industriales con formación sobre robótica e impresión 3D y, por supuesto, estamos presentes en los Premios e-evolución de El Norte de Castilla, lo que nos permite estar en contacto con las empresas más innovadoras y punteras.

—Líder en el sector retail de electrónica, ¿cómo se ha adaptado la compañía para

atender al cliente empresarial?

—X. R.: Se ha llevado a cabo un plan integral de transformación de negocio. Hemos dejado de ser una tienda de productos para ser el partner tecnológico que ayuda a las empresas con su transformación digital. Somos más cercanos a nuestros clientes y les proporcionamos una experiencia omnicanal, personalizada y con soluciones integrales y verticales. El cliente puede decidir cómo, cuándo y dónde comprar. Seguimos ampliando el surtido de productos que ofrece online, la red de tiendas físicas y también las modalidades de entrega y recogida. Nuestra red de 84 tiendas en España y nuestro personal cualificado nos hace ser muy ágiles a la hora de adaptarnos a las necesidades de clientes que operan en diversos puntos del territorio nacional. Esto es muy útil y ventajoso para franquicias, cadenas hoteleras o empresas con varias sedes, por ejemplo.

—¿Qué soluciones concretas

«Proporcionamos una experiencia omnicanal, personalizada y con soluciones integrales»

«Implementar una estrategia digital mejora los ratios entre el 30% y el 40%»

ofrecen al sector comercio?

—Jonatan Gallego: Estamos especializados en materia de cartelería digital, totems y tarjetas electrónicas. Ya no solo las grandes empresas apuestan por renovar sus tiendas; hay soluciones en cartelería digital en casi todos los entornos de nuestro día a día que consiguen llevar la experiencia de compra al siguiente nivel gracias al contenido digital e interactivo. La cartelería digital debe estar presente en cualquier entorno de trabajo que quiera ganar en productividad. Hay solucio-

nes muy sencillas y otras tan personalizadas, avanzadas y flexibles, como el cliente necesite. Recientemente hemos organizado en Valladolid una jornada formativa pionera a nivel nacional, que reunió a 65 empresarios del sector comercio y de la hostelería, que pudieron conocer de primera mano herramientas prácticas para aumentar su productividad y obtener los máximos beneficios. Los asistentes a la jornada fueron conscientes de que la transformación digital es ya pasado, no presente. Aquellos que implementan una estrategia digital, mejoran sus ratios entre un 30 y un 40%.

—¿Y para el sector de la educación?

—X. R.: Disponemos de productos tecnológicos muy avanzados como tablets, pizarras interactivas o impresoras, y también damos un servicio completo de transformación para colegios, siempre buscando la interacción integral del alumno dentro y fuera de las aulas. En definitiva, ofrecemos productos, asesoramiento, formación y mantenimiento.

Jonatan Gallego y Ximo Reig posan en la tienda Media Markt de Valladolid.



Empresa 100% vallisoletana

■ L. N.

VALLADOLID. Ximo Reig y Jonatan Gallego, gerente y business manager respectivamente, hacen un positivo balance de este año y medio de andadura de Media Markt Business en Valladolid. Desde que esta nueva área estratégica de negocio se pusiera en marcha en octubre de 2016, ya se ha situado en el 'Top 10' de ventas a nivel nacional, con más de 3.000 clientes activos en su base de datos, lo que supone «un gran orgullo», cuentan sus responsables. «Somos el asesor y el principal proveedor tecnológico de importantes empre-

sas como el Real Valladolid, Hotel AC Santa Ana, Asientos de Castilla y León, Madison, El Norte de Castilla y también de muchos autónomos y pequeños negocios. A todos ellos les damos una solución completa adaptada a sus necesidades, a las características de sus negocios y a sus respectivos sectores de actividad», expone Gallego.

Ambos ponen también sobre la mesa sus retos de futuro con este ilusionante proyecto, en el que piensan seguir invirtiendo esfuerzos, con el objetivo de liderar el sector empresarial a través de la innovación y la digitaliza-

ción. «Vamos a seguir trabajando para que Valladolid tenga una tienda del siglo XXI, más experiencial de cara a los clientes y mucho más omnicanal. Hemos puesto todos los medios a nuestra disposición, para facilitar el acceso a nuestros productos. Media Markt es una gran multinacional, presente en 15 países europeos, pero al mismo tiempo, nos satisface decir, que somos una empresa cien por cien local. Apostamos por la gente de Valladolid y es aquí donde invertimos, pagamos impuestos y generamos beneficios», concluye satisfecho Reig.



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. Llega el 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.