COMPARATIVA: Los mejores CRMs

Marzo 2014 · Nº 214 · 5,75 euros

www.revistabyte.es

byte TI

Síguenos en twitter: (@BYTE_TI)

ANÁLISIS

- HP ZBook14
- Stibo STEP Trailblazer

¿Por qué gestionar el documento?

- Ahorro de costes
- Las ventajas de la nube
- Hacia una correcta gestión documental

Los retos de la movilidad

Virtualización del servidor

mkm publicaciones

Javier López Sáez

Fomentar la innovación en su organización es la forma más eficaz de afrontar los nuevos retos. Es una oportunidad para implantar procesos avanzados en ahorro y sostenibilidad . Hacer más por menos, ser más eficientes y productivos.

innovaciónactiva
www.lecisa.com

INFORMÁTICA
El Corte Inglés

CONSULTORÍA TECNOLÓGICA - SOLUCIONES TIC - OUTSOURCING

ARGENTINA | BÉLGICA | BRASIL | CHILE | COLOMBIA | COSTA RICA | EE. UU. | ITALIA | MÉXICO | PANAMÁ | PERÚ | PORTUGAL | REINO UNIDO | REPÚBLICA CHECA | REPÚBLICA DOMINICANA

Eso sí, la empresa más chula de todas, la de la manzana, ha vuelto a dar la espalda al certamen catalán. Al parecer, no les hace falta. Se sobran y se bastan con ellos mismos.., y con todos los periodistas que les hacemos la publicidad gratis: ¡País!

¿Cuánto cuesta el MWC de Barcelona?

Discutir el éxito del Mobile World Congress de Barcelona sería un error monumental. La edición de este año, como las anteriores, ha confirmado que la capital catalana y España, durante los cuatro días que funciona el certamen, son el centro de atención mundial de la tecnología. Esto no tiene precio.

Casi 1,700 expositores que ocuparon más de 94.000 metros cuadrados, con una cobertura de más de 3.400 periodistas de más de 80 países y más 100.000 visitantes lo dice todo.

En la edición recién clausurada, se dio además la circunstancia de que importantes marcas –contrariamente a lo que venían haciendo hasta ahora- esperaron a la inauguración de esta muestra para presentar nuevos productos. Es un foro auténtico para ver lo que se cuece en el mundo de las telecomunicaciones y un lugar espléndido para debatir sobre su futuro. La organización es casi perfecta.

Todo ello, compaginado con un escenario magnífico, como es la ciudad de Barcelona, unas estupendas instalaciones y unas infraestructuras hoteleras de las que no hay quejas, salvo algunos abusos de precios. Por tanto, MWC lo tiene todo para triunfar.

Solo falta una cosa. Que el capo del certamen, John Hoffman, aprenda un poco de español (o de catalán) como agradecimiento al negocio que hace en nuestro país. Porque no alcanzo a imaginar la pasta que puedan llegar a ganar estos señores. ¡Vaya negocio!

No es que me parezca mal que les vaya bien y que saquen una buena rentabilidad a su trabajo, pero lo que no me gusta tanto es que todavía estén subvencionados por la Administración catalana y la central. Y, lo que es peor, que no haya manera de saber exactamente lo que se aporta a nivel público.

Mi dirán que un evento capaz de generar un impacto económico de más de 350 millones de euros, como nos están vendiendo, es obvio que tiene que ser protegido. Sabiendo la gran rentabilidad que les produce a sus organizadores, no estaría de más que se revisaran tarifas. Las empresas que allí acuden hacen un gran esfuerzo económico para estar presentes, y seguramente lo hacen porque reciben un retorno que les compensa, pero no estiremos demasiado la cuerda que se puede romper…

Juan Manuel Sáez. **Director**

Sumario

MARZO 2014

EN PORTADA
Gestión documental

36

N.º 214 • ÉPOCA III

Director
Juan Manuel Sáez
(juanmsaez@mkm-pi.com)

Redactor Jefe
Manuel Navarro
(mnavarro@mkm-pi.com)

Coordinador Técnico
Javier Palazon

Colaboradores
S. Velasco, R.de Miguel, I. Pajuelo, O. González, D. Rodríguez, JR. Jofre, F. Jofre, JL. Valbuena, MªJ. Recio, MA. Gombáu, J. Hermoso, JC. Hernández, C. Hernández, M. Barceló, A.Barba.

Corresponsales en EE.UU.
C. Antón, M. Pérez

Fotógrafos
E. Fidalgo, S. Cogolludo, Vilma Tonda

Ilustración de portada
Javier López Sáez

Diseño y maquetación
E. Herrero

WebMaster
NEXICA
www.nexica.es

REDACCIÓN
Avda. del Generalísimo, 14 – 2º B
28660 Boadilla del Monte
Madrid
Tel.: 91 632 38 27 / 91 633 39 53
Fax: 91 633 25 64
e-mail: byte@mkm-pi.com

PUBLICIDAD
Directora comercial: Isabel Gallego
(igallego@mkm-pi.com)
Tel.: 91 632 38 27
Ignacio Sáez (nachosaez@mkm-pi.com)

DEPARTAMENTO DE SUSCRIPCIONES
Tel. 91 632 38 27
Fax.: 91 633 25 64
e-mail: suscripciones@mkm-pi.com
Precio de este ejemplar: 5,75 euros
Precio para Canarias, Ceuta y Melilla: 5,75 euros (incluye transporte)

Impresión
Gráficas Monterreina
Distribución
DISPAÑA
Revista mensual de informática
ISSN: 1135-0407

Depósito legal
B-6875/95

© Reservados todos los derechos
Se prohíbe la reproducción total o parcial por ningún medio, electrónico o mecánico, incluyendo fotocopias, grabados o cualquier otro sistema, de los artículos aparecidos en este número sin la autorizació expresa por escrito del titular del Copyright. La cabecera de esta revista es Copyright de CMP Media Inc. Todos los derechos reservados. Publicado con la autorización de CMP Media Inc. La reproducción de cualquier forma, en cualquier idioma, en todo o parte sin el consentimiento escrito de Publicaciones Informáticas MKM, queda terminantemente prohibida. Byte es una marca registrada de CMP Media Inc.

MARZO de 2014
Printed in Spain

EDITA
Publicaciones Informáticas MKM

8 Novedades

48 COMPARATIVA

TENDENCIAS 58

3 **CARTA DEL DIRECTOR**

6 **RECOMENDAMOS**

8 **NOVEDADES**

30 **ANÁLISIS**

34 **ENTREVISTA**

36 **EN PORTADA**
Gestión documental

48 **COMPARATIVA**
CRM

58 **TENDENCIAS**

66 **TEMPORAL**
Por Miquel Barceló

Entrevista

Ignacio Herrero del Campo, Director General de AHORA Soluciones

34

Oracle ofrece soluciones simples para movilidad

Oracle ha incrementado su soporte a la movilidad a través de la introducción en el mercado de soluciones que hacen más fácil el día a día de clientes, proveedores y empleados. Oracle ofrece así una plataforma de movilidad única que complementa y amplía otros productos dentro de la familia Oracle Fusion Middleware. Las organizaciones empresariales y de TI confían en esta plataforma para:

- Aprovechar las capacidades líderes en la industria de Oracle Fusion Middleware en toda la empresa y las aplicaciones móviles.
- Extender las aplicaciones empresariales de Oracle para cada línea de negocio que requiera acceso a las herramientas corporativas en cualquier momento y desde cualquier dispositivo.
- Involucrar a los líderes de TI y desarrolladores de tecnologías móviles con las mejores tecnologías móviles en términos de infraestructura, integración y seguridad.
- Facilitar un acceso intuitivo a las funcionalidades empresariales móviles.

Oracle ofrece docenas de aplicaciones móviles ya construidas en todas sus líneas de negocio, incluyendo Oracle EBusiness Suite, PeopleSoft, Siebel, JD Edwards, y un largo etcétera. La compañía también ofrece acceso a su amplio portfolio de aplicaciones en modalidad SaaS, incluyendo Human Capital Managment, Talent Management, Customer Service & Support y Project Portfolio Management. El portafolio de aplicaciones móviles continúa creciendo según se van desarrollando nuevas aplicaciones por parte de Oracle y de sus partners. Gracias a Oracle Mobile Suite, el tiempo de despliegue de nuevas aplicaciones se reduce a unas pocas semanas.

Purview: visibilidad de aplicaciones en red

Purview es una solución basada en la tecnología ASIC de Extreme Networks que ayuda a las organizaciones de cuatro formas distintas: por un lado mejora la experiencia de uso de las aplicaciones; por otro lado permite conocer el uso que se hace de esas aplicaciones (user engagement) por parte de los usuarios; optimiza el rendimiento de las mismas y por último protege los sistemas de información frente a usos inadecuados o potencialmente peligrosos. Actualmente es muy difícil cuantificar el uso y utilización que hacen los usuarios de cada la información contextualizada que viaja por la red sobre usuarios, dispositivos, aplicaciones y lugares de uso. Purview captura los datos de la red y luego los agrega, analiza, correla y finalmente los presenta, con lo que ofrece una visibilidad sin precedencia de uso, al tiempo que satisface las crecientes necesidades de conectividad de los usuarios y mejora el rendimiento global de la red. Purview puede utilizarse tanto en redes basadas en switches de Extreme Networks como en redes de otros fabricantes Ethernet. Purview es capaz de analizar los datos de aplicaciones en toda la red, tanto en la parte de cable como en la parte inalámbrica, en el núcleo y el datacenter. Purview ofrece beneficios en tres áreas fundamentales: Analíticas de Negocio mediante la medición del grado de adopción, uso y capacidad de respuesta de cada aplicación; Gestión de TI, acelerando la resolución de problemas gracias a la medición del rendimiento de la red y de las aplicaciones y Seguridad de Red con la detección en el uso de aplicaciones no autorizadas.

Control de escritorio virtual

F5 Networks y VMware anuncian la oferta conjunta de soluciones destinadas a asegurar el control de acceso en los despliegues de escritorio virtual de sus clientes. Las nuevas propuestas de estas dos compañías presentan capacidades robustas para satisfacer las necesidades específicas de cada organización en un entorno dominado por tendencias como la movilidad y el cloud computing, en el que los usuarios trabajan desde cualquier localización y acceden a sus escritorios y aplicaciones desde distintos dispositivos móviles. Así, F5 trae al mercado nuevas versiones de su solución BIG-IP Access Policy Manager (APM), que han sido especialmente adaptadas para permitir a las empresas, con independencia de las condiciones de cada una de ellas, un acceso seguro y un rendimiento optimizado para VMware Horizon View. Además, F5 presenta también una arquitectura de referencia y un iApp dedicado que acelerará los despliegues y ofrecerá una guía para mostrar cómo estas nuevas soluciones soportan las tecnologías de VMware.

Trabajando sobre una base de colaboración permanente, la propuesta formada por las soluciones EUC de VMware y las tecnologías de servicios de aplicaciones inteligentes de F5 proporcionará soluciones seguras, robustas e innovadoras orientadas a satisfacer las necesidades de los equipos de trabajo con movilidad de las empresas, manteniendo el control y la seguridad presente y futura. VMware ofrece acceso a las APIs y a las extensiones del protocolo de acceso remoto que permiten a F5 ampliar las capacidades de sus soluciones actuales a la hora de proporcionar un mejor control de acceso sobre entornos Horizon View. Con esta integración, las organizaciones pueden ejercer un control más granular basado en el dispositivo.

Intel anuncia su nueva familia de procesadores Xeon

Intel ha anunciado la familia de procesadores Intel Xeon E7 v2. Esta nueva familia de procesadores Intel Xeon E7 v2 ofrece nuevas funciones orientadas al procesamiento y análisis de conjuntos grandes y heterogéneos de datos, permitiendo al usuario acceder a información que hasta entonces le resultaba inaccesible.

Intel Xeon E7 v2 brinda a los departamentos de TI la capacidad de ofrecer análisis en tiempo real de grandes conjuntos de datos, permitiendo a las empresas identificar tendencias y aprovecharlas creando nuevos servicios y cosechando una mayor eficiencia para la empresa. Los datos masivos (Big Data) y el Internet de las Cosas (Internet of Things o IoT) representan enormes oportunidades de crecimiento para muchas empresas mediante la creación de servicios que aportan ingresos a partir de la información que son capaces de derivar. Se espera que el mercado de las tecnologías y servicios de datos masivos experimente un crecimiento anual del 27% hasta el año 2017, alcanzando un volumen total de 32.400 millones de dólares.

La familia de procesadores Intel Xeon E7 v2 permite disponer de hasta el triple de capacidad de memoria respecto a la generación anterior.

Diseñados para servidores de hasta 32 zócalos8 en configuraciones de hasta 15 núcleos de procesamiento y 1,5 terabytes (TB) de memoria RAM por zócalo, la nueva familia ofrece un rendimiento medio dos veces superior a los procesadores de la anterior generación3. Estas mejoras ayudan a las empresas que ejecutan aplicaciones empresariales críticas.

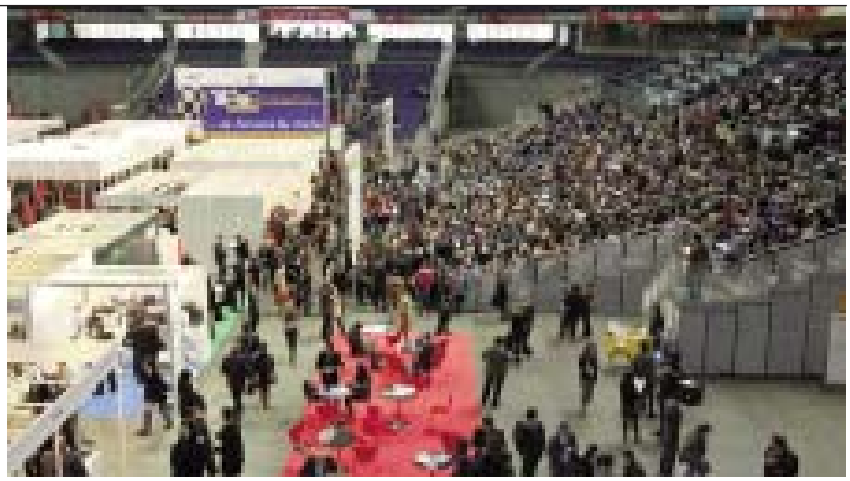
DESARROLLO DE LA CIENCIA

Dado el estado actual de la investigación en el país, cuatro jóvenes distribuidos por la península han desarrollado iLoveScience. iLoveScience es una plataforma virtual que permite a las personas colaborar en proyectos con los que sienten más sintonía. Esta novedosa plataforma está disponible desde el 13 de enero y ha recaudado ya más de 1.500 euros.

Desde 2009, la inversión estatal en la ciencia acumula ya una caída del 40%. Cansados de ver EREs en centros de investigación punteros, Fede, Roi, Alex y Ricardo decidieron que era necesario renovar un sistema de I+D oxidado e involucrar a la sociedad en la investigación científica. Después de dos años de trabajo, han abierto una plataforma en Internet donde los internautas pueden colaborar económicamente con proyectos científicos de su interés . La plataforma se llama iLoveScience y actualmente cuenta con tres proyectos de investigación. Los proyectos disponibles versan sobre el tratamiento del cáncer de mama, la prevención de la enfermedad de Alzheimer y el diagnóstico de infecciones de la sangre o septicemias. Cada proyecto dispone de un período de 60 días para llegar a la cantidad propuesta o será descartado. Entre los tres ya suman más de 1.500 euros, el más avanzado, el que busca predecir la respuesta al tratamieto para el cáncer de mama.

España no favorece la creación de empresas

Sage presentó un estudio dentro del marco del Salón Mi Empresa, celebrado estos días en Madrid en el que se dieron las claves de lo que opinan los emprendedores sobre la creación de empresas y las dificultades con las que se encuentran



Lo peor de emprender en estos tiempos es la falta de dinero, la falta de liquidez y la falta de ayudas, mientras que lo mejor es, según comentan los propios emprendedores, la satisfacción de ver que estás creando puestos de trabajo y llevar a cabo todo el proyecto con la valentía de tirar para adelante a pesar de la crisis. Estos son los puntos a destacar de la tercera edición del 'Observatorio de Clima Emprendedor 2013' llevado a cabo por la Fundación Iniciador y Sage. Un estudio anual que refleja, por tercer año consecutivo, la situación del emprendimiento en nuestro país, con el objetivo de conocer, identificar y evaluar tendencias, problemas, opiniones y situaciones de los emprendedores españoles.

LA CRISIS ESPAÑOLA, EL DETONANTE PARA EMPRENDER

No en todos los casos la decisión de emprender ha sido por vocación, la situación actual y la falta de oportunidades en el mercado laboral español, muchas veces, ha acelerado o impulsado esta decisión. Es así en el 37% de los casos de los nuevos autónomos y en el 39% de las nuevas pymes.

Los nuevos autónomos y empresarios españoles de 2013 que se han decidido a poner en marcha su propio negocio eran empleados que desarrollaban su trabajo en el sector de la industria (49%) y la construcción (44%). Los sectores más castigados por la actual situación económica española. A los que se suman aquellos que han decidido reorientar su carrera profesional por falta de oportunidades en los sectores en los que habían trabajado, como son el comercio (38%) y la hostelería (40%).

El emprendedor español, que ya ha puesto en marcha su negocio y conoce las dificultades que ello conlleva, considera que en España no se fomenta la creación de empresas. De hecho, el 89% de los nuevos emprendedores no considera que se promuevan las nuevas iniciativas empresariales, porcentaje similar al de 2012, con la diferencia que en este último año se ha aprobado la nueva Ley de ayuda al Emprendedor, según se desprende del 'Observatorio de Clima Emprendedor 2013'.

Aunque la mayoría considera que España no es un país en el que se ayude a los nuevos autónomos y empresarios españoles, el 30% de autónomos y pymes sí que creen que la situación de crisis que vive España presenta una oportunidad para crear una empresa. Con los datos de este estudio, podemos afirmar que fue la falta de oportunidades en el mercado laboral la causa principal que llevó a autónomos y empresarios a darse de alta como tales en los últimos 24 meses.

Con todo, más de la mitad de los emprendedores, en concreto el 55% de autónomos y 57% de pymes, están de acuerdo con el autoempleo como una salida a los jóvenes menores de 30 años que buscan trabajo

Asimismo, del 'Observatorio de Clima Emprendedor 2013' se destaca que para los emprendedores españoles la familia es el principal punto de apoyo a la hora de emprender un negocio: 42% para autónomos y 45% para pymes. Una vez más, se

evidencia que el emprendedor apenas tiene financiación de la Administración Pública, ya que se ha tenido que autofinanciar o han sido sus familiares los que les han dado la ayuda necesaria para comenzar con su negocio. Sólo el 7% de los emprendedores ha hecho uso del plan ICO.

Igualmente, el estudio revela que los inversores privados, los llamados business angels, tienen cada vez más presencia entre los emprendedores. Es así que el 12% de las pymes conformadas por 6 a 9 empleados ha obtenido financiación de un inversor privado.

LA CARGA FISCAL

Por segundo año consecutivo, la falta de financiación es una vez más el talón de Aquiles a la hora de crear una empresa en España, en el 33% de los casos. A lo que se suma las cargas fiscales, tanto para autónomos (22%) como para pymes (32%). Según los encuestados, no se consigue financiación, por lo que se han tenido que autofinanciar ellos mismos cuando han decidido poner en marcha el negocio.

Pero sin lugar a dudas, los impuestos que deben soportar los autónomos y pequeños empresarios constituyen un obstáculo quizá más para el mantenimiento de la actividad que para la puesta en marcha de una empresa, según las conclusiones del 'Observatorio de Clima Emprendedor 2013'.

Por eso, para poder superar los obstáculos para crear nuevas empresas, los emprendedores piden ayuda a los organismos públicos españoles, que son los que gestionan los impuestos recaudados, ya sea el Estado (31% autónomos y 30% empresas), Ayuntamientos (13% autónomos y 16% empresas) o Administración autonómica (17% autónomos y 14% empresas).

Es decir, el 61% de autónomos y el 60% de empresas nombran en primer lugar a los organismos públicos españoles como "las entidades que deben apoyar, invertir recursos en nuevos emprendedores". Por su parte, los bancos y las cajas de ahorros también se mencionan, por el 19% de autónomos y empresas.

Las ventajas que ofrece la nueva Ley de Emprendedores son conocidas tan sólo por 4 de cada 10 emprendedores, y de éstos, 6 de cada 10 no consideran que vayan a facilitar la labor de emprendimiento. Por su parte, el 80% de autónomos y empresarios que conocen las ventajas de la Ley no creen que les vaya a ayudar en su negocio.

La Ley de apoyo al Emprendedor prevé su revisión, en función de los resultados. Por eso, autónomos y pymes consideran las siguientes 3 medidas las más importantes para ser introducidas en esa revisión y actualización de la Ley para 2014, tales como: aplazar el pago del IVA de facturas pendientes de cobro (65%), ampliar los incentivos fiscales a las empresas de reducida dimensión (76%) e incentivar con beneficios fiscales a los inversores privados (28%).

SOBRESALIENTE

CLOUD

Según un informe de IDC, el grado de conocimiento de cloud en España se sitúa en un nivel elevado, ya que el 88% de los CIOs de las empresas y organizaciones han escuchado hablar de cloud y su oferta. La mayor difusión de cloud se ha traducido en un mayor uso; de hecho, el 41% de las organizaciones españolas están utilizando algún tipo de servicio cloud.

CMC

El Grupo CMC, consultora española del entorno de las tecnologías de la información, tuvo una facturación próxima a 22 millones de euros en su ejercicio de 2013, lo que significa un crecimiento del 20% con respecto a la cifra de negocio obtenida en el ejercicio de 2012, que fue de 18 millones de euros. La firma también ha mantenido su ritmo de creación de puestos de trabajo y ha incrementado su plantilla de profesionales en un 15% durante 2013 hasta alcanzar los 470 profesionales.

MUY DEFICIENTE

BANCA

La Banca no obtiene beneficios, al menos en lo que a reputación on line se refiere. Así lo demuestra el estudio que acaba de lanzar SocialVane y que mide los índices de reputación virtuales de las entidades bancarias que cotizan en Bolsa.

SEGURIDAD MÓVIL

Alcatel-Lucent ha hecho públicos nuevos datos que muestran que las amenazas a los dispositivos móviles continúan en rápido ascenso, y que han infectado a más de 11,6 millones de dispositivos, poniendo a sus propietarios bajo un riesgo cada vez mayor de que se les robe información personal y financiera, de que se lleven un susto con su factura por haber sido pirateados sus datos, y de que sean extorsionados para poder recuperar el control de su dispositivo.

Nuevos sistemas de lmacenamiento unificado de NetApp

Los clientes que cambian a un entorno cloud tienen problemas para gestionar sus datos libremente entre clouds públicos y privados. NetApp soluciona este problema con sus innovaciones de escalado horizontal unificado que permiten a las empresas gestionar y controlar sus datos de un modo más flexible y eficiente a través de una única plataforma de almacenamiento y gestión de datos. Así se desveló en rueda de prensa presidida por la directora general de la compañía, María José Miranda, quien aprovechó para comentar la buena marcha económica de la compañía.

De acuerdo con la información facilitada al efecto, la nueva serie FAS8000 de almacenamiento con escalabilidad horizontal incluye los sistemas más potentes y con más funcionalidades de NetApp, con una excelente flexibilidad de I/O que simplifica y elimina las actualizaciones complejas cuando se requieren cambios en la tecnología. Con el nuevo software de virtualización FlexArray, y-Series de NetApp se convierte en una opción de software de la cual se puede obtener la licencia en FAS8000. FlexArray permite a FAS8000 virtualizar y gestionar plataformas de almacenamiento de otros proveedores, allanando el camino hacia un almacenamiento definido por software.

La última versión de Clustered Data ONTAP® permite a las organizaciones escalar horizontalmente sus operaciones y gestionar los datos de forma coherente y sin interrupciones en los entornos de cloud público y privado.

La nueva serie FAS8000 de NetApp es el primer sistema de almacenamiento que unifica SAN, NAS y virtualización del almacenamiento en una única cabina híbrida.

El software de virtualización FlexArray permite a los clientes utilizar el almacenamiento existente como capacidad FAS para obtener una mayor rentabilidad de los activos y proporcionar el valor de Data ONTAP a más operaciones tecnológicas. FlexArray admite SAN y NAS, sin complementos complejos, y permite que los clientes unifiquen su arquitectura tecnológica bajo un marco de gestión de datos común que es fácil de gestionar y que ofrece una integración con las aplicaciones y protección de datos líderes. Ésta es la base del almacenamiento definido por software, que permite a las organizaciones aprovisionar y consumir servicios de almacenamiento en función de políticas y poner en marcha recursos en una amplia gama de hardware. El software FlexArray puede adquirirse y activarse en cualquier momento con FAS8000.

Clustered Data ONTAP proporciona una plataforma de datos universal para el cloud híbrido

Con Clustered Data ONTAP, las organizaciones pueden eliminar los tiempos de inactividad previstos y prestar servicios a su infraestructura sin interrumpir el acceso de los usuarios a los datos y aplicaciones. Las organizaciones cuentan con la capacidad de añadir o sustituir bandejas de almacenamiento sin interrumpir las operaciones del negocio y acceder a una mejor seguridad de los datos y la gestión de los entornos CIFS.

Por Fernando Jofre

Echando el cerrojo

El pasado mes de Diciembre no pude acudir a una convocatoria de prensa de Eleven Paths (reciente adquisición de Telefónica) en la que presentaron un nuevo servicio de seguridad denominado Latch (cerrojo), destinado a proteger nuestra identidad digital. Hace pocos días, asistiendo a un evento técnico de Microsoft para profesionales de TI, hubo de propina una sesión protagonizada por el siempre estimulante y ameno Chema Alonso, consejero delegado de Eleven Paths.

¿Somos conscientes de la cantidad de servicios online que usamos? ¿Cuántas contraseñas digitales tenemos? ¿Cómo las gestionamos? ¿Elegimos una contraseña para cada servicio, o las reutilizamos?

Las noticias de robo de credenciales digitales es más que frecuente, y muchas veces no le damos la importancia que esto tiene… hace pocos días en Alemania saltó la noticia del robo de 16 millones de contraseñas de email, también fue noticia el robo de las 2,9 millones de cuentas de Adobe. No todas las empresas custodian nuestras credenciales con la seguridad que nos gustaría, no lo podemos controlar y ponen en peligro -cayendo como fichas del dominó- otros tantos servicios para los que usamos la misma combinación.

¿No nos gustaría en un momento dado, impedir que accedan aunque alguien nos "reviente" la contraseña? Es decir, que aunque alguien se sepa mi usuario y contraseña,… "echar el candado" al servicio, para que ni así se pueda entrar. En mi correo, en mi perfil social, en la tienda de ecommerce, o en mi club deportivo…

Pues en eso consiste Latch… es un servicio de pago para el proveedor del servicio (un pago ridículo) de tal forma que yo podría aprovechar gratuitamente por mi parte para indicarle si debe permitir o no que funcione mi combinación de usuario/contraseña.

Para ello, yo como usuario dispongo de una app gratuita en mi móvil (iOS, Android o Windows Phone), en la que iría incorporando servicios (conforme los vayan adoptando mis proveedores) y desde allí indicaría qué servicios tengo "abiertos" o "cerrados" con sólo deslizar el dedo y en tiempo real.

Latch además avisaría si alguien intenta entrar en cualquier servicio asociado, y me serviría para elegir otra credencial, porque estaría claro que esa ya me la han "reventado".

VUELA AL FUTURO
NUEVO SERVIDOR DE 1&1

intel inside XEON

NUEVA GENERACIÓN DE SERVIDORES DE 1&1:

INTEL® XEON®

1&1 SERVIDOR DEDICADO X4i

Desde **49,99** €/mes*

intel inside ATOM

TAMBIÉN: INTEL® ATOM™

1&1 Servidor Dedicado A8i

Ahora desde **39,99** €/mes*

NUEVO: 1&1 SERVIDOR DEDICADO X4i CON UN 30% MÁS DE RENDIMIENTO Y NUEVA ARQUITECTURA HASWELL

- Elige entre Windows, Linux o 1&1 Servidor Gestionado
- Red de 100 Mbit/s
- 16 GB ECC RAM
- Software RAID 1
- Parallels® Plesk Panel 11
- Soporte de 64 bits

Adicional: 2 x Intel® S3500 240 GB SSD por solo 20€/mes

MIEMBRO DE united internet

902 585 111

1 PRUEBA DE 30 DÍAS

1 CLIC CAMBIO DE TARIFA

1 LLAMADA SOPORTE EXPERTO

1&1

1and1.es

* 1&1 Servidor Dedicado X4i 24 meses por solo 49,99 €/mes. 1&1 Servidor Dedicado A8i 24 meses por solo 39,99 €/mes. Otras tarifas disponibles en 1and1.es. Con coste por alta de servicio. Los precios mostrados no incluyen IVA. Consulta nuestras Condiciones Particulares en 1and1.es. Si deseas conocer el coste de las llamadas a números de tarificación especial 902, por favor, consulta con tu operador. Intel, el logotipo Intel, Intel Xeon, Intel Xeon Inside, Intel Atom e Intel Atom Inside son marcas comerciales de Intel Corporation en los EEUU y en otros países.

D-Link mejora su plataforma mydlink

D-Link ha actualizado su popular app mydlink Lite, que ahora permite una configuración más sencilla

D-Link espera crecer este año 2014 un 17 %, después de haber cerrado el pasado ejercicio con un incremento del 16,8 %. Así lo reveló Antonio Navarro, director de marketing y ventas de D-Link Iberia, quien, junto con Luigi Salmoiraghi, director de Marketing y Ventas de D-Link para el Sur de Europa, Reino Unido e Irlanda, en el curso de una reunión con la prensa especializada, en la que desvelaron datos y estrategia de la compañía para el presente año.

En este sentido, se detacó que D-Link ha actualizado su popular app mydlink Lite, que ahora permite una configuración más sencilla y la monitorización en local de forma continua. La compañía también ha añadido un mayor control y más opciones de visualización a su portal web mydlink.

El servicio proporciona una forma sencilla de acceder y gestionar todos los productos mydlink™, en cualquier momento y desde cualquier lugar a través del portal web o de las aplicaciones dedicadas para dispositivos iOS, Android y Windows Phone. Esto incluye acceso a las Cámaras IP de Videovigilancia, contenido guardado en dispositivos de almacenamiento NAS, así como listado de dispositivos conectados, historial de visitas y otras funcionalidades de los routers.

La última versión de la app gratuita mydlink lite incorpora varias novedades, como:

- La opción de conectarse en modo local si estamos en la misma WiFi que el dispositivo, situación habitual en nuestro hogar o empresa. Este modo local evita la necesidad que había hasta ahora de acceder mediante los servidores de la plataforma mydlink.
- Configuración directa desde la app, ofrece una forma rápida y sencilla de instalar nuevas cámaras, sin necesidad de ordenador.
- Notificaciones de eventos "push" si tenemos activada la alerta de movimiento o sonido en las cámaras compatibles.
- Acceso a las grabaciones de fotos o vídeos contenidos en la MicroSD de las cámaras.

Con un diseño nuevo y más intuitivo, el portal web mydlink incluye ahora soporte para Internet Explorer 11. Esto lo hace completamente compatible con dispositivos con Windows 8 y con ordenadores con la última versión del explorador instalada. Con un mayor control sobre la detección de movimiento, notificaciones, grabación y monitorización, el portal web es ahora más sencillo e intuitivo que nunca. La sección de ayuda online permite solucionar cualquier duda en el momento. Además de soportar todos los productos mydlink™, el portal web también ofrece ahora soporte para el nuevo Vigilabebés D-Link EyeOn Baby Camera (DCS-825L), incluyendo visión en directo, audio en dos direcciones, acceso a la tarjeta SD.

Por Manuel Navarro

Zuckerberg se rebota

Una pasta es lo que acaba de soltar uno de los creadores de Facebook, Mark Zuckerberg, en comprar Whatsapp. El montante total puede alcanza los casi 19.000 millones de dólares. Cuando un patio de porteras como Facebook desembolsa semejante cantidad de ceros por, recordémoslo, una simple aplicación, quiere decir dos cosas: O nos encontramos ante un temerario o ante un tipo que está acojonado. Me inclino por esta segunda opción. Zuckerberg es un personaje que no es un gurú, ni un visionario, por mucho que algunos pretendan hacernos creer lo contrario. Más bien parece un niño caprichoso que, sí, ha tenido mucho éxito con una idea que no fue exclusivamente suya, y que en los últimos años parece estar en declive. Porque Facebook sólo es un juguete. Y de los juguetes, al final, te acabas cansando. No es más que un entretenimiento que ha perdido su principal valor: la novedad. El mundo tecnológico siempre ha sido cambiante, pero en los últimos años, esos cambios se producen de una forma cada vez más rápida. Ahora todo pasa por el mundo móvil y lo que queremos es información breve, concisa y al instante. Y en eso Facebook no es ágil, porque la gente ha pasado de compartir sus cosas allí a hacerlo en los grupos de Whatsapp. Por eso, y como han puesto de manifiesto numerosos estudios, empieza a no interesar. Sobre todo a las nuevas generaciones de jóvenes. al final, poco a poco, vas abandonando a Zuckerberg. Es aquí donde al pseudo gurú le entra el pánico. Y como no quiere que esa tremenda base de datos que maneja a su antojo se le reduzca, hace como algunos de los usuarios de twitter: comprar seguidores. Y comprarlos al precio que sea: Primero fue Instagram y ahora lo hace con Whatsapp, una empresa con más de 400 millones de usuarios en todo el mundo que pasamos a engrosar las bases de datos del niño de White Plains. Conviene recordar algunas claves del éxito de Whatsapp: Sus creadores se han cansado de repetir que no venden publicidad (y por eso cobran ese simbólico euro por poder utilizar la app) y que no quieren convertirse en una red social. ¿Qué sucederá a partir de ahora? Pues, en mi caso, que no estoy ni voy a estar en Facebook, voy a empezar a probar otros servicios de mensajería como Telegram.

Power to
NACHO

Vodafone Wallet. No llevas nada, pero lo llevas todo

Nada será igual porque ahora todo lo que llevas en tu cartera lo llevas en tu Smartphone: tu dinero, tarjetas, abono de transporte y hasta las llaves de tu casa.

vodafone.es/wallet

Vodafone
Power to you

Aplicación Vodafone Wallet gratuita disponible en Vodafone Updates. Se requiere terminal compatible, SIM NFC y tarifa móvil de Vodafone. +Info en Vodafone.es/wallet

Red Hat JBoss Fuse Service Works 6

Red Hat ha anunciado la nueva generación de su plataforma de diseño, desarrollo e integración de servicios, JBoss Fuse Service Works 6, para ayudar a las empresas a desbloquear la información dispersa en diferentes aplicaciones, integrar los diferentes procesos de negocio y migrar a arquitecturas de nube híbrida abierta.

Los entornos de TI empresariales actuales están muy distribuidos, sin embargo, las aplicaciones, flujos de trabajo y procesos de negocio -muchos de los cuales son de misión crítica para el funcionamiento de la empresa- son altamente dependientes unos de otros. JBoss Service Fuse Works proporciona la integración, orquestación, gobernanza y monitorización necesarias para responder a las necesidades de rapidez y calidad de la empresa. JBoss Service Fuse Works prepara el escenario para facilitar y acelerar el desarrollo e integración de proyectos de cloud, móvil y procesos de negocio, permitiendo a las TI simplificar la habilitación de servicios de aplicaciones y datos existentes y nuevos.

JBoss Service Fuse Works 6 representa la siguiente versión de Red Hat JBoss SOA Platform e incluye capacidades de bus de servicios empresariales (ESB – Enterprise Service Bus) basados en Apache Camel, una implementación de muchos de los patrones de integración empresarial (EIP – Enterprise Integration Patterns) más comúnmente utilizados. Esta versión permite mayor precisión, agilidad y calidad para las aplicaciones y servicios empresariales. Además, JBoss Service Fuse Works 6 proporciona las bases para ejecutar integración en la nube, preparando el escenario para la integración de Platform- as-a -Service (iPaaS).

JBoss Service Fuse Works incluye:

• Enterprise Service Bus (ESB) que consiste en un modelo de desarrollo de integración empresarial basado en patrones a través de Apache Camel, un broker de mensajería de alto rendimiento a través de Apache ActiveMQ y un framework de servicios web a través de Apache CXF.

• Distribución de servicios – Soporte del ciclo de vida completo para el desarrollo, despliegue y gestión de aplicaciones orientadas a servicios, proporcionado por SwitchYard.

Por Óscar González

Open Office y...

Recuerdo hace unos años en los cuales cualquier nueva versión de OpenOffice o LibreOffice era una auténtica noticia. Estos proyectos apuntaban directamente a la línea de flotación de la suite de Microsoft, y eran la "gran esperanza blanca" que iba a dar un golpe contra la supremacía de Redmond. En mi opinión, ni a día de hoy han conseguido los estándares de calidad y usabilidad de su más directa competencia, pero lo cierto es que están ahí y que son abiertos y que son gratuitos.

A día de hoy, actuando como proyectos separados, ambas plataformas van mejorando a su ritmo, incorporando gradualmente mejoras y correcciones de errores. Pero podría decirse que en estos momentos ya "a nadie le importa".

Y es cierto que mantienen su cuota y que tienen una importancia crucial en el desarrollo del software libre, en la economía de centenares de administraciones y organismos públicos, y en el desarrollo del "escritorio de Linux", pero lo cierto es que ya no son noticia.

Ahora es noticia el nuevo modelo de smartphone que saca al mercado Samsung o los últimos movimientos bursátiles de las redes sociales.

¿Será quizá que trabajar, lo que se dice trabajar, es algo pasado de moda?, ¿O que nos hemos dado cuenta de que la suite ofimática no es aquello tan increíblemente necesario y que podemos editar documentos desde muchas otras opciones?

Incluso se me ocurre que a Microsoft ya no le importe tanto esta lucha y tenga nuevos y más importantes frentes en los que batallar.

En cualquier caso, la "noticia" es la liberación de la primera versión de la rama 4.2 de la suite LibreOffice, que llega de forma prematura y con muchas novedades. Que sea por muchos años.

Toshiba recomienda Windows 8 Pro.

HAY COMPROMISOS QUE NO NECESITAN NI APRETONES DE MANO, NI FIRMAS, NI ANILLOS.

COMPROMISO TOSHIBA

Si tu portátil (Tecra o Portégé) te falla, te lo arreglamos y además te devolvemos el dinero.

Para modelos comprados y registrados entre el
15 de noviembre de 2013 y 31 de marzo de 2014

Toshiba lleva años entendiendo a la perfección las necesidades de las empresas, por eso la nueva serie Z reúne las cualidades más apreciadas en un portátil, ligereza y potencia. De esta forma, sólo Toshiba puede ofrecer la garantía de fiabilidad en los modelos Portégé Z y Tecra A, W y Z. Porque si tu portátil te falla, te lo arreglamos y además te devolvemos el dinero.

Para más información: www.toshiba.es/fiabilidad

Diseñado para los negocios Windows 8 Pro

TOSHIBA
Leading Innovation >>>

enerTIC presenta las tendencias del futuro

Más de medio centenar de directivos participaron en el Encuentro Estratégico: Tendencias y Oportunidades en las TICs aplicadas a la Eficiencia Energética organizado por enerTIC el pasado martes 11 de Febrero en el Hotel EuroStars Madrid Tower 5* GL, en Madrid.

El Encuentro Estratégico, moderado el Gerente de enerTIC, fue iniciado por Iván Rejón, Director de Estrategia y Marketing para Iberia, de Ericsson, y por Nieves Feijoó, Directora de Estrategia de EMEA y Latam, de BT Global Services, quienes aportaron su experiencia y visión como grandes empresas de soluciones TIC para la mejora de la Eficiencia Energética, destacando la necesidad de impulsar medidas que afecten a toda la cadena de valor (clientes y proveedores) y no sólo en la actividad propia.

Amaya Quincoces, responsable de Nuevas Tecnologías de la Agencia EFE, resaltó la brecha de conocimiento existente entre las empresas líderes y la población y las pymes, destacando la dificultad didáctica que entrañan los nuevos términos que cada vez aparecen con más frecuencia.

José Javier Medina Muñoz, Decano-Presidente del COITT y presidente de la AEGITT. Señaló que la tecnología es un medio y no un fin en sí misma, y el proceso de reconversión y oportunidad que tienen los profesionales si se centran en la aplicación de la tecnología y su papel transformador e integrador de soluciones.

Por último, Antonio Villaba, Director de Infraestructura y Servicios del departamento TIC de Heineken España resaltó la dificultad que tienen los departamentos TICs de las empresas para no ser considerados comodities, y pasar a jugar un papel estratégico en la competitividad y sostenibilidad de las empresas.

Durante el debate posterior salieron otros asuntos como la dificultad de transmitir y garantizar un ROI en las inversiones TICs, o la necesidad de compartir información y resultados con los consumidores.

Posteriormente, la Plataforma, desveló a los asistentes su Plan Estratégico enerTIC para los años 2014-16, de cara a impulsar la penetración de las soluciones TICs (Smart DataCenter, Smart Grid,SmartCity, SmartCloud, Smart Electric Vehicle, SmartMobility, Smart Collaboration) junto a nuevos conceptos como el BigData o Internet of Things.

José Antonio González, Director de Desarrollos Estratégicos de la Plataforma, marcó la innovación como uno de los ejes principales de la Plataforma, y describió las acciones que se estaban ejecutando para la organización de consorcios empresariales de cara a la reciente convocatoria del programa Horizonte 2020 de la Comisión europea. Otro de los retos que se acometen es la de conseguir un mayor acercamiento e interacción con empresas consumidoras, que aporten un punto de vista alternativo al de la industria.

La promoción de directivos y de las buenas prácticas de las empresas, sigue siendo otro de los objetivos que se persiguen con la continuación de los premios enerTIC Awards, y de la Guía de Referencia. Los foros tecnológicos "Tendencias", los desayunos de trabajo, o el Smart Energy Congress fueron algunas de las propuestas que más interés despertaron entre los asistentes.

Synology

ALMACENANDO POSIBILIDAD

CUMPLIMIENTO DE LA VIRTUALIZACIÓN

Compatible iSCSI

CONTINUIDAD DEL NEGOCIO

Synology High Availability

SE AJUSTA AL ENTORNOEMPRESARIAL

Soporto Windows AD y LDAP

RS814+/RS814RP+

Un NAS escalable, flexible y fiable con todas las funciones

RackStation RS814+/RS814RP+ ofrece una solución de almacenamiento conectado en red de alto rendimiento, escalable y llena de funciones, que satisface las necesidades de las PYME que requieran un modo eficiente de centralizar la protección de datos, simplificar la administración de datos y escalar rápidamente la capacidad de almacenamiento dedicando un tiempo mínimo a tareas de configuración y administración.

Escalable hasta 32 TB con Synology RX 410

Compatibilidad con protocolos de red garantiza el perfecto intercambio de archivos entre las plataformas Windows, Mac® y Linux

Synology may make changes to specification and product descriptions at anytime without notice. Copyright © 2014 Synology Inc. All right reserved. ® Synology and other names of Synology products are proprietary marks or registered trademarks of Synology Inc. Other products and company names mentioned herein are trademarks of their respective holders.

Acaba la competencia entre tabletas y portátiles

Toshiba prevé que el mercado de informática móvil (portátiles más tabletas) crecerá un 10% durante el año 2014 y sobrepasará los cinco millones de unidades en nuestro país

La filial española de Toshiba prevé crecer este año un diez por ciento, tal y como reveló su director general, Joao Amaral, en el curso de una reunión con periodistas en la que, acompañado de su director de marketing, Jorge Borges, ofrecieron datos del Observatorio de la compañía.

En este sentido, Toshiba prevé que el mercado de informática móvil (portátiles más tabletas) crecerá un 10% durante el año 2014 y sobrepasará los cinco millones de unidades en nuestro país. Según el análisis del Observatorio Toshiba, el mercado de portátiles, que en 2013 decreció un 14%, detendrá su caída y las tabletas crecerán en torno a un 20%.

Dentro de estas coordenadas, Toshiba prevé crecer en ventas un 10% impulsada fundamentalmente por sus ventas en el segmento profesional tanto de ordenadores como de tabletas. Tal y como se destacó, el cambio de tendencia de los indicadores macroeconómicos, así como la renovación del parque instalado de las empresas, fundamentarán este crecimiento.

Además, la compañía confía en la total adecuación de la gama que lanzó el pasado noviembre a la demanda y evolución del mercado en el segmento empresarial durante 2014, que se centrará en portátiles ultradelgados y ultrafinos con prestaciones de tabletas, tabletas con mayor potencia informática y nuevos sistemas operativos y convertibles 2 en 1.

Para estos directivos, las tabletas seguirán impulsando el mercado, pero su crecimiento se ralentizará respecto a este último año, aumentando por el contrario su peso en el volumen de negocio total. En 2013 se vendieron 2,7 millones de tabletas, un 70% más que el año anterior, pero el 50% fueron equipos de marca blanca y bajo coste, con sistema operativo Android (80% del total). Así, aunque las tabletas supusieron el 57% de las ventas de equipos informáticos móviles, sólo representaron el 32% del volumen de negocio total del mercado: 575 millones euros, frente a los 1.200 millones de euros de los portátiles.

Por el contrario, en 2014 el mercado de tabletas aumentará su rentabilidad y su madurez y estará caracterizado por la adopción del sistema Windows 8, por equipos de mayor potencia informática y más orientados para productividad.

La irrupción de Windows 8 y el fin del soporte de Microsoft a XP influirá del mismo modo en las ventas de portátiles en el segmento profesional y doméstico. También asistiremos a la consolidación de los equipos ultraligeros y ultrafinos. En 2013 alcanzaron el 18% de las ventas, este año supondrán el 30% y el que viene ya serán el 45% de todos los portátiles vendidos.

Además, para Toshiba, teniendo en cuenta las previsiones que maneja, no va a existir una guerra entre tabletas y portátiles. Ambos coexistirán en el mercado, ya que ningún dispositivo será capaz de cumplir con las necesidades de todos los tipos de usuarios.

En este contexto, la compañía apuesta por una "contaminación" progresiva de tabletas y portátiles, que adoptarán caracterísiticas de unos y de otros, siendo en definitiva el usuario quien elija el dispositivo según su uso. Este año el 20% de los portátiles vendidos tendrán pantalla táctil, una cifra que llegará al 40% el año que viene. Además, en el último trimestre de 2014, los convertibles e híbridos significarán ya el 30% de las ventas en este mercado y más del 40% en 2015.

Telepizza confía en Epson para imprimir en sus locales

El líder del servicio de comida a domicilio, Telepizza, ha confiado en Epson para equipar sus locales propios y oficinas con la máxima calidad de impresión que ofrece la gama Epson WorkForce Pro.

además de la calidad de sus productos y servicio, una de las máximas en los locales de Telepizza es la agilidad en la atención al cliente. Un minuto es oro en este tipo de negocio y, en este sentido, toda la tecnología que se incorpore debe proponer velocidad y calidad, así como resultar fiable para evitar cualquier incidencia. Tras examinar el mercado, la cadena de pizzerías-restaurantes Telepizza se decidió por incorporar modelos Epson WorkForce Pro WP-4015DN que completaran sus ya instaladas impresoras de tickets Epson con la máxima calidad y fiabilidad para la impresión de documentos.

UNA RENOVACIÓN TOTAL

La decisión de incorporar Epson WorkForce a las oficinas y locales propios de Telepizza en España implicaba una renovación total del parque de impresión existente hasta el momento. Así, han sido 260 impresoras instaladas en todas sus tiendas propias y oficinas centrales, con el objetivo de optimizar los costes asociados al servicio de impresión.

Al valorar las opciones de mercado, Telepizza se decide por Epson WorkForce puesto que esta gama les propone un ahorro de costes fundamental, al utilizar menos consumibles y ofrecer un menor consumo energético. De hecho, con Epson WorkForce Pro WP-4015 DN, Telepizza reducirá hasta en un 50% sus costes en impresión y hasta en un 80% su consumo energético.

Facilitando aún más la labor, Epson acordó con esta cadena de restaurantes y pizza a domicilio un sistema de compra de consumibles para todos los establecimientos y oficinas que al compañía posee tanto en España como en el área internacional, capaz de facilitar la gestión del servicio de impresión para la firma.

CONFIANZA Y AHORRO: LA COMBINACIÓN IDEAL

Desde hacía tiempo, Telepizza venía utilizando equipamiento Epson para la impresión de tickets en sus tiendas propias y franquicias, tanto en territorio nacional como en el resto de países donde está presente la marca. Con esto, la firma líder en servicio de comida a domicilio se asocia con la marca líder en impresoras de tickets a nivel mundial. Tras analizar las ventajas de la impresión de inyección de tinta para documentos y facturas, Telepizza ha completado su parque de impresión incorporando impresoras WorkForce Pro. Esto permite obtener los mismos resultados que con impresoras láser en cuanto a calidad se refiere, pero aumentando el ahorro en coste por página.

La implementación de las impresoras WorkForce Pro WP-4015DN ha aportado a los centros Telepizza un servicio de impresión más robusto y fiable, además del ahorro en consumibles y electricidad, que acaba resultando muy importante para las cuentas de la compañía. Por tanto, aunando los conceptos de ahorro y fiabilidad, Telepizza ha conseguido la combinación perfecta para un servicio de impresión óptimo.

www.telepizza.es

VELOCIDAD Y CALIDAD

Las impresoras WorkForce Pro son la opción ideal para la impresión en la oficina, proponiendo la combinación de calidad (más rápidas que las impresoras láser color de la competencia), economía (ahorra hasta un 50% en coste por página) y ecológicas (ahorra hasta un 80% en consumo energético). Para más información visita **www.epson.es**

Nokia aumenta la pantalla y las prestaciones de sus Lumia

Nokia ha anunciado que sus primeros smartphones Lumia de gran pantalla -Lumia 1520 y Lumia 1320- se podrán adquirir en España a partir de finales de febrero.

"Con los Nokia Lumia 1520 y Nokia Lumia 1320, hemos aplicado nuestro diseño único a un formato de mayores dimensiones, incorporando nuestras innovaciones más recientes junto con la actualización del software Lumia Black", comentó Javier García, Responsable de Portfolio y Estrategia de Nokia Iberia. "Esta combinación abre muchas posibilidades y permite a los usuarios aprovechar al máximo el ecosistema Windows Phone para sacar partido a la gran pantalla en cualquier tarea como navegar por Internet, editar documentos Office, ver películas, jugar con los mejores títulos Xbox, etc.".

Estos nuevos terminales disponen de una pantalla de inicio mejorada que añade una tercera columna de Live Tiles (iconos dinámicos) con las que se puede acceder a las aplicaciones favoritas y todas las experiencias –calendario, email, música, redes sociales, etc.- de un simple vistazo. Además del tamaño, y como no podía ser menos en un smartphone Nokia, este nuevo formato viene acompañado también de novedades en cuanto a imagen, para que los usuarios puedan capturar y compartir el mundo que les rodea con total precisión.

El Nokia Lumia 1520 posee la última innovación de Nokia: una cámara PureView de 20 megapíxeles con estabilización óptica de imagen para obtener fotos nítidas incluso en la oscuridad, y una tecnología de zoom similar a la del Nokia Lumia 1020. Asimismo, cuenta con una pantalla full HD de 6 pulgadas y resolución 1080p de colores brillantes, que garantiza una legibilidad excelente en el exterior.

La cámara del Nokia Lumia 1520 también graba vídeo en Full HD con un sonido absolutamente nítido y puro, debido a la incorporación de Nokia Rich Recording que, junto a los cuatro micrófonos, ofrece una función de grabación en estéreo direccional para captar el mejor audio sin ninguna distorsión.

Por su parte, el Nokia Lumia 1320 presenta características típicas de la gama alta de dispositivos Lumia, con una pantalla HD 720p de 6 pulgadas, súper sensible al tacto para uso con guantes o con uñas largas, y cámara de 5 megapíxeles, a un precio muy competitivo. Este equipo destaca también por su batería de 3.400 mAh, que permite una autonomía de hasta 21 horas en conversación (en 3G).

La cámara del Nokia Lumia 1520 también graba vídeo en Full HD con un sonido nítido y puro, debido a la incorporación de Nokia Rich Recording que, junto a los cuatro micrófonos, ofrece una función de grabación en estéreo direccional para captar el mejor audio sin ninguna distorsión.

Por su parte, el Nokia Lumia 1320 presenta características típicas de la gama alta de dispositivos Lumia, con una pantalla HD 720p de 6 pulgadas, súper sensible al tacto para uso con guantes o con uñas largas, y cámara de 5 megapíxeles, a un precio muy competitivo. Este equipo destaca también por su batería de 3.400 mAh, que permite una autonomía de hasta 21 horas en conversación (en 3G).

FUNCIONALIDADES

En cuanto al perfil multimedia, al igual que todos los terminales de la gama Lumia con Windows Phone 8, ambos dispositivos cuentan con la aplicación Nokia Camera, que integra los modos de imagen más populares (Pro, Smart y vídeo) en una única y eficaz herramienta fotográfica para la creación de fotos increíbles de una manera fácil y rápida; o Nokia Storyteller, que combina automáticamente las imágenes con los servicios de localización de HERE Maps, convirtiéndolo en una nueva manera de revivir los recuerdos de una forma divertida, dinámica e interactiva sobre el mapa.

llevan preinstalado el programa Nokia Mix Radio para poder escuchar música en streaming de manera gratuita, así como los servicios de mapas.

Control.
Confianza.
Sage.

Hoy

09:00: Comprobar el nivel de stock.

12:00: Revisar la última previsión de ventas.

15:00: Generar el informe consolidado de distribución.

Con independencia de la complejidad de tu negocio, el software de Sage te da el control y el conocimiento necesario para tomar las mejores decisiones.

Visita sage.es/confianza

Contabilidad • Nóminas • Pagos • ERP • CRM

sage

A por el servidor virtualizado

El mercado del servidor se ha transformado por completo. La virtualización ha sido una de las principales responsables en esa transformación. Para analizar la evolución del mercado BYTE TI organizó un desayuno con algunas de las principales empresas responsables del mismo. Al acto asistieron Óscar Gómez, Product Manager Enterprise, Dell España; Sergio Reiter, Senior Product Manager Servidores de Fujitsu; Daniel Olaso, Hitachi Data Systems Consultant Solutions; Antonio Sánchez, Director Técnico de Omega Peripherals; Rafael Godinez, Solution Architect Manager de Red Hat; Jorge Hormigos, Responsable de la línea de negocio de Ciberseguridad de Trend Micro y Alejandro Solana, Director Técnico de VMware.

El acto se abrió hablando de la situación por la que atraviesa este mercado. En general todos estuvieron de acuerdo en que nos encontramos ante un mercado que evoluciona favorablemente y, sobre todo en el apartado tecnológico a una velocidad imparable favorecidos sobre todo por los entornos virtualizados.. En este sentido, Jorge Hormigos, Responsable de la línea de negocio de Ciberseguridad de Trend Micro, afirmó que "los servidores virtualizados tienen un dinamismo tremendo. A día de hoy nos encontramos con que hay muchas tendencias y tecnologías que sin virtualización sería imposible que existieran. Uno de los problemas se encuentra en la seguridad porque seguimos teniendo las mismas problemáticas del entorno físico más unas variables que son nuevas". En la misma línea se situó Alejandro Solana, Director Técnico de VMware: "Hoy es factible gracias a tecnologías como la virtualización hacer cosas que antes eran impensables. Lo mejor es que el usuario es ahora el centro del mundo TI. Los servidores virtuales y el modelo cloud se centra en la eficiencia (no sólo costes sino sacar partido de toda la capacidad que tengo disponible), la agilidad y la fiabilidad. La virtualización favorece todo esto para garantizar la experiencia del usuario".

Es la virtualización la que ha favorecido este crecimiento y las empresas se ha aprovechado de ello, porque tal y como apuntó Óscar Gómez, Product Manager Enterprise, Dell España, "se trata de maximizar los recurso disponibles, la maximización de la eficiencia energética y una mayor flexibilidad operativa que permite responder antes ante determinados cambios". No obstante y como dejó claro Sergio Reiter, Senior Product Manager Servidores de Fujitsu hay que tener en cuenta que "la virtualización es un paso, no un fin en sí mismo. Es verdad que te da posibilidades y te ofrece otro camino. Lo más importante es que antes había alta disponibilidad pero la cuestión era a qué coste, así que la virtualización es algo que favorece esa disponibilidad. Lo que ocurre es que la consolidación mediante la virtualización es mucho más simple y le quitamos el peaje tecnológico que muchas empresas, por know-how no podían acometer". En este aspecto, Daniel Olaso, Hitachi Data Systems Consultant Solutions añadió que además "hay que hacer hincapié en la eficiencia. Para ver las ventajas de la virtualización hay que remontarse al principio y ésta apareció porque la tecnología estaba infrautilizada. Depende de en qué fase se encuentre el cliente tendrá unas ventajas u otras porque, al final, de lo que se trata es de convertir el CPD en software y básicamente se trata de infraestructura como servicio".

La realidad es que la virtualización ha llegado para quedarse y ofrece numerosas ventajas. Para Rafael Godinez, Solution Architect Manager de Red Hat, "la ventaja de utilizar la virtualización es que se abre un camino para acercarnos a otra forma de trabajar. Se trata de convertirse en un proveedor de servicios, no sólo de tecnología. La virtualización te proporciona la posibilidad de hacer las cosas de una forma diferente. Si no virtualizas no das el paso de ir a otras formas de trabajar". Finalmente, Antonio Sánchez, Director Técnico de Omega Peripherals aseguró que "lo más importante es el valor de la infraestructura porque proporciona valor en almacenamiento, bac-

kup, disaster recovery, etc. Cuando un cliente virtualiza, convierte su TI en algo más dinámico y que aporta valor al negocio. No hace falta irse a una consolidación de servidores, con sólo virtualizar un servidor ya le estamos dando valor".

CLIENTES

En todos los segmentos del mercado TIC existen una serie de empresas para los que un producto o una solución parecen estar más enfocados. O eso, o son las propias empresas, de según qué sectores, las que poco a poco van decidiendo cuál es el producto o servicio que mejor se adapta a sus necesidades. Para Antonio Sánchez, Director Técnico de Omega Peripherals, "las soluciones de virtualización dan respuesta a cualquier tipo de cliente. Esto se produce porque el coste de virtualizar es cada vez más bajo y cada cliente puede buscar una solución concreta que de respuesta a sus necesidades. Además todas las pegas que se tenían sobre la virtualización ya están solucionadas. Ahora mismo, cualquier cliente puede abordar un sistema de virtualización y a un coste bajo". En esta misma línea se situó Rafael Godinez de Red Hat. Para este directivo, actualmente "no hay sectores y tipo de empresas. Cualquier compañía está adoptando soluciones de virtualización. Prácticamente todo el mundo virtualiza al menos algo". "Más que por el tamaño de la empresa habría que hablar de madurez. Normalmente cuando estás en la primera fase eres un poco receloso y a medida que se va madurando se va mejorando la solución de alta disponibilidad y tolerancia a fallos y es entonces cuando las compañías empiezan a instalar aplicaciones de misión crítica en entornos virtuales. Todos nuestros clientes tienen algún entorno virtualizado", afirma Daniel Olaso, Hitachi Data Systems Consultant Solutions.

Según pusieron de manifiesto la mayoría de los presentes, la evolución del mercado de la virtualización es que al haber dejado de ser ya un fin en si mismo, los proyectos son de tan diversa índole que hay miles de proyectos de virtualización diferentes, así que toca evolucionar la plataforma de virtualización. En este sentido, Alejandro Solana de VMware, esta evolución, "facilita que los clientes tengan la capacidad de elección para saber cuál es la rentabilidad de un determinado servicio. Todo va asociado al servicio y es el usuario el que elige.

EL PAPEL DEL INTEGRADOR

Es uno de los jugadores principales a la hora de que un proyecto de virtualización tenga éxito ya que es él el que conoce a la perfección las necesidades de su cliente y lo que ofertan los desarrolladores. En este sentido, Sergio Reiter, Senior Product Manager Servidores de Fujitsu, afirmó que "el integrador ofrece toda la tecnología en toda su potencia. Es necesario un canal perfectamente formado porque tiene que haber una solución hardware perfectamente llevada. Para eso se necesita un canal que conozca tu hardware y tu software para que ofrezca una solución perfecta para el cliente. Es necesario un canal certificado que te permita alcanzar la capilaridad necesaria y con un know-how sobresaliente".

De la importancia del integrador, nada mejor que sea el propio protagonista el que hable. En este sentido, Antonio Sánchez, Director Técnico de Omega Peripherals, afirmó que "el integrador ayuda al

fabricante a dar una mayor satisfacción al cliente porque conoce al cliente, conoce la aplicación. El integrador es el que mejor puede dar un servicio porque es el que mejor conoce determinadas soluciones y es el que mejor conoce al integrador. Nosotros somos los que estamos al lado del cliente, pero somos los que estamos también al lado del fabricante. Somos fundamentales porque estamos en todas las partes y podemos dar la mejor solución al cliente".

LOS ELEMENTOS CLAVE

Hoy en día se puede virtualizar casi todo, así que son varios los elementos que "iran del carro de la virtualización" como aseguró Alejandro Solana, Director Técnico de VMware, "al final la virtualización más que un fin en si mismo es un medio y ha llegado al almacenamiento, al networking, etc. La realidad es que hemos pasado de virtualización para x86 a proyectos más complejos. De hecho lo más complicado ahora es pasar de cómo adaptarme a los nuevos entornos sin tener que tirar lo que ya tengo". Daniel Olaso, Hitachi Data Systems Consultant Solutions, asegura que "todo software es virtualización. Virtualizar al final es una capa software por encima de una de hardware y de lo que se trata es de que el usuario pueda interactuar con el hardware. Donde veo que todavía hay que mejorar es en las redes. Al final te das cuenta de que hay problemas en las redes y cuando lleguemos a superar esa barrera el CPD será extendido, es decir, geográficamente disperso". En este sentido el portavoz de Red Hat aseguró que "el tema del data center extendido y virtualizado es una tendencia muy importante. No solo con la virtualización del escritorio, ya que va un poco más allá".

Para Antonio Sánchez de Omega Peripherals, "la virtualización ha sido la apuesta de los fabricantes, de los integradores y de los usuarios. Por tanto la evolución ha salido de forma natural. Cualquier producto o solución que salga al mercado tiene ahora un componente de virtualización".

LA SEGURIDAD

Siempre que se habla de entornos virtualizados, la seguridad aparece en escena. Y es que cuando se intenta virtualizar una de las primeras dudas que surgen en las organizaciones empresariales es si será seguro. El desayuno contó con una de las principales empresa de seguridad a nivel mundial: Trend Micro. Jorge Hormigos, Responsable de la línea de negocio de Ciberseguridad de la compañía aseguró que "la virtualización tiene unos retos nuevos en seguridad, pero esto no quiere decir que sea más insegura. Bajo mi punto de vista creo que es justo todo lo contrario. Se trata de una nueva tecnología y hay que aplicar nuevas políticas. Lo que no vale es pasar la política de seguridad tradicional al mundo de la virtualización. Hay que ver cuáles son los nuevos retos para hacer frente a estos problemas. Tenemos que tener claro que si yo no soy el dueño de mi Data Center, obligatoriamente hay que tomar una serie de medidas adicionales que pasan porque o bien la persona que me da el servicio de ese entorno se comprometa a dar una seguridad o bien ponerla yo mismo, sabiendo desde el principio que yo soy el máximo responsable de la información guardada en el Data Center externo". Óscar Gómez, Product Manager Enterprise, Dell España, se mostró totalmente de acuerdo y afirmó que "la virtualización no es insegura si llevamos una política de seguridad concreta específica. No podemos pensar que por tener un proyecto de virtualización vamos a ser más inseguros pero eso no implica que no llevemos la seguridad en el proyecto".

LOS PROTAGONISTAS

Rafael Godinez.
Red Hat

Antonio Sánchez.
Omega Peripherals

Jorge Hormigos.
Trend Micro.

Alejandro Solana.
VMware

Óscar Gómez.
Dell

Sergio Reiter.
Fujitsu

Daniel Olaso.
Hitachi.

OMEGA PERIPHERALS: es una compañía especializada en seguridad de la información que cuenta con más de 20 años de experiencia en la comercialización, implantación y mantenimiento de soluciones de almacenamiento y virtualización para la Protección de la Información, de Servidores y puestos de trabajo. La estrategia de la compañía se apoya en dos pilares fundamentales: las propuestas de los mejores fabricantes de productos de almacenamiento, virtualización y sistemas, y un equipo de profesionales altamente especializados que llevan a cabo servicios profesionales en consultoría, implementación y mantenimiento de soluciones de almacenamiento y sistemas de seguridad de la información.

HDS: En la actualidad, las organizaciones de TI gastan casi un cuarto de su tiempo y sus recursos en evaluar e instalar cada vez más tipos de componentes. Para solucionar este problema, muchas organizaciones están apostando por las soluciones de infraestructura de convergencia. Hitachi Data Systems (HDS) ha afrontado estos retos creando una gama de soluciones que ofrece a los departamentos de TI ofertas listas para usar, flexibles y altamente integradas, con todo el equipamiento que una empresa pueda necesitar. De esta forma, con la familia Hitachi Unified Compute Platform (UCP) pueden implementar inmediatamente una solución compuesta por servidores, almacenamiento, conmutadores de red y productos de software.

VMWARE: El Centro de Datos definido por Software, un modelo de arquitectura en el que VMware ha sido pionera y que cuenta con el reconocimiento del sector, agiliza y simplifica considerablemente el aprovisionamiento inicial y la gestión continua de recursos de capacidad de cómputo, almacenamiento, red, seguridad y gestión, completamente virtualizados mediante una potente automatización basada en políticas. Como resultado, se obtienen niveles de agilidad empresarial sin precedentes, además de eficiencia operativa, control y más posibilidades de elección para el departamento de TI y la empresa.

DELL: ofrece soluciones para la virtualización independientemente del tamaño de empresa, el tipo de negocio o la estrategia de TI. Sea cual sea la etapa en la que se encuentre a la hora de emprender un proyecto de Virtualización, en Dell podemos ayudarle a transformar su data center en un entorno de TI dinámico. Automatice las operaciones diarias y unifique la gestión de la virtualización de su infraestructura (servidores, aplicaciones, almacenamiento, redes, puestos de trabajo) creando un centro de datos unificado que le permita responder más rápidamente a las necesidades de mercado. Con Dell no tiene que empezar de cero para obtener estos beneficios, puede utilizar sus recursos actuales e introducir innovaciones con nuestra propuesta basada en estándares.

RED HAT ENTERPRISE VIRTUALIZATION: desarrollado sobre la plataforma Red Hat Enterprise Linux, ofrece una infraestructura virtualizada critica en función de las necesidades ofreciéndo agilidad y continuidad para cargas de trabajo críticas en Linux y windows, con la escalabilidad que la empresa demanda. Todo ello, aprovechando los beneficios en rendimiento, ahorro de costes, y entorno estable y de confianza que Red Hat ofrece en todas sus soluciones. Se caracteriza por ser una plataforma Abierta: sin dependencia de un proveedor, es una solución totalmente basada en open source empresarial; Multiplataforma: gran rendimiento para guests Microsoft Windows y Linux®; Para el entorno empresarial: perfecta combinación de funciones empresariales que cuenta con un amplio ecosistema de partners. Asequible: TCO más bajo y rentabilidad más rápida que las soluciones propietarias equivalentes.

FUJITSU: La tendencia del mercado para las pymes va encaminada a la unificación. Por ello, nuestra propuesta es Vshape, una solución "todo en uno" que integra almacenamiento, servidores, switches y software de virtualización y que se implementa en 3 días. Ofrece una infraestructura virtual completa, para que los clientes pasen menos tiempo pendientes de las TI y se centren en su negocio principal. Se puede obtener bajo dos conjuntos de soluciones diferentes: la versión de almacenamiento SAN ETERNUS DC con switches de Brocade Fiber Channel y la versión de almacenamiento NetApp FAS NAS con switches Brocade IP. En ambos casos, Fujitsu ofrece una solución altamente fiable, basada en estándares de la industria bajo la mejor tecnología de su clase y mediante la combinación de estos componentes con el líder de virtualización, VMware.

TREND MICRO DEEP SECURITY: proporciona una seguridad de servidor avanzada para servidores físicos, virtuales y en la nube. Protege las aplicaciones y los datos empresariales de filtraciones e interrupciones sin tener que aplicar costosos parches de urgencia. Esta completa plataforma de gestión centralizada le ayudará a simplificar sus actividades de seguridad además de garantizar el cumplimiento de las normativas y acelerar el ROI de los proyectos de virtualización y cloud. De forma complementaria, Trend Micro SecureCloud ofrece cifrado de datos con una gestión de claves de fácil uso para entornos virtuales y de nubes privadas y públicas.

La empresa se hace móvil

La movilidad ha cambiado el mundo empresarial. Estar conectado de forma permanente ha cambiado sustancialmente la política de las compañías. Pero este cambio hace que aparezcan nuevos retos. Para hablar de ellos BYTE TI organizó un desayuno que contó con la presencia de Melchor Sanz, Technology & Solutions Presales Manager de HP; Juan José Luque, Coordinador Especialistas de Producto de Konica Minolta; Josep Mingorance, director de desarrollo de negocio de movilidad, Oracle Ibérica; David Alonso, Director del área de B2B de Samsung y Ángel Medina, Notebook Business Development Manager B2B Product Manager de Toshiba;

El debate se abrió analizando cuál era la situación del mercado. Un mercado cambiante y muy dinámico en el que las novedades se quedan obsoletas al poco tiempo de aparecer. Tal y como aseguró David Alonso, Director del área de B2B de Samsung, el de la movilidad "es un mercado muy dinámico que cambia de un mes a otro. La tendencia principal es la consumerización. Tradicionalmente era el mercado empresarial el que marcaba las pautas, ahora lo que está marcando las innovaciones vienen del mercado del consumo. Los dispositivos que se lanzan ahora son de consumo, la diferencia entre consumo y empresa ya no existe, así que los fabricantes lo que tenemos que hacer es que los dispositivos de consumo se adapten a la empresa, sobre todo en lo que se refiere al área de seguridad. Todavía queda mucho por hacer pero la movilidad es ya parte de la estrategia de TI de las empresas. Una empresa que no lo considere así está condenada a desaparecer". En la misma posición se situó Ángel Medina, Notebook Business Development Manager B2B Product Manager de Toshiba: "Estamos en una situación en que las empresas están migrando de un sistema operativo a otro y lo que tratan es de tener sistemas operativos que sean compatibles por ejemplo, con Oracle. Lo que quieren es que la migración además no cueste mucho así que lo que buscan es que los equipos nuevos sean compatibles con herramientas anteriores e incorporen medidas de seguridad. El concepto ultrabook cumple con estos requisitos. Por otro lado, el concepto táctil las empresas lo tienen entre algodones porque no les ofrece todavía garantías de productividad. Esto es algo que no ocurre en el mercado de consumo que adopta todo de forma más rápida".

Y es que parece que en la consumerización se encuentran algunas de las señas de identidad del mercado de la movilidad. Así lo ve también Josep Mingorance, director de desarrollo de negocio de movilidad, Oracle Ibérica para el que se ven "muchas tendencias pero sobre todo destaca la consumerización. Por ejemplo BYOD es una tendencia que arrastra a buena parte de la tecnología. Esto es una tendencia imparable y las empresas empiezan a verlo como una no amenaza. Porque la otra tendencia es la seguridad. Los dispositivos móviles estaban aislados de la seguridad de la empresa. Ahora esto se está uniendo y la gestión de los dispositivos es una extensión más de las prioridades de las empresas. Finalmente hay que destacar la habilitación de los sistemas de back end. Los retos están en la modernización de muchos sistemas internos de las empresas". Para Melchor Sanz, Technology & Solutions Presales Manager de HP, "hay diferentes puntos de atacar la movilidad. En realidad se adopta a costa de perder ciertas herramientas tradicionales. Por ejemplo la alternativa al BYOD es un dispositivo de la empresa al que se dan características de usuarios final. Con alternativas de coste compartido entre la empresa y el trabajador. De esta forma hay diferentes alternativas desde el punto de vista empresarial".

Pero no sólo los tradicionales fabricantes de portátiles o dispositivos móviles están viendo que el mercado se dirige hacia los entornos móviles. Un ejemplo claro de la apuesta por la movilidad parte

de otras empresas como el caso de Konica Minolta. Para Juan José Luque, Coordinador Especialistas de Producto de esta compañía, " La importancia que le damos nosotros es la de dotar al usuario de las herramientas que le hagan más sencillo su trabajo en el día a día utilizando la movilidad. Un ejemplo es que nosotros comercializamos sistemas que permiten capturar facturas, tickets de taxi, etc. para que así el empleado no tenga que hacer una nota de gastos y cuando llegue a la oficina el responsable de hacer el pago de esos gastos ya lo ha recibido previamente".

NUBE Y MOVILIDAD

Son dos conceptos que van de la mano. En la actualidad cloud computing se hace indispensable para un buen desarrollo de la estrategia móvil. Es más, si ya es importante en los entornos domésticos, mucho más lo es en los empresariales. Tal y como asegura el responsable de Konica Minolta, "hoy en día es difícil imagina un dispositivo móvil sin cloud. En la época del SMS los usuarios pedían una cámara de fotos, ahora piden aplicaciones que puedas utilizar en cualquier momento, en cualquier lugar y a cualquier hora". Por su parte el portavoz de HP señala que las ventajas de la nube son que "podemos integrar a través de cloud muchas aplicaciones lo que nos permite acometer proyectos empresariales importantes y ayudar a las organizaciones a acometer proyectos complejos de forma fácil y sencilla".

Centrados en el ámbito empresarial el portavoz de Oracle señaló que en su compañía, "estamos implicados en el desarrollo de apps móviles, que está tendiendo a la nube para desarrollar integrar y securizarlas". Este ejecutivo señaló además que otro punto importante es el de "la aparción de marketsplaces empresariales en el que las propias empresas podrán comercializar sus apps. La nube lleva consigo, eso sí el reto de la seguridad porque no es lo mismo la seguridad tradicional que la securización en la nube".

Por su parte, Ángel Medina, Notebook Business Development Manager B2B Product Manager de Toshiba afirmó que "a día de hoy se puede acceder desde cualquier dispositivo independientemente del SO en cualquier momento y llegar a la información de la empresa. Las posibilidades que tenemos son magnificas sobre todo en la parte de inventarios, CRM, logística para darle la información al cliente en el momento. Lo que hay que preguntarse es qué te puede ofrecer la nube a nivel de empresa y estamos en un momento espectacular, similar a cuando aparecieron los teléfonos móviles". Porque como aseguró David Alonso, Director del área de B2B de Samsung, "Cloud te da la posibilidad de acceder a diferentes servicios utilices el dispositivo que utilices. Así que cloud y movilidad han de ir de la mano. Cloud no tiene sentido sin la movilidad. A nivel empresarial cloud está costando más, sobre todo si la empresa es más grande porque la migración puede resultarles cara".

HTML 5

Una de las claves en el futuro desarrollo de los entornos móviles se va a encontrar en HTML5. Todos los ponentes estuvieron de

acuerdo en resaltar sus ventajas. Así David Alonso, Director del área de B2B de Samsung, afirmó que "nos va a permitir acceder a un cambio importante. HTML 5 estandariza toda la parte de desarrollo de aplicativos y los hace más ricos y permite dotarles de mayor contenido multimedia. Ya no hablamos de documentos impresos, sino de documentos que tienen interactividad, que tienen audio y vídeo etc. HTML 5 facilita la vida a las empresas a la hora de abordar las diferentes plataformas que existen". Ángel Medina, Notebook Business Development Manager B2B Product Manager de Toshiba, afirmó que dado que "estamos en un mercado en el que tenemos multitud de SO, de sistemas, de interfaces web, etc. necesitábamos algo como HTML 5 que es un sistema compatible. Es un preludio de lo que va a ir sucediendo, porque la gente no va a tener que estar pendiente del sistema. Se trata de tener algo que sea común para todos independientemente de si tienes Windows o Android. Esto es algo que no ocurría con flash. Nosotros lo que vamos a ofrecer es darle al usuario la compatibilidad para que sólo tenga que decidir que hardware necesita".

Por su parte, Josep Mingorance, director de desarrollo de negocio de movilidad, Oracle Ibérica afirmó que "nosotros lo que hemos visto es que HTML5 nos ha llevado a adaptar nuestras apps empresariales, especialmente las de contenidos web, para que cada una de ellas se adapte al dispositivo desde el que se ven. Además la previsualización: a las herramientas de gestión de contenidos las hemos dotado de capacidad de previsualización para ver como queda un contenido en un diferente dispositivo".

La única nota un tanto discordante corrió a cargo de Melchor Sanz, Technology & Solutions Presales Manager de HP que afirmó que "las organizaciones cuando quieren adaptar un mundo de movilidad se dan cuenta de que HTML5 es un estándar definido pero luego cada uno lo tiene que adaptar a sus necesidades. Además consume muchos datos móviles, y si te encuentras en Madrid, perfecto, pero si te encuentras en un pueblo sin cobertura 3G ves que tienes dificultades serias. Una persona que vende bebidas en el bar de un pueblo no puede hacer los pedidos online".

SEGURIDAD

La mejora de la productividad que aporta la movilidad es algo que está claro, pero el reto de la seguridad es quizá el más importante de todos. Tal y como aseguro el portavoz de Samsung, "la seguridad es una de las claves. No hay discusión. En tablets y smartphones hay que habilitarlos para que tengan herramientas de seguridad iguales o mejores que las que tienen los portátiles, porque las posibilidades de ataque son las mismas que las que había hace doce años en los entornos de PC. Hay que trabajar con todo eso. Trabajamos en la seguridad de los dispositivos, en las comunicaciones a nivel de cifrado y a nivel de los datos de los dispositivos. A día de hoy solo hay dos fabricantes que el tema de seguridad lo trabajan bien. Uno de ellos es Samsung que está certificado por organizaciones y agencias de seguridad de los principales gobiernos del mundo". Para el portavoz de Toshiba, "tenemos una ventaja ya que solo vendemos movilidad a nivel de portátil. Nuestro foco es el portátil que es donde nos sentimos cómodos. Al tener un elemento físico podemos dar una seguridad clara: chip, capacidad de intengrar el lector eDNI, huella dactilar e incluso web cam que reconozca que es la cara que está en ese DNIe etc. Seguiremos trabajando duro en el mercado empresarial porque creemos que el portátil, en la parte de empresa, se seguirá vendiendo".

LOS PROTAGONISTAS

David Alonso. Samsung

Josep Mingorance. Oracle

Ángel Medina.Toshiba

Juan José Luque. Konica Minolta

Melchor Sanz. HP

ORACLE MOBILE SOLUTION : Los departamentos de TI necesitan plataformas para el desarrollo, integración y securización de las aplicaciones corporativas. Para dar respuesta a este requerimiento, Oracle ha lanzado una solución que se compone de: aplicaciones móviles, que ofrece docenas de aplicaciones móviles ya construidas en todas sus líneas de negocio, incluyendo Oracle EBusiness Suite, PeopleSoft, Siebel, JD Edwards; una plataforma móvil, que permite desarrollar, conectar y asegurar las aplicaciones móviles de las organizaciones, y Oracle Mobile Suite simplifica el desarrollo de aplicaciones, de forma que las empresas puedan maximizar las inversiones en tecnología y reducir los costes de desarrollo.

Desde la perspectiva de la seguridad, Oracle securiza el acceso a las aplicaciones, sin interferir con el uso personal de los dispositivos. Así, Oracle da solución a la tendencia BYOD (bring your own device) securizando solo la información empresarial que resida o se acceda desde el dispositivo.

KONICA MINOLTA: La impresión móvil es cada vez más demandada. Se ha incrementado el número de usuarios de tablets o smartphones marcando un cambio drástico en el mercado tecnológico y en los procedimientos de las compañías. Este nuevo paradigma se caracteriza por la flexibilidad laboral, en horario y ubicación, la oficina ya no es el centro de nuestro puesto de trabajo. Konica Minolta, consciente de esta nueva realidad, pone a disposición de los usuarios toda la potencia de los dispositivos multifunción para imprimir, digitalizar y archivar documentos desde cualquier dispositivo móvil, así como las soluciones de captura de información directamente desde el Smartphone o Tablet.

TOSHIBA: es fabricante líder a nivel mundial de una amplia variedad de productos y sistemas electrónicos y eléctricos avanzados. El grupo Toshiba ofrece innovación e imaginación en una diversidad de negocios y mercados: productos digitales, incluidos TVs, portátiles, soluciones para el comercio y multifuncionales; dispositivos electrónicos (semiconductores, productos de almacenamiento y materiales); sistemas industriales y para infraestructuras de servicios básicos (sistemas de generación de energía, soluciones Smart Community, sistemas médicos, ascensores); y electrodomésticos. La compañía, que fue fundada en 1875, está presente hoy en todo el mundo a través de una red de más de 590 empresas, tiene 206.000 empleados y unas ventas anuales de casi 47.000 millones de euros. Visita la web de la compañía: www.toshiba.es

HP ELITEPAD 900 Y SUS ACCESORIOS: El primer tablet profesional de HP combina un diseño elegante con capacidades, soporte y funcionalidades profesionales, y viene acompañado de un amplio abanico de accesorios opcionales, las “HP ElitePad Smart Jackets” que añaden opciones de conectividad, mayor autonomía de batería y complementos que personalizan el tablet para usos especializados, convirtiéndolo en una solución empresarial completa.

SAMSUNG: Con el fin de adaptarse a las necesidades de las empresas que buscan mayor seguridad de datos y un alto nivel de privacidad, Samsung pone al servicio de las empresas KNOX 2.0 diseñado especialmente para aportar soluciones avanzadas y un mayor apoyo a los departamentos de IT de las empresas. De este modo, KNOX 2.0 cuenta con un sistema de zona segura en donde se generan y mantienen claves de encriptación dentro de ese entorno seguro y cuenta, además, con un sistema de protección de la integridad del sistema en tiempo real.”

HP ZBook 14

una Workstation Ultrabook exclusiva

HP

alle Vicente Aleixandre, 1
Parque Empresarial
Madrid-Las Rozas

Precio
1.692 euros

Teléfono
902 010 349

WEB
www.hp.com

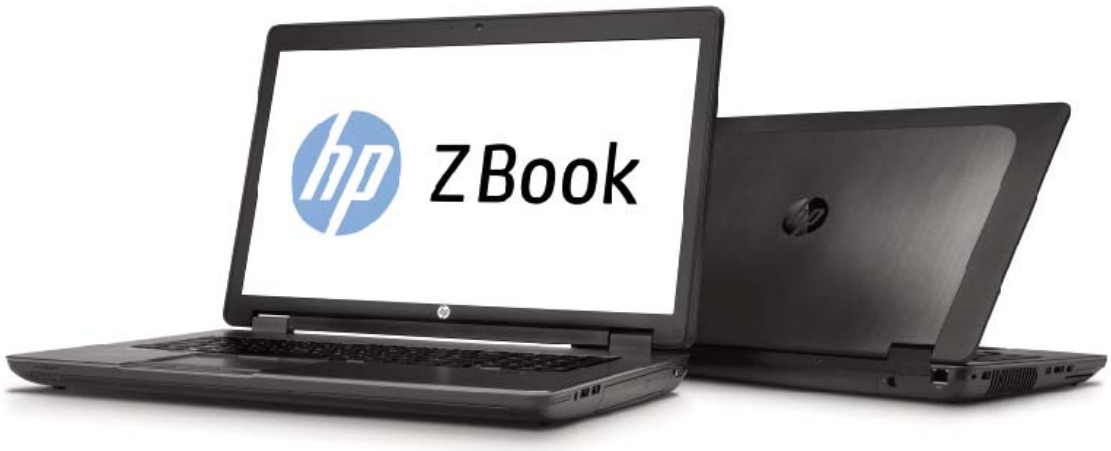
★★★★★ EXCELENTE
★★★★☆ MUY BUENO
★★★☆☆ BUENO
★★☆☆☆ ACEPTABLE
★☆☆☆☆ POBRE

TECNOLOGÍA
★★★★★

IMPLEMENTACIÓN
★★★★☆

RENDIMIENTO
★★★★★

PRODUCTO BYTE RECOMENDADO



HP lo tiene claro con este equipo: es la primera Worksation Ultrabook del mundo. La estación de trabajo móvil más ligera de HP, un invento que tiene su público y que responde al nombre de HP ZBook 14. Su peso y potencia permite poder disponer de ella tanto en la oficina como en desplazamiento de trabajo, lo cual la hace muy práctica para un montón de tareas que precisan de esa movilidad.

Hablamos de ligera porque pesa poco más de kilo y medio y potente, ya que incorpora el procesador Intel Core i7-4600U con gráficos HD Intel 4400 (2,1 GHz, 4 MB de caché, 2 núcleos), optimizada para equilibrar la eficiencia energética y el rendimiento sólido, con gráficos discretos HD Intel 4400: AMD FirePro M4100 (1 GB de GDDR5 dedicado). HP Performance Advisor configura el sistema con los controladores actualizados para ayudar a maximizar el rendimiento. Es posible conseguir potencia total de gráficos cuando se requiera y mayor duración de la batería cuando se utilizan aplicaciones gráficas más claras. Es automático y sin discontinuidades con gráficos híbridos.

Todo está al alcance de la mano con una pantalla multitoque intuitiva de 10 puntos, retroiluminada LED HD+ SVA eDP antirreflejos (1600 x 900) de 35,56 cm (14") en diagonal y memoria de 500 GB hasta 750 GB SATA (7200 rpm), con un teclado y sumidero resistentes a salpicaduras. Panel táctil con botón de encendido/apagado, desplazamiento en dos sentidos, gestos, dos botones de selección y apuntador con dos botones de dispositivo adicionales, además de panel táctil con sensor de imagen y cámara web de 720p HD.

Incorpora el software integrado HP Remote Graphics Software (RGS) que permite colaborar, por ejemplo, con compañeros de trabajo o utilizar la potencia de servidores y estaciones de la oficina. Por lo que se refiere a la batería, incluye una de polímero de litio de 3 celdas de larga duración HP (24 Vatio-hora), que le da autonomía de sobra para una jornada de trabajo.Es posible realizar el mantenimiento de su hardware y piezas de actualización rápidamente Sin necesidad de herramientas. Transfiere datos y se conecta a los dispositivos rápida y fácilmente. Esta estación de trabajo portátil está equipada con varios puertos USB 3.0, DisplayPort 1.2 y una ranura para tarjetas multimedia.

En cuanto a recursos para las comunicaciones, lo lleva todo: banda ancha móvil HP hs3110 HSPA+; banda ancha móvil HP lt4112 LTE/HSPA+ Gobi de 4 G Intel 802.11b/g/n; combinación de WiFi Intel Dual Band Wireless-AC 7260 802.11a/b/g/n (2x2) y Bluetooth 4.0; Combinación de WiFi Intel Dual Band Wireless-N 7260AN 802.11a/b/g/n (2x2) y Bluetooth 4.0;

WiFi Intel Dual Band Wireless-N 7260NB 802.11a/b/g/n (2x2).

SEGURIDAD

A nivel de seguridad, la Zbook 14 lleva como estándar el HP Client Security (solo Windows 7 y Windows 8), HP Fingerprint Sensor (opcional), HP Sure Start, lector de tarjeta inteligente integrado, seguridad previa al arranque mejorada (multiusuario / multifactor), HP Spare Key, así como inicio de sesión en un único paso, chip de seguridad integrado con certificado discreto ampliado de TPM 1.2.

A FAVOR:
Potencia y fiabilidad.

Con nuestros servicios obtendrás más de lo que imaginas

you can

Canon es tu socio de confianza:

- Externalización de procesos empresariales
- Servicios de impresión gestionados
- Servicios de implementación
- Consultoría especializada
- Gestión documental

Consulta cómo podemos ayudarte

900 111 215

canon.es/for_Work/services

Canon

Stibo STEP Trailblazer

Interesante la propuesta que hace la compañía danesa Stibo Systems con esta solución de gestión de dispositivos móviles

Stibo Systems

Carrera de los Jerónimos 15, 2da Planta, 28014 Madrid

Precio
Consultar

Teléfono
914 54 70 54

WEB
www.stibosystems.es

★★★★★ EXCELENTE
★★★★☆ MUY BUENO
★★★☆☆ BUENO
★★☆☆☆ ACEPTABLE
★☆☆☆☆ POBRE

TECNOLOGÍA
★★★★☆

IMPLEMENTACIÓN
★★★★☆

RENDIMIENTO
★★★★★

A FAVOR:
Elevada cantidad de funcionalidades

EN CONTRA:
Marca poco conocida

La compañía Stibo Systems, presentó a finales del pasado año su solución STEP Trailblazer, la última versión de su herramienta MDM.

Una de las principales novedades con respecto a versiones antiguas es que STEP Trailblazer incluye una nueva arquitectura por módulos, prestaciones integradas para combinar, enlazar e identificar datos, amplio soporte de información al cliente y un nuevo módulo de auto-clasificación.

Al igual que su predecesor STEP 6.0, STEP Trailblazer sigue proporcionando abundantes funcionalidades, un gran modelado de datos y potentes capacidades de flujo de trabajo, al tiempo que agiliza los procesos de agregación y consolidación de información operativa de múltiples fuentes y formatos.

STEP Trailblazer ofrece una flexibilidad muy elevada, con lo que permite a los usuarios obtener un valor mayor y más rápido de su iniciativa MDM usando una única plataforma.

Reconocido como uno de los proveedores independientes líderes de la gestión de datos maestros, según analistas de la industria, Stibo Systems ha actualizado además su marca corporativa, en un esfuerzo para reflejar mejor su enfoque innovador en la gestión de datos.

Las mejoras de STEP Trailblazer permiten a los usuarios:

- Innovación de acceso: una nueva arquitectura por componentes hace posible instalar nuevos componentes y acceder rápidamente a nuevas prestaciones para dar un mejor soporte a los requisitos específicos de la industria.
- Interfaz inteligente: una nueva interfaz de usuario muy intuitiva y fácil de usar permite la personalización según el rol del usuario (compras, marketing…), lo que proporciona más capacidad a los profesionales que trabajan en ella.
- Mejorar la información del cliente: la combinación de algoritmos de asociación y vinculación junto con las reglas de negocio y los registros de clientes dispares, que se han confirmado como una referencia de la misma entidad, se fusionan entre sí para formar registros muy precisos y de alta fiabilidad de los clientes.

Estos datos o registros son conocidos como Golden Records, que se pueden compartir y distribuir con el restos de sistemas, y se pueden gestionar a tiempo real.

- Combinar, enlazar e identificar: han aumentado las prestaciones para combinar y enlazar varios registros y para identificar objetos duplicados que permitan la creación de Golden Records que puedan ser sincronizados con otros sistemas de la empresa.
- Soporte a la actividad retail y eCommerce:

Los módulos de auto-clasificación mejorados proporcionan la capacidad de especificar las reglas para clasificar automáticamente los productos en múltiples jerarquías de clasificación.

El nuevo adaptador Google Shopping integrado en STEP Trailblazer facilita la generación de feeds para Google Shopping, especialmente cuando se utiliza en combinación con el nuevo módulo de auto-clasificación para mantener la jerarquía para Google Shopping.

a3ERP

Solución integral de gestión para PYMES

La visión 360° que hace tu empresa más competitiva

a3ERP te ofrece la visión global de todas las áreas de tu empresa de una forma ágil y sencilla, facilitando la toma de decisiones, **aumentando la productividad** y contribuyendo así a **hacer tu empresa más competitiva**.

a3ERP, la Solución integral de gestión que se adapta a las necesidades reales de tu empresa.

INFÓRMATE AHORA Y DESCUBRE CÓMO SER MÁS COMPETITIVO CON **a3ERP**.

Wolters Kluwer | A3 Software

902 330 083
www.a3software.com

Wolters Kluwer. When you have to be right

Ignacio Herrero

Director General de AHORA Soluciones ERP/CRM/BPM

INNOVACION DISRUPTORA EN EL MUNDO DEL SOFTWARE DE GESTION Y ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

AHORA Soluciones ERP|CRM|BPM apuesta por el FREEWARE para dirigirse al mercado con un modelo totalmente diferenciado: sin coste de licencia de usuario, mantenimiento opcional y variable, y garantía total. BYTE TI habló con Ignacio Herrero del Campo, Director General de la compañía.

¿Cuál es la situación del mercado ERP?

Diría que interesante y "divertida". Por un lado, desde el punto de vista de fabricantes, nos encontramos con multinacionales que deciden descontinuar algunas de sus líneas (aunque esto no lo comuniquen transparentemente al mercado) o cambiar de estrategias; nuevos fabricantes intentan abrirse hueco en el mercado nacional; y en ámbito local, hay muchos desarrolladores locales (generalmente de ERPs sectoriales) en grave riesgo porque no pueden hacer frente a la evolución tecnológica y funcional de sus productos. Desde el punto de vista de partners la situación es complicada y estamos asistiendo a una importante restructuración a través de un carrusel de compras, fusiones, procesos concursales, posterior afloramiento de pequeños actores, deterioro financiero por la caída del mercado y cambio en la política de márgenes, etc. Desde el punto de vista de clientes, cada vez tienen más experiencia y más conocimiento y, por tanto, abordan los procesos de selección mejor preparados; saben lo que quieren y buscan mejor; esto es bueno. Y desde el punto de vista de productos y tecnología están apareciendo nuevas tendencias, nuevas soluciones, nuevos modelos, nuevas estrategias, nuevas políticas de precio, etc., que abren un gran número de posibilidades. AHORA Soluciones y nuestra estrategia FREEWARE es el principal exponente de esta revolución ya consolidada.

¿Qué es AHORA Soluciones y en qué consiste el FREEWARE?

AHORA Soluciones en un producto estándar de amplio alcance funcional (ERP, CRM, MRP, SGA, BPM…), especializado por sectores, que se entrega sin ningún tipo de coste de licencia de uso y unas reglas que trasladan la máxima protección al cliente (garantía total, mantenimiento opcional y variable, e independencia y autonomía a los departamentos TIC para la evolución interna). Un punto clave de nuestras soluciones, es que su arquitectura y plataforma abierta permiten el desarrollo de personalizaciones sin que se vean afectadas en absoluto por el control de versiones del producto estándar ni perder la garantía del mismo. Esto reduce a cero los costes de propiedad y actualización.

¿En un entorno tan complicado como el actual, qué consejos le daría a una empresa a la hora de implantar un ERP?

Es clave el proceso de selección, y no es fácil. Debe tener en cuenta criterios desde el punto de vista funcional, tecnológico, de seguridad jurídica, de solvencia del proveedor (económica y de conocimiento), de precio, de modelo comercial, etc. Sobretodo que le exijan al proveedor de servicios un modelo de contrato que les proteja. Son lamentables las estadísticas sobre falta de satisfacción, descontento y desviaciones al respecto de las implantaciones. Tienen que desaparecer "los grises" de los contratos de oferta y proyecto, y debe dedicarse tiempo suficiente para saber qué quiere el cliente, qué necesita y con qué va a contar finalmente. En definitiva, debe ser capaz de discernir qué productos y proveedores son válidos y cuáles no; y entre los válidos elegir el más adecuado para su organización atendiendo a los criterios anteriores.

Respecto al modelo SaaS, cada vez más presente en el mercado, ¿cree que triunfará sobre el modelo tradicional? ¿Por qué?

Hoy en día, y centrados en soluciones ERP, lo que más nos encontramos son aplicaciones "SoSaaS" (Same Old Software as a Service). Indudablemente, el mundo SaaS, también irá ofreciendo cada vez más aplicaciones con alcance ERP completo, aunque las aplicaciones existentes hoy en día están más en la línea de CRM, contabilidad y facturación, dirigidos a un segmento bajo del mercado, pensando en volumen y no en valor. En mi opinión, el mundo "On Premise" o soluciones mixtas seguirán teniendo la mayor presencia durante los próximos años. Aun así, en AHORA Soluciones también hablamos de SaaS, pero con nuestra visión FreeSaaS, con un coste por usuario/mes que tiende a cero (nada que ver con el elevado pago por uso que ofrecen otros fabricantes).

¿Cuáles son las tendencias que marcarán este mercado en los próximos años?

Bajada de precios en producto (movimientos como el freeware o el foss ya apuestan sin ningún tipo de duda por software totalmente gratuito), productos cada vez más completos y especializados, mejora en las arquitecturas que permitan desarrollo a medida de personalizaciones para atender a los procesos core y específicos del cliente sin ver afectado al control de versiones, mayor exigencia del cliente y mayor protección en la relación. En definitiva, estamos asistiendo a un proceso de transformación en la fabricación y llegada al mercado de software ERP y estamos pasando, salvando las distancias, de un mundo artesanal a un mundo industrializado, con las ventajas de calidad, de competitividad y de transparencia que conlleva.

Gestión documental

Organizar datos, archivos y documentos de una empresa se convierte cada vez más en una complicada labor. La gestión documental y las soluciones y herramientas que la sustentan se convierten en un elemento esencial para la empresa. **Por Manuel Navarro Ruiz**

Los procesos de gestión documental son los que ayudan a las empresas a gestionar sus documentos de forma óptima y conseguir así un ahorro de tiempo y dinero, algo que resulta vital para el negocio de todas las compañías dada la importancia que para éstas tienen los documentos. De hecho, el 90% de la información vital para el funcionamiento adecuado de los procesos de una empresa se encuentra en sus documentos. En realidad no es más que los sistemas, herramientas y aplicaciones que facilitan y optimizan el ciclo de vida de los documentos de la empresa, incluyendo los formatos y medios para la obtención y difusión de los mismos.

A pesar de que se está convirtiendo en un elemento esencial para el funcionamiento de la empresa, lo cierto es que según algunos estudios, nos encontramos ante un mercado casi plano, con leves caídas. A pesar de la crisis una de las claves del crecimiento plano puede encontrarse en que todavía son muchas las empresas que desconocen las ventajas de gestionar correctamente un documento. Como se señala desde Informática El Corte Inglés, "en mayor o menor medida, la gestión documental está presente en casi todas las empresas. Los empresarios conocen los beneficios de la gestión documental entre los que cabe destacar un ROI muy favorable. Lo que tal vez no conozcan es todo lo que puede hacer por sus empresas, ya que la gestión documental, incluidos los servicios de externalización de procesos documentales, es mucho más que gestión de la documentación y ofrece sistemas de gestión de la información y del conocimiento que inciden directamente en el incremento de la eficiencia empresarial y en la mejora del servicio al cliente". Esta línea argumental también es la de Alejandro Sanz Martin, responsable de los equipos de impresión HP LaserJet Enterprise y Escáneres de HP España para el que "Las empresas son cada vez más conscientes de las ventajas que ofrece la gestión documental como medida para reducir costes de gestión de la información, y la reducción en los costes de almacenaje y distribución de la misma. Sin embargo, en algunos casos, la falta de recursos económicos ha hecho que algunas empresas hayan tenido que posponer o paralizar estos proyectos. Evidentemente, somos los fabricantes y los partners del canal, los principales responsables de comunicación. Tenemos que saber explicar a las empresas que una gestión eficiente de la flota de impresión puede ayudarles no solo a mejorar la gestión de su información, sino también a ahorrarse costes importan-

tes". Por su parte Jesus Cabañas, Director de Marketing de la Division de Imaging de Fujitsu, aunque sí considera que en general las empresas sí conocen en qué consiste la gestión documental, "y la ventajas que ofrece como reducción de costes, acceso a la documentación, etc. también es cierto que el término no ha estado muy bien utilizado. Se ha asimilado al concepto de ECM, lo cual no es del todo correcto".

VENTAJAS

Así que si no está del todo claro por parte de las empresas en qué consiste al 100% esto de la gestión documental se hace necesario preguntar a las empresas implicadas por las ventajas que esta gestión supone. Menos de la mitad de las compañías ha desarrollado e implementado una estrategia de gestión de procesos documentales. Eso es debido a que muchas desconocen hasta qué punto una correcta gestión documental puede repercutir en los resultados de su organización. Todas las compañías se sustentan en unos "procesos documentales críticos", que son las interacciones básicas que se producen regularmente en departamentos como el de recursos humanos, finanzas, compras y cuentas. Estos procesos impulsan a todas las organizaciones, manteniendo a los empleados actualizados, generando flujos de capital y asegurando que se cumplen los requisitos legales. Y, al igual que las organizaciones en su conjunto, estos procesos también deben adaptarse a los tiempos. La máxima efectividad en el funcionamiento de todo ello repercute muy favorablemente en la competitividad de las compañías. Marta Olbés, Document Solutions Product Manager de Canon señala que una de las ventajas es que Al integrar el hardware, software y servicios en el mismo entorno se obtienen importantes sinergias en cuanto al ahorro de papel, ahorros de costes, mejoras de la productividad y de la seguridad. Por un lado, la optimización de la impresión es un paso obligado en un entorno empresarial en el que cada vez se manejan más documentos y garantizar la integridad y seguridad de la información es esencial. Por otro lado, las soluciones de gestión documental contribuyen de forma muy importante. Por ejemplo, en aquellas empresas con procesamiento de facturas basado en papel, en promedio, se almacenan hasta 6 copias de facturas entrantes en archivadores descentralizados o departamentales por secretarias o jefes de departamento. Sin embargo, con una solución adecuada ya no se realizan estas copias innecesarias, ya que todo el proceso de aprobación se hace de forma electrónica sobre un archivo centralizado y seguro. La mejora de las herramientas y de los procesos, unida a avanzados algoritmos de validación, ofrece incrementos de velocidad de procesamiento de facturas del 50% o superiores". Por su parte Roland Ruiz, Consultor de Soluciones especialista en Gestión Documental de KYOCERA Document Solutions cree que las principales ventajas hay que encontrarlas en "la consolidación de todas las fuentes de entrada de documentos, de almacenaje de los mismos y de software que permita acceder a él permite a las organizaciones ahorrar importantes costes (tanto visibles como

SOLUCIONES DOCUMENTALES SOSTENIBLES Y EFICACES.

Los costes de producción siempre están infravalorados. Los Servicios Documentales Gestionados de KYOCERA Document Solutions (MDS) reducen este factor de coste hasta un 30%**.

Ya sea hardware, software o los flujos de trabajo, encontraremos los puntos clave de sobrecoste de su empresa y desarrollaremos una estrategia de optimización ad-hoc. Para mayor efectividad, MDS se puede combinar con nuestra TASKalfa 5551ci, ofreciendo el máximo nivel de productividad de 50 páginas/minutos a color y 55 en blanco/negro, una calidad de imagen superior, una memoria RAM de 3,5 GB de serie y amplia flexibilidad en formatos de papel admitidos.

*A.L.I. Associates Group **Photizo Group

KYOCERA Document Solutions España, S.A. - www.kyoceradocumentsolutions.es

KYOCERA Document Solutions, Inc.

KYOCERA
Document Solutions

ocultos) en la gestión de su información. Por otro lado, elimina una importante complejidad de uso a los trabajadores, que ya no deben preocuparse más por el método o la forma en que llegan los datos a la empresa y cómo ésta lo procesa, sino que simplemente pueden centrarse en sacar valor de ellos para impulsar el negocio".

Una de las ventajas de la gestión documental es que ofrece varios grados de solución al problema documental, lo que da oportunidad a las empresas de implantar sistemas de gestión documental de diverso alcance. Muchas empresas se inician en la gestión documental con el objetivo fundamental de eliminar el papel. Pero la desaparición del archivo físico, que indudablemente aporta grandes beneficios, es sólo 'la punta del iceberg', ya que los sistemas de gestión documental ofrecen infinidad de otras posibilidades en cuanto a la utilización de la información, lo que se traduce para las organizaciones en la posibilidad de trabajar de una forma más rápida, eficiente y rentable. Además Filipe Ribeiro, Services & Solutions Product Manager Konica Minolta Spain, asegura que "las ventajas más claras están en integrar todos estos componentes es la búsqueda de la mejora de los procesos documentales, que conlleva en sí mismo un ahorro de costes y un aumento de la productividad y rentabilidad de la empresa. Es empezar a ver que estos componentes hacen parte de una Solución eficiente". Finalmente desde DocPath se señala que "La mayoría de las empresas conocen las ventajas inherentes a la gestión documental, que permite reducir los costes de cara a la eliminación del papel impreso, mejorar los tiempos de mantenimiento y optimizar los modelos de los documentos o formularios, y automatizar la distribución de los mismos. En resumen, radica en tener la posibilidad de eliminar los documentos en papel usando un formato digital, con el que se reduce de manera importante los costes asociados a tener documentos en papel".

¿QUÉ SE DEMANDA?

Cualquier empresa lo que desea ahora mismo es "vender más". Y para ello, es necesario mejorar sus procesos de negocio y entre ellos la gestión documental, no hay que olvidar, además, que en esta área se incluye la comunicación con el cliente. A través de una óptima gestión documental se puede modernizar y racionalizar los procesos de venta, y mejorar los servicios que se prestan al cliente final, fidelizándolo. Por otra parte, hay que recordar que las actuales herramientas de gestión documental disminuyen la dependencia

Una de las ventajas de la gestión documental es que ofrece varios grados de solución al problema documental, lo que da oportunidad a las empresas de implantar sistemas de diverso alcance

del papel, gestionan información con datos no estructurados y permiten que los procesos de almacenamiento digital cumplan con las normativas de custodia y preservación. Por supuesto, la empresa no tiene por qué hacerse cargo internamente de la gestión documental, ya que puede optar por fórmulas de outsourcing. Desde Esker se señala que en estos momentos, "las empresas piden soluciones que agilicen sus procesos y reviertan en ahorros de costes y tiempo, eliminando o reduciendo sensiblemente el uso de papel y aceleran-do sus ciclos de venta y cobro. Y que permitan a su personal liberar tiempo y dedicarse a funciones de negocio más estratégicas, además de mejorar su calidad de trabajo y de vida". Por su parte Xavier Ciaurriz, Director de la Unidad de Negocio Pymes de Wolters Kluwer | A3 Software asegura que "las compañías demandan sobre todo una gestión global de toda la documentación que manejan, y que, evidentemente, esta gestión sea automatizada, lo que requiere disponer de una solución que permita generar, alma-

LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS POSTALES PARA GRANDES COMPAÑÍAS

Por Manuel Pulido, Country Manager de Compart Iberia

En el entorno corporativo de las grandes organizaciones, la tecnología aporta importantes avances en todos los campos del negocio con la finalidad de optimizar las comunicaciones. En algunos países europeos, como en Alemania, tan importante es el auge que ya se incorpora hasta en la gestión del correo postal para los empleados de las grandes empresas. El objetivo es que los propios empleados decidan por sí mismos qué documentos quieren recibir digitalmente y cuáles por papel, incluso recibir en su correo electrónico aquellos documentos tildados de "legales" o que requieran habitualmente ser certificados.

Un ejemplo de ello es el sistema de ferrocarriles alemán, Deutsche Bahn, que cuenta con 280.000 empleados aproximadamente en todo el mundo. No es difícil de imaginar el volumen de documentos que producen, tan sólo internamente. Basta pensar en las nóminas mensuales que se alojan como archivos de descarga en un portal virtual del empleado, lo que ocurre es que muy pocos empleados lo utilizaban pues algunos no tenían acceso regular a Internet, o sencillamente preferían la ruta del correo convencional. La compañía se puso entonces en búsqueda de una solución de correo híbrido "activa" que llegara a todos los empleados, haciendo referencia a sus necesidades de TI o a sus preferencias como vía de correo postal. Tenía que ser una plataforma que funcionara con varios canales digitales y ofreciera la opción de una copia física si el destinatario también lo deseara.

Eligieron "ePostSelect", un sistema desarrollado por Swiss Post Solutions (SPS), que es realmente la solución de Compart, DocBridge Pilot, por el cual el receptor selecciona el canal de distribución. El principio básico de esta solución de correo híbrido es que cada documento, independientemente del formato, se genera de forma fiable y verificable, sin que el remitente o el destinatario tengan que cambiar la infraestructura existente. "ePostSelect" funciona como un medio virtual que recibe tanto documentos como datos de impresión y los prepara para el canal apropiado, dependiendo de la preferencia del destinatario. El remitente no necesita hacer cambios costosos en las estructuras IT existentes, algo que recorta recursos innecesariamente. Mediante la vinculación de la dirección de correo electrónico con el hogar, el sistema garantiza que cada comunicación llegará a su destino, y si no lo hace a través de una ruta electrónica, a continuación, lo hace por una física.

Deutsche Bahn comenzó a utilizar "ePostSelect" en enero de 2012. Desde entonces la mayoría de los empleados están conectados por el sistema y la aceptación del canal digital es cada vez mayor. Pronto se va a utilizar para otros procesos que permitan una respuesta digital inmediata como puede ser el procesamiento de las solicitudes de control de pases de trabajo de los empleados ferroviarios. Próximamente cada empleado recibirá una solicitud precargada (forma activa en línea) que completa o confirma de nuevo la forma del envío de los datos estructurados al sistema. Esto elimina el procesamiento de las solicitudes físicamente mediante un escáner o lector de OCR. Con todo ello, se puede imaginar su utilización en otros muchos escenarios.

PROCESA TODOS LOS FORMATOS

La tecnología de "ePostSelect" es DocBridge Pilot, una plataforma independiente de productos software de Compart que agrupa los documentos de cualquier formato para el envío, optimizando el coste, y los prepara para la salida a través de varios canales físicos y digitales. Su principio radica en separar la importación de los documentos que se van a procesar del canal de salida. Compart es un proveedor de sistemas de gestión documental con capacidad multicanal, que copia los datos y los convierte al tiempo que conserva el formato del envío. En esta etapa, el documento puede ser modificado, distribuido, clasificado, indexado y convertirse en diferentes formatos. Esto permite que los documentos puedan ser presentados, imprimirse, archivados y gestionados prácticamente en cualquier lugar. La información para este proceso se extrae en forma de metadatos. Mientras el software asigna los datos a un pool central, los metadatos se almacenan en una base de datos relacional.

Además, el sistema incorpora la solución de correo electrónico IncaMail, también desarrollada por Swiss Post Solutions, que combina la comodidad de la transmisión estándar de email con los más altos estándares de seguridad en intercambio de correo electrónico. Con IncaMail, el correo y los ficheros adjuntos se empaquetan en un sobre virtual, encriptado y se dirige a la dirección de email del usuario normal. El contenido va directamente a la bandeja de entrada del destinatario sin necesidad de descarga desde un servidor externo.

cenar, clasificar, organizar y luego localizar todos los documentos de todas las áreas de la compañía a partir de una única base de datos de forma automática". Por su parte el portavoz de HP señala que "el objetivo fundamental de las empresas es mejorar la eficiencia operativa de su infraestructura de impresión; lo que implica una reducción de costes, estandarización y optimización del entorno de impresión, etc. En la mayoría de los casos también buscan un proveedor que pueda ofrecerle una solución integral y soluciones que sean fácilmente manejables por todos los miembros de la compañía. Además, también tienen en cuenta el impacto medioambiental en relación con la disminución del consumo de papel, tóner/tinta y consumo de energía".

La realidad es que cada vez se demandan equipos de digitalización más rápidos y con mejores funciones avanzadas, y se instalan directamente en el equipo del usuario (en vez de buscar grandes equipos "centralizados" y compartidos por varios usuarios). Esto evita esperas y permite una gestión más directa del dispositivo por parte de los trabajadores que los emplean frecuentemente. El software tiene que ir de la mano. Hoy en día las empresas demandan soluciones integrales de confianza y buscan la integración de software, hardware y soporte como un servicio global y de calidad.

Las empresas "intuyen" el valor añadido que les aporta la gestión documental, pero no lo conocen hasta que no se diseña un prototipo de proyecto acorde a sus necesidades. Es en ese momento cuando se dan verdadera cuenta de las ventajas que les aporta en sus procesos diarios y cómo los costes de tiempo y personal pueden redireccionarse a nuevos esfuerzos o ser ahorrados directamente.

Otra situación con la que deben de lidiar los proveedores de Gestión Documental es con el entendimiento de lo que es la gestión documental y en qué consiste. Existen dos conceptos muy extendidos: Como sistema de almacenamiento de documentos o como "software mágico" que es capaz de hacer todo y de todo con un solo clic. Combatir estas creencias y hacer entender que la Gestión Documental es tan amplia como las necesidades del cliente y que solo conociendo los procesos documentales de una empresa podemos implantar la mejor solución, es el día a día de los profesionales de este mercado.

LA NUBE

Cloud Computing puede proporcionar muchas ventajas al terreno de la gestión documental. En estos momentos se puede afirmar que la nube es el presente y el futuro. Aporta muchos beneficios a las compañías, no sólo en el ámbito de la gestión documental sino en todo lo relacionado con las comunicaciones, almacenamiento, hosting, etc. La famosa "nube" ofrece soluciones completamente flexibles que se adaptan a prácticamente cualquier entorno y necesidad, reducen las inversiones iniciales que en muchos casos son imprescindibles para poner en marcha cualquier nuevo sistema y por norma general ofrecen altos niveles de seguridad y fiabilidad. Todo esto, cuando hablamos de gestión documental es algo que se

Cloud Computing puede proporcionar muchas ventajas al terreno de la gestión documental. En estos momentos se puede afirmar que la nube es el presente y el futuro

KYOCERA SIMPLIFICA Y AGILIZA LA GESTIÓN DOCUMENTAL

Agilidad, eficiencia y ahorro de costes. Estas son tres de las palabras mágicas que más resuenan entre las empresas de nuestro país, tanto si hablamos de procesos de negocio como de procesos documentales. No en vano, el tiempo que un trabajador medio dedica a buscar los distintos documentos que necesita en su labor cotidiana es casi la mitad de su jornada laboral según un estudio de PwC.

En esta última línea, cada vez más las compañías se van dando cuenta de lo ineficiente que resulta contar con procesos de papel dentro de sus organizaciones y, en cambio, de los enormes beneficios de disponer de herramientas de gestión documental de primer nivel, como MyDOCument, de KYOCERA Document Solutions, que permite conseguir una notoria mejora en la eficiencia de sus procesos, una eficiencia que revierte en una menor cantidad de tiempo invertido y en una mejora de la productividad.

Los automatismos que se pueden conseguir con soluciones como MyDOCument permiten asimismo mejorar el servicio al cliente al acelerar el proceso de validaciones y de gestiones dentro de la compañía por el que pasa un documento desde que entra hasta que sale de la misma. Por ejemplo: una factura que se reciba por correo electrónico es reconocida por la solución como tal, remitida a la aplicación de facturación, procesada, devuelta al sistema y contestada con un e-mail predeterminado. Todo ello en apenas minutos y sin que ningún empleado tenga que perder tiempo en estas tareas, centrándose en lo que de verdad importa: el 'core' de negocio.

Así, con MyDOCument, KYOCERA Document Solutions ofrece una aproximación end-to-end a la gestión documental ya que facilitar a sus clientes que puedan archivar y recuperar los documentos de la empresa, realizar capturas automáticas de éstos y recuperar su información, establecer flujos de trabajo y distribuir automáticamente los diferentes archivos.

Servicios gestionados

Gestión integral del servicio de backup y restore, almacenamiento y virtualización

Archivado

Diseño de políticas y arquitecturas para soluciones de archivado de datos

Virtualización del puesto de trabajo

Servicios de integración e implantación en entornos virtualizados

BIG DATA

Implementación de soluciones de almacenamiento con fabricantes especializados en el tratamiento de datos no estructurados

OMEGA PERIPHERALS COMBINA DE FORMA ÚNICA **SERVICIO, SOLUCIÓN Y EXPERIENCIA**

OMEGA PERIPHERALS 20 Aniversario

BARCELONA

BILBAO

MADRID

¡Nueva web ya disponible!

www.omega-peripherals.com

adapta como anillo al dedo permitiendo contratar la capacidad que se requiera en cada organización, siendo posible ampliarla de manera sencilla según se requiera y ofreciendo conexiones de alta velocidad para poder acceder de manera remota a la documentación. Esto son sólo algunas de las ventajas que puede ofrecer la "nube" a organizaciones que se plantean implantar soluciones de gestión documental. Lo fundamental es que el Cloud Computing tiene dos consecuencias para el mundo de la gestión documental: está permitiendo abaratar costes, por lo que para un determinado tipo de empresa la rentabilidad de una gestión documental puede ser asequible, y por otro lado, debido a este abaratamiento, el incremento de la demanda sigue creciendo. No obstante hay que poner atención al hecho de que el mercado nacional aún tiene reticencias a "externalizar" los documentos o informaciones de una empresa, sin embargo esta mentalidad muy española está cambiando claramente, sobre todo con la ayuda que ha aportado la llegada de las redes sociales.

Informática El Corte Inglés es una de las empresas que más hincapié está haciendo en el desarrollo de una gestión documental favorecida por las ventajas de la nube. De hecho en estos momentos se encuentra trabajando en futuros proyectos que aprovecharán las ventajas del Cloud Computing. Tal y como aseguran fuentes de la compañía, "la irrupción del modelo de Cloud Computing, representa una evolución en la forma de ofrecer y consumir servicios informáticos. Los aspectos fundamentales del nuevo modelo son el pago por uso y el acceso bajo demanda a una inmensa variedad de recursos y servicios que proporciona una capacidad prácticamente ilimitada al usuario del servicio. El gran beneficio de la nube es el acceso a las tecnologías más novedosas y actualizadas sin necesidad de proceder a grandes desembolsos o a complejas implementaciones de nuevos sistemas. Informática El Corte Inglés está en condiciones de ofrecer todas sus soluciones de gestión documental en un modelo de Cloud Computing y, de hecho, así viene haciéndolo desde hace ya algunos años. En este tiempo ha podido comprobar las ventajas en cuanto a costes y administración de los sistemas de gestión documental".

Y es que, el modelo de Cloud Computing, representa una evolución en la forma de ofrecer y consumir servicios informáticos.

La integración con otras aplicaciones externas como Office y Adobe, y las posibilidades que ello ofrece para transformar documentos, es otro de los requisitos que debe incluir un software de gestión documental

Los aspectos fundamentales del nuevo modelo son el pago por uso y el acceso bajo demanda a una inmensa variedad de recursos y servicios, lo que proporciona al usuario una capacidad prácticamente ilimitada. El gran beneficio de la nube es el acceso a las tecnologías más novedosas y actualizadas sin necesidad de abordar grandes desembolsos o complejas implementaciones de nuevos sistemas. Tal y como se asegura desde Esker, la nube "Ha supuesto un dinamizador. Las empresas están aceptando muy bien el hecho de que toda la solución sea suministrada como un servicio, donde y cuando lo necesiten, desde la infraestructura hasta los procesos de negocio y las herramientas de colaboración. Los servicios bajo demanda mantienen un crecimiento próximo al 50% durante estos últimos cinco años. En nuestro caso, empezamos a suministrarlas en 2005 y representan ya más del 60% de nuestras ventas. Las soluciones de automatización en la nube están ofreciendo a las empresas beneficios tangibles en términos de rápida puesta en marcha sin grandes inversiones, menor riesgo, agilidad, actualizaciones automáticas, menor coste de propiedad, seguridad, acceso ubicuo y disponibilidad 24/7. Creemos que son más suficientes argumentos que justifican su crecimiento". Alejandro Sanz Martin, responsable de los equipos de impresión HP LaserJet Enterprise y Escáneres de HP también ve en el Cloud Computing un punto de inflexión importante. Para este directivo, "Las aplicaciones web y el mundo cloud han significado una enorme expansión, democratización, e innovación de las nuevas tecnologías. Han reducido enormemente el impacto del criterio geográfico de las empresas. Esto ha provocado que el mundo sea más accesible y que la posibilidad de proyección internacional de las empresas sea mucho mayor, además de haber flexibilizado el mercado laboral, tanto en las relaciones internas como en las interempresariales. La aparición del cloud también se debe a la miniaturización y carácter móvil de la tecnología. Los cambios han sido simultáneos en el hardware y el software, en las empresas y los trabajadores… en las estructuras empresariales y en los modelos de negocio y facturación. Podemos decir que estamos viviendo una transformación casi global".

"Acercar la captura de los documentos al mismo punto de origen o de contacto con el cliente –en la calle, en la oficina del cliente…- supone que la información se reúna de forma inmediata en el momento mismo de su creación. Esto libera a las empresas de laboriosas tareas cotidianas como gestionar los archivos en el disco duro para determinados procesos centralizados, y genera una forma más eficiente y sencilla de capturar, validar, procesar y compartir información entre personas que necesitan acceso inmediato para tomar una decisión en tiempo real o cerrar un acuerdo. De este modo, la empresa ahorrará tiempo, dinero y espacio gracias a la distribución, almacenamiento y acceso digital a la información", afirma Marta Olbés, Document Solutions Product Manager, Canon España.

EXCESO DE OFERTA

El hecho de que los tradicionales fabricantes de impresoras, así como los desarrolladores de software hayan evolucionado hacia la gestión documental completa puede haber hecho que exista una oferta excesiva de soluciones y servicios que hacen muy difícil la elección por parte del cliente. ¿Existe ese exceso de oferta? Xavier Ciaurriz, Director de la Unidad de Negocio Pymes de Wolters Kluwer | A3 Software cree que sí pero añade: "Ante el exceso de oferta que existe, uno de los valores añadidos que debe ofrecer un gestor documental, y que a3ERP|gestión documental incorpora, es su integración con el software de gestión ERP para poder gestionar, a partir de una única base de datos, la documentación de todas las

La Administración Pública gestionando documentos

Dada la situación de crisis general y sobre todo, los recortes presupuestarios que afectan sobre todo a las Administraciones Públicas, una correcta gestión del documento haría que éstas fueran más eficientes, prestasen unos mejores servicios y redujeran sensiblemente los costes.

Desde sus inicios como empresa Informática El Corte Inglés ha sido uno de los principales socios tecnológicos de Administraciones Públicas. Sus soluciones de gestión documental están presentes en todos los niveles de la Administración -local, autonómica y central-. Esta empresa se ha destacado por ser pionera en soluciones de Administración Electrónica, habiendo implantado sistemas de producción administrativa en las principales corporaciones públicas del país. Actualmente sus soluciones de Registro de Entrada y Salida, así como sus sistemas de Archivo o de Gestión de Expedientes, tienen una implantación mayoritaria y son una buena muestra del grado de desarrollo tecnológico tanto de nuestra empresa como de las propias Administraciones Públicas.

En el momento presente las Administraciones tienen un importante reto como consecuencia del despliegue de la administración electrónica, que viene impuesta tanto por la legislación que regula el procedimiento administrativo electrónico como por las necesidades de modernización de la Administración recogidas en el Informe CORA. Esto significa que cada vez deben gestionar y conservar más documentos electrónicos con validez jurídica (al igual que siempre han hecho con los documentos en papel) y las herramientas junto con metodologías correctas son la clave para hacer esta gestión de los documentos de forma correcta. En este sentido, la experiencia que Informática El Corte Inglés ha acumulado en la implementación de sistemas de gobierno electrónico puede resultar un factor clave en la tarea de modernización a la que viene obligado sector público.

áreas de la empresa, desde Comercial y Compras hasta Logística o Producción. Ello permite, por ejemplo, consultar toda la información almacenada sobre un mismo cliente, independientemente del origen de los documentos.

La integración con otras aplicaciones externas como Microsoft Office, Adobe y Explorador de Windows, y las posibilidades que ello ofrece para importar o transformar documentos, es otro de los requisitos que debe incluir un software de gestión documental". Desde IECISA se apunta a que no todos los fabricantes son iguales, por lo que el cliente tiene una amplia capacidad de elección. Bajo el punto de vista de esta empresa española, "No [todas las herramientas] son iguales si bien casi todas incorporan las funcionalidades clave. En cualquier caso hay un número reducido de fabricantes que son los que llevan más años en el mercado nacional que tienen mayor presencia lo que supone una garantía y ventaja clara respecto a nuevas herramientas". Este punto de vista es apoyado por Filipe Ribeiro, Services & Solutions Product Manager Konica Minolta que asegura que "Como en casi todo y más hoy en día, se puede decir que existe exceso de oferta. ¿Pero de que oferta estamos hablando?

Tenemos que separar lo que es un simple archivador de ficheros en carpetas, y que se le llama erradamente Gestión Documental, de lo que es una verdadera gestión documental, con sus módulos, con su integración con los sistemas de las empresas, con la definición clara de workflows específicos que afectan los procesos. Las herramientas no son iguales, pero sí buscan un fin común".

¿CÓMO REALIZAR UNA CORRECTA GESTIÓN DOCUMENTAL?

Por Marta Olbés, Document Solutions Product Manager de Canon España

La solución es eliminar esta estructura jerárquica de carpetas de Windows y preguntarse qué tipo de documento es y qué etiquetas o índices le pondría para identificarlo.

El etiquetado o indexado se realiza manual o automáticamente mediante soluciones que extraen dicha información del propio documento y la validan o complementan con los sistemas y bases de datos locales antes del almacenamiento. Las etiquetas reemplazan de manera efectiva una estructura jerárquica de carpetas y, al estar almacenado centralizadamente, cualquier persona con permisos de acceso puede recuperar el documento evitando tener que duplicarlo. De esta forma, se tiene un único lugar para almacenar, buscar, distribuir y asegurar la documentación.

Esta es en la esencia de un sistema de gestión documental, pero solo el principio de lo que ofrece:

- **Flujos de trabajo con documentos**
- **Control de versiones**
- **Archivo del correo electrónico**
- **Escaneo por lotes**
- **Seguridad documental**
- **Captura automática de la salida de sistemas de información.**
- **Almacenamiento en previsión de desastres en medios seguros, todo es posible.**

En cuanto a si las compañías están realizando bien esta gestión, si nos estamos refiriendo a la gestión de documentos en carpetas, como ya hemos explicado, no es un método que garantice ni la seguridad, ni la recuperación instantánea cuando sea necesario, ni cuál es la copia válida o la última versión de un documento ni la retención durante el periodo que sea necesario.

Antes de comenzar con la implantación de un sistema de gestión documental es necesario realizar un análisis de necesidades, documentos, procesos, responsabilidades de los usuarios, etc. Nosotros nos hemos encontrado empresas que habían decidido abordar esto solas y sin un análisis previo mediante software open source, y que habían tirado la toalla para finalmente decidirse por una solución llave en mano de Canon diseñada a medida.

Por eso, en Canon abordamos estos proyectos mediante nuestros consultores, analizando sus procesos actuales de negocio y ayudándoles a crear un business case sólido. Solo así se pueden sentar bien las bases para que el diseño de la solución cubra las necesidades de nuestros clientes y que, al ser totalmente escalable, crezca al ritmo que requiera su negocio. Por último, implementaremos la solución y le ofreceremos soporte continuo sobre el sistema en funcionamiento

www.revistabyte.es

Suscríbete a Byte TI por sólo 30€

La revista dedicada al mundo de la informática profesional por excelencia, incluye tanto noticias como novedades en hardware, software y servicios. Uno de los aspectos más destacables es el análisis de productos, así como las comparativas que examinan diversos dispositivos de la misma categoría para ofrecer un detallado informe de sus cualidades y ofrecer una recomendación acerca de la mejor opción entre ellos.

☐ **Deseo suscribirme a la Revista Byte TI por 30€ al año (11 números)**

(*) EMPRESA: _____ (*) CIF: _____

(*) NOMBRE: _____ (*) APELLIDOS: _____

_____ (*) CARGO: _____

(*) DIRECCIÓN: _____ (*) C.P. _____

(*) POBLACIÓN: _____ (*) PROVINCIA: _____

(*) E-MAIL: _____ (*) TLF: _____ FAX: _____

FORMA DE PAGO:

☐ Talón bancario al recibo de factura

☐ Transferencia bancaria
Publicaciones Informaticas MKM: 2085-9727-18-0330043185

☐ Domiciliación Bancaria:
Titular de la cuenta: _____

Publicaciones Informáticas MKM, S.L.
Avda. Generalísimo, 14, 2ºB
28660 · Boadilla del Monte · Madrid

Tlf.: (+34) 91 632 38 27
Fax: (+34) 91 633 25 64
e-mail: suscripciones@mkm-pi.com

Publicaciones Informáticas MKM, S.L. le informa de que los datos de carácter personal que voluntariamente nos ha proporcionado, serán incorporados a nuestros respectivos ficheros, con la finalidad de prestarle satisfactoriamente nuestros servicios, información a cerca de otras publicaciones, promociones y otras informaciones comerciales que puedan ser de su interesos por cualquier vía, incluido el correo electrónico y/o medio equivalente. Al entregar sus datos CONSIENTE EXPRESAMENTE su tratamiento con dichas finalidades, así como la recepción de comunicaciones por medios electrónicos. Puede ejercer sus derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición, dirigiéndose con una fotocopia de su DNI, a la Avda. Generalísimo, 14, 2ºB · 28660 · Boadilla del Monte · Madrid · España

Cultivar una buena relación con el cliente

¿Cómo lograr este objetivo? La clave se encuentra en los programas CRM o Customer Relationship Manager, una herramienta con la que las compañías pueden conocer más en profundidad a sus clientes y planificar aquellas estrategias que mejor se adapten a sus intereses y necesidades para fidelizarlos.

La administración de la relación con el cliente, conocida como CRM, pues procede del término Customer Relationship Manager, ha adquirido vital importancia en el ámbito de la organización. El motivo de esta afirmación se debe al hecho de que este tipo de herramientas ayudan a que los negocios logren y optimicen una correcta gestión en su relación con los clientes. Así, y en este sentido, uno de los pilares básicos en los que se fundamentan es obtener la máxima cantidad posible de información sobre esta cartera (por ejemplo, necesidades, preferencias o requerimientos) y, así, actuar en consecuencia. En otras palabras, es necesario conocer los gustos del cliente y sus inquietudes para proporcionarle el servicio más adecuado; en el caso español, el concepto que más de aproxima a lo que es y para qué sirve un programa CRM es el marketing relacional con el que lograr una relación estable y fructífera a la hora de tratar con la cartera de clientes.

En lo que respecta a las ventajas, algunos de los beneficios más importantes están relacionados con el incremento del ciclo de ventas, automatización de la fuerza de ventas, soporte al cliente y marketing, y consulta de la evolución del negocio en tiempo real. Asimismo, las planificaciones de las campañas resultan más sencillas y las tomas de las decisiones más rápidas y acertadas. La optimización y mejora de la productividad del equipo de ventas es otro punto a valorar.

ÁREAS FUNDAMENTALES

Los tres módulos que definen a este tipo de software son principalmente tres: gestión comercial, marketing y atención al cliente. En este sentido, cada uno de ellos ha sido diseñado para lograr la estrategia más adecuada con respecto a la relación con el propio cliente. Ahora bien, conviene tener en cuenta que parte del éxito de los CRM se encuentra en la propia base de datos que tenga la empresa por lo que ésta debe estar actualizada periódicamente.

Para finalizar, y antes de dar paso a la relación de modelos seleccionados, podemos indicar que de un tiempo a esta parte las soluciones CMR englobadas bajo el concepto de ON Demand han ido ganando en notoriedad. La razón se debe a que no es necesario adquirir ni el programa ni los servidores que le dan soporte, basta con 'alquilar' la parte del servicio del sistema que un negocio vaya a utilizar y al que se accede a través de la Web. Asimismo, la implantación de los CRM con los programas ERP es otra opción a valorar, sobre todo para ampliar funcionalidades y que un mayor número de departamentos de la empresa se implique en el día a día de los negocios.

AHORA Soluciones CRM

Incluye una herramienta de desarrollo embebida en el sistema para administrar, configurar y desarrollar nuevas funcionalidades desde el propio CRM. También posee funcionalidades adicionales como un catálogo virtual de productos sobre dispositivos móviles (pudiendo realizar pedidos) o portales de cliente/empleado/proveedor.

El software AHORA CRM forma parte de la solución AHORA Soluciones ERP|CRM|BPM y se entrega bajo modalidad freeware, esto es, sin coste de licencias de usuario y sin límite funcional o tecnológico. El mantenimiento es opcional y también es posible adquirirlo a través de la modalidad SaaS.

Desde el punto de vista técnico, AHORA CRM está desarrollado sobre tecnología 100% .Net de Microsoft (con base de datos nativa SQL Server) y comparte con otras soluciones de su categoría las características de multi-idioma y multiorganización. Asimismo, sus desarrolladores lo ofrecen como producto estándar con funcionalidad específica o para ampliar funcionalidad de terceros productos (ERP u otros CRM), con independencia de la base de datos con la que trabajen. Igualmente, está homologado para utilizarlo con los navegadores más extendidos y dispositivos móviles que funcionen con diferentes sistemas operativos. ¿Y la seguridad? Su capa de seguridad permite una asignación multinivel (interface, objeto, proceso, propiedad y campo) y por criterio de registro mediante reglas de validación definibles, incluyéndose una auditoría y una trazabilidad interna de todos los objetos, de forma que se registra cualquier acceso o modificación de la información (el registro de quién, cuándo, a qué ha accedido, cuáles eran los valores anteriores o que se ha borrado queda perfectamente identificado).

AHORA CRM posee un gestor documental integrado en todos los objetos funcionales y permite mantener todos los procesos documentados, ya sean encuestas, documentos escaneados, fotografías o correos electrónicos. Asimismo, cada uno de los interfaces puede ser configurado a nivel de usuario añadiendo campos, tablas, y procesos específicos sin que esto se vea alterado por la posterior actualización de versiones. Del mismo modo, es posible definir alarmas y avisos sobre cualquier evento o punto crítico a controlar.

El entorno de trabajo incluido en este producto también incluye otras utilidades como un potente calendario en el que organizar tareas, pla¬nificar trabajos, compartir agendas, etc., o un chat para la comunicación instantánea entre los usuarios conectados a la aplicación. Todo ello en un entorno intuitivo y fácil de manejar.

Con AHORA CRM, es posible gestionar clientes, contactos y oportunidades, planificando, automatizando y registrando todas las acciones comerciales llevadas a cabo. Sus funcionalidades específicas también incluyen la gestión de gestión de objetivos e incentivos, así como equipos de venta pudiendo asignar gestores de cuentas según zonas comerciales y visualizar las zonas o trabajar directamente sobre Google Maps. Generar ofertas, pedidos y previsiones de ventas directamente desde el CRM es posible. Como cabría esperar, se ocupa (de igual forma) de cuestiones de marketing

Por último, sus desarrolladores han establecido un cuadro de mando integrado para establecer indicadores globales, departamentales y personales, pudiendo analizar y explotar toda la información de la base de datos con gráficas y listados personalizados para cada perfil.

AHORA Soluciones
Calle Ceramistes, nave 19
Polígono Industrial camí del mar
46120 Alboraya (Valencia)
Teléfono: 963 02 10 00
Web: www.ahora.es
Precio: A consultar

Grupo i68 IZARO CRM

Ayuda a conocer y compartir la totalidad de la información de los clientes entre los diversos departamentos de la empresa, gestionando toda la información asociada a él como su historial de actividad, llamadas telefónicas realizadas, e-mails gestionados y comprobar el estado de las acciones realizadas.

El programa seleccionado por Grupo i68 para esta comparativa se presenta como una solución para los departamentos comercial, de marketing, servicios, compras, SAT o financiero enfocado para todo tipo de organizaciones, compartiendo el conocimiento sobre el mercado: proveedores, clientes o distribuidores, entre otros actores. En este sentido, la disposición de esta herramienta permitir segmentar (tamaño, zona, sector de actividad, potencial de crecimiento, interés para la empresa, producto que consume, competidor en el cliente,…) e identificar nichos de mercado con mayor potencial para realizar campañas de marketing (mailing, eventos, visitas, telemarketing, etcétera) y localizar de forma rápida clientes reales y potenciales.

Otra característica a indicar es que es posible asociar múltiples interlocutores a una compañía- puede ser un cliente real o potencial, proveedor, competencia o prescriptor-, asociando cargo, correo electrónico, teléfono e histórico de actividades realizadas. ¿Qué significa esto? Esto permite a los comerciales hacer un seguimiento pormenorizado del trabajo realizado en sus clientes y planificar actividades tanto a medio como corto plazo. En otro orden de cosas, y a nivel de dirección comercial, la gestión de actividad brinda una visión global del departamento comercial (nivel de intensidad de actividad) independientemente de su localización; se trata de un conocimiento que también permite plantear técnicas alternativas para medir el cumplimiento de los objetivos comerciales.

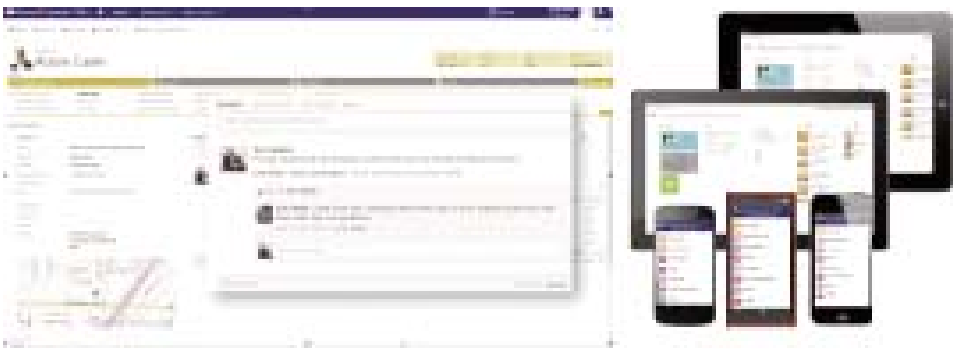
Grupo I68 iZARO CRM también destaca por almacenar la documentación asociada a los clientes de una forma organizada y fácil de buscar, lo que se traduce en ahorros de tiempo administrativo y supresión de errores de comunicación. Además, y para facilitar la búsqueda de información del cliente, es posible conocer su situación financiera a través de los cobros pendientes o los impagos con sólo ampliar su fotografía.

Si desde la perspectiva estratégica gestiona la información del cliente y del mercado como un valor más, desde la perspectiva comercial y de servicios gestiona las agendas de los vendedores, incluyendo el seguimiento de todas las acciones realizadas. Por su parte, planificación ayuda a obtener una visión del estado de todas las oportunidades de negocio, asignación de comerciales, planificación de las acciones de los comerciales, visión de la efectividad de las acciones de marketing y su repercusión en costes. El CRM de este fabricante permite conocer la eficacia de las ventas realizadas por los comerciales (incluyendo productos, zonas de actividad y análisis de la actividad comercial) y, además, proporciona facilidades para la gestión y el análisis de campañas, así como segmentación de clientes y telemarketing.

Grupo i68
Parque ZuatzuSan Sebastián, Guipúzcoa 20018
Web: www.grupoi68.com
Precio: A consultar

Microsoft Dynamics CRM 2013

Esta renovada solución ofrece a las empresas una mejor percepción social de su relación con los clientes y dispone de nuevas plantillas industriales para ayudar a las compañías a mejorar el rendimiento de sus negocios. En cualquier caso el resultado final se puede calificar de deficiente.



Aunque la multinacional de Redmond ha renovado recientemente su software empresarial, la realidad es que se ha quedado muy atrás con respecto a la competencia

Disponible tanto on line como on-premise, la última versión del sistema de gestión de relación con el cliente Microsoft Dynamics CRM 2013 intenta ofrecer una experiencia de usuario mejorada que se debería traducir en una mayor productividad. La realidad es que no lo consigue en absoluto.. Del mismo modo, permite trabajar con otras tecnologías de Microsoft como Yammer, Lync y Skype, que proporcionan a los profesionales del marketing, ventas, servicios e industria una experiencia totalmente personalizable. Este es quizá el único punto fuerte de la solución

Por ejemplo, con Yammer los propios clientes pueden aportar sus comentarios rápidamente o iniciar conversaciones contextuales desde el corazón de Microsoft Dynamics CRM ya sea en local y on line. Es más, con Yammer cualquier persona de una organización puede participar en esas conversaciones, incluso los que no tengan la licencia CRM pero sí estén dentro de esta red social empresarial. Asimismo, y gracias a una alianza con el proveedor InsideView, incorpora capacidades Social Insight que sitúan a las compañías en el momento en el que realmente se encuentran, ofreciéndolas información de contactos procedentes de 30.000 fuentes que ayudan a los profesionales a obtener mejores resultados (la clave se encuentra en el hecho de que se invierte menos tiempo en investigar y más en vender) Entras otras novedades que incluye este sistema, ahora toda la información del cliente se expone en una sola pantalla. De esta forma, el trabajador ve fácilmente todos los datos que requiere sobre sus interacciones con el cliente en un solo lugar. Además, se ha incluido una nueva experiencia de usuario orientada a resultados en la que se presentan procesos guiados que ayudan a los clientes a alcanzar los resultados deseados. Otros beneficios para las organizaciones son ciclos de ventas más cortos, lo que supone un incremento de los beneficios y menor tiempo de transición para cerrar nuevas contrataciones.

Por otra parte, ahora Microsoft Dynamics CRM 2013 cuenta con un conjunto de 18 nuevas plantillas de procesos predefinidas y configurables que integran gestión deportiva, salud, gobierno y organizaciones sin fines de lucro, así como algunas áreas especializadas como gestión de prisiones. Por último, este renovado sistema de gestión posibilita el acceso a nuevas aplicaciones móviles en tabletas Windows 8 e iPads, así como en smartphones con sistemas operativosWindows Phone, iOSy Android. De esta forma, los usuarios están en permanente contacto con sus datos, sus clientes y otros miembros del equipo. Lo malo es que otras aplicaciones son también mucho mejores que la presentada por Microsoft. No recomndamos su adquisición, en absoluto.

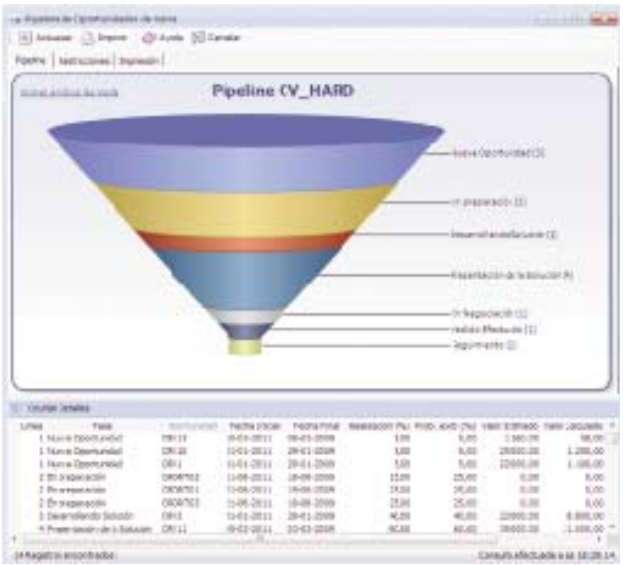
Microsoft Ibérica
Pº del Club Deportivo, 1
Centro Empresarial
La Finca- Edificio 1
28223 Pozuelo de Alarcón
(Madrid)
Teléfono: 91 391 90 00
Web: www.microsoft.es
Precio: A consultar

Primavera BSS CRM V8.10

Una solución que ofrece mecanismos que ayudan a la creación y la gestión de propuestas, así como informes y estadísticas a través de las cuales es posible efectuar un seguimiento de la evolución de la cartera de negocios y analizar el comportamiento del Pipeline, entre otros indicadores e informes de control.

Mejorar la relación con el cliente, conocerlo mejor o saber cuándo y cómo se debe invertir en la relación con éste son (entre otros) elementos vitales en el éxito de las empresas. Dentro de este escenario, la solución propuesta por esta firma brinda diversos mecanismos que promueven una gestión eficaz de la información de todas las entidades con las que se relaciona la empresa,

El primero de los procesos a señalar está relacionado con la gestión de entidades externas, y su objetivo es tipificar y gestionar aquellas entidades con las que la organización no posee una relación comercial registrada en el ERP, proporcionando la opción de asociar un conjunto de informaciones como contactos, actividades y oportunidades de venta, entre otros aspectos. Las funcionalidades de este área están ligadas a la asociación de actividades y oportunidades de venta, y asociación de contactos a entidades externas. Gestión de contactos, el segundo de los procesos, incluye las herramientas necesarias para efectuar una gestión completa de éstos, principalmente en lo que respecta a información profesional y personal y su asociación a diferentes entidades, actividades y oportunidades de venta. En este apartado, el fabricante plantea la posibilidad de utilizar alertas como sistema para el envío de notificaciones.



Registro de actividades: este proceso está enfocado al tratamiento de todas las actividades definidas con el objetivo de conquistar y/o fidelizar clientes, destacando la tipificación de la actividad, planificación, asignación a los usuarios correspondientes, seguimiento y control. Asimismo, permite la creación automática de actividades para todo tipo de escenarios (campañas de marketing, oportunidades de venta, etc.) y su integración con las agendas electrónicas de Google Calendar y Outlook.

Primavera BSS CRM V8.10 también se ocupa de la gestión de los cobros a través de funciones como el historial de actividades de clientes, integración con la tesorería provisional y registro de actividades de cobro y avisos de vencimiento, entre otras herramientas. En último lugar, se encuentra el apartado de gestión de oportunidades de venta, las cuales pueden ser asociadas a diferentes datos que ayudan al trabajador, por ejemplo, a conocer cuál es el mejor momento para efectuar un determinado contacto, quiénes son los competidores, o qué propuestas han sido presentadas. Se encuentran disponibles, asimismo, mecanismos para la creación y la gestión de propuestas a través del cálculo automático de los precios de venta mediante la conjugación de diferentes criterios como precio de coste, margen, valor de venta y rentabilidad.

La integración de este CRM con las áreas Logística y Financiera del ERP PRIMAVERA es útil para generar documentos de oferta a partir de las oportunidades de venta y convertirlos e en pedidos una vez que han sido adjudicados por parte del cliente. Asimismo, la solución ofrece la posibilidad de consultar un análisis comparativo de propuestas en función de criterios como entidad, artículo o servicio o intervalo temporal, etc. Primavera BSS ahora dispone de nuevas alertas e indicadores de gestión relacionados con la información que suministra este programa que está disponible en SaaS y que cuenta con un sistema de seguridad basado en grupos y en personas.

Primavera España
Parque Europa Empresarial
Edificio París, Calle Rozabella, 6
Planta Baja, Oficina 13
28230 Las Rozas (Madrid)
Teléfono: 91 636 66 83
Web: www.primaverabss.com/es
Precio: A consultar

Encuentros tecnológicos

byte TI

¿Quieres tener un contacto directo con los CIOs de las grandes empresas españolas?

Byte TI te organiza un encuentro a medida con ellos.

Convénceles de que tus soluciones son las mejores.

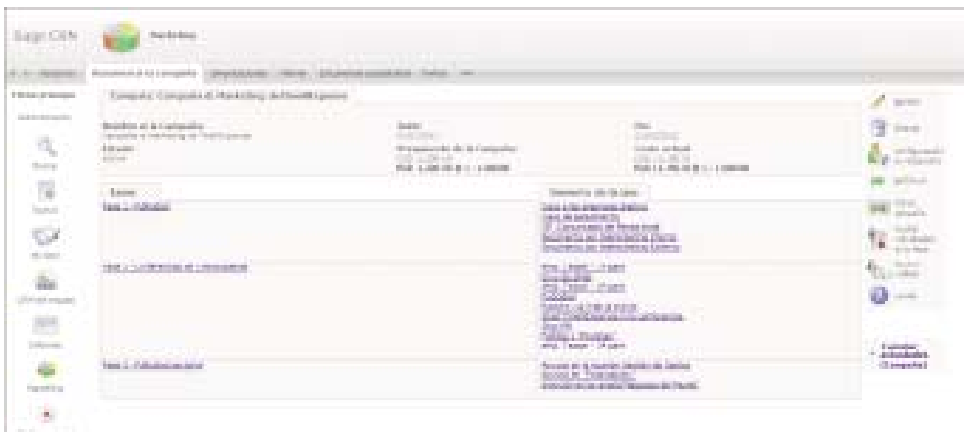
Sage CRM

Para compañías a partir de un empleado, el CRM de Sage se dirige a cualquier actividad, con especial atención a los sectores de industria y fabricación, comercio y distribución, transporte, finanzas, seguros, empresas de servicios como ingeniería y consultoría.

Más de 14.000 pequeñas y medianas empresas de todo el mundo usan Sage CRM cada día con el objetivo de incrementar sus ventas y mejorar su productividad, sin olvidar el contacto con los clientes, un elemento de vital importancia.

A continuación, vamos a ver con más detalle las funciones principales de esta herramienta. Empezamos con la gestión de contactos y agenda, un módulo que centraliza toda la información disponible en un único lugar que puede ser consultado por todo el equipo de la empresa y que incluye completa información de los clientes, personas de contacto, direcciones, teléfonos y correos electrónicos. Asimismo, proporciona el histórico de las actividades con clientes y permite acceder a toda esta información también desde dispositivos móviles.

La segunda funcionalidad a señalar es la automatización de la fuerza de ventas, un área enfocada a la gestión de las oportunidades de ventas que proporciona una visión global de las actividades que se encuentran en curso, dirigiendo los esfuerzos comerciales hacia las oportunidades de negocio potencialmente más rentables. Mientras tanto, la gestión de las campañas de marketing es útil al garantizar la comunicación con las personas adecuadas en el momento justo con el propósito de conseguir el máximo impacto en todas las comunicaciones que se lleven a cabo. En este sentido, por ejemplo, el módulo de e-marketing sirve para tratar las comunicaciones por correo electrónico, e incorpora un informe de seguimiento de los e-mails que se han enviado, recibidos o que están abiertos, entre otras acciones.



La segunda funcionalidad a señalar es la automatización de la fuerza de ventas, un área enfocada a la gestión de las oportunidades de ventas que proporciona una visión global de las actividades

Quejas, reclamaciones, consultas… resolver de forma eficiente las incidencias del servicio de atención al cliente desempeña un papel de igual importante que cualquiera de las características indicadas anteriormente. A este respecto, el flujo de procesos de incidencias automatiza el ciclo de resolución de estas incidencias y establece un proceso único para toda la empresa; aquí, la base de conocimiento proporciona un repositorio de soluciones a las consultas más frecuentes. También hay cabida para un portal de autoservicio de clientes y la integración de la solución con las redes sociales Twitter, LinkedIn y Facebook. Sage CRM es una solución 100% web que no requiere de instalación en los puestos de trabajo, pues se accede desde cualquier navegador de Internet. Es sencilla de utilizar, con cuadros de mando y flujos de trabajo personalizables de forma gráfica. Su fabricante pone a disposición de las empresas la opción de un despliegue local o en la nube, así como una versión para dispositivos móviles que incluye tabletas y teléfonos inteligentes para iOS y Android. Incluso, ha desarrollado aplicaciones específicas para el trabajo off line.

Sage España
Calle Labastida, número 10-12
28034 Madrid
Teléfono: 913 349 292
Web: http://sage.es
Precio: Desde 29 euros al mes

Spyro CRM6

Planificación: aprovechando la información del módulo de producción, permite la rápida simulación para la óptima planificación de cada recurso. Gestión estratégica: permite realizar un completo seguimiento del avance de sus "Objetivos Estratégicos" o METAS.

El producto seleccionado por Spyro proporciona a los usuarios toda la información de su organización al instante, con independencia del momento y el lugar en el cual se encuentren: aeropuertos, domicilio particular, oficina... Y es que este CRM está pensado para utilizarse desde cualquier teléfono móvil o tableta, con la comodidad que implica interactuar sobre una superficie táctil 'a golpe de dedo'.

Spyro CRM6, que visualiza la información de manera gráfica e intuitiva en tiempo real, se caracteriza por permitir conocer en todo momento la ubicación del trabajador y la de los clientes más cercanos, así como conocer la mejor ruta para llegar a ellos. Asimismo, facilita las llamadas y los correos electrónicos a la lista de contactos, además de las páginas web de cualquiera de las empresas con las que tenga relación. El tercer punto clave está relacionado con la disponibilidad de múltiples formatos gráficos de consumo mensuales y tendencias anuales en función de distintos criterios como familia o producto. Spyro CRM6, asimismo, pone a disposición de las compañías la opción de contar con un catálogo de producto con imágenes y su disponibilidad en distintos almacenes.

Con el objetivo de cubrir todas las necesidades de los negocios, este CRM integra funcionalidades clave como la factura electrónica con certificado digital y la gestión por proyectos, una característica ligada a la planificación de flujos de trabajo, tiempos, personas, recursos y materiales. También presta atención a la parte relacionada con las relaciones con clientes para la captación de nuevos socios y la fidelización de los actuales. Por otro lado, y dado que la gestión de compras, desempeña un papel fundamental, esta herramienta optimiza el aprovisionamiento de los almacenes agilizando las peticiones de compra y sus correspondientes recepciones, facturas y órdenes de pago.

Las prestaciones de Spyro, de igual forma, ponen se centran en el mundo del almacén, facilitando toda la información relativa a ubicaciones, valoraciones, disponibilidades y movimientos tanto a nivel de artículo, de almacén o lote; los recursos humanos, registrando y facilitando la información de cada colaborador y de los posibles candidatos en función de distintos criterios; y riesgos laborales.

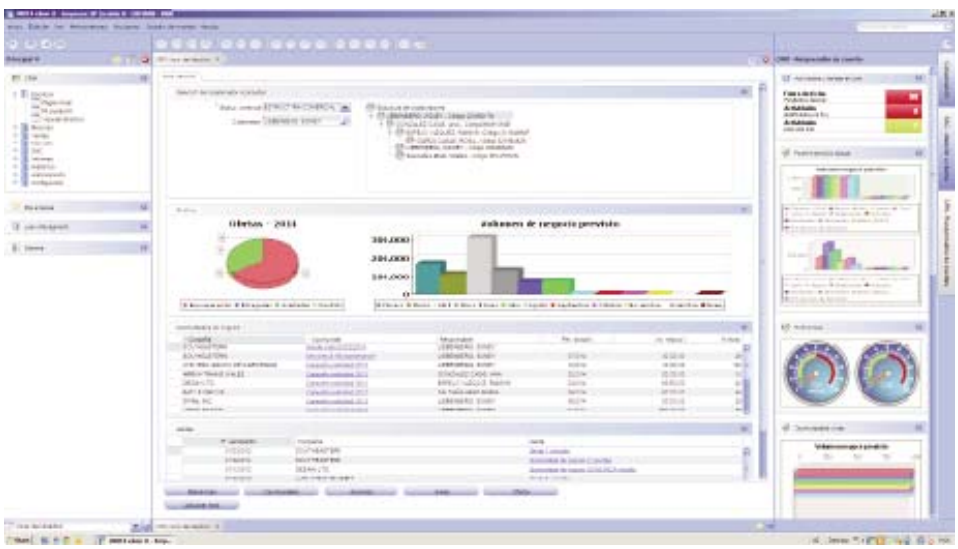
Spyro
Parque Tecnológico de San Sebastián
Paseo Miramón, 200
20014 Donostia (Guipúzcoa)
Teléfono: 943 335 122
Web: www.spyro.es
Precio: A consultar

MÁS CARACTERÍSTICAS

- **Spyro Mobile:** Facilita la gestión a la red comercial de la empresa, opera en tiempo real y se conecta a la base de datos de Spyro.
- **Financiera:** Aplicación contable y financiera integrada con herramientas analíticas y de activos fijos que dan respuesta a los más exigentes.
- **Calidad:** Dispone de un instrumento de medición que controlar el grado de calidad de los productos y servicios que se prestan o reciben.
- **Captura de datos:** Recoge toda la información referente a tiempos de máquina, tiempos de operarios, cantidades fabricadas, cantidades rechazadas, consumos de materiales, pautas de controles en producción y cierres de trabajos.

UNIT4 CRM

Capacidades de movilidad y 100% web. UNIT4 CRM es una solución 100% web capaz de explotar toda la información generada por otras áreas de la empresa (ventas, compras, finanzas), al tiempo que da respuesta a complejos procesos administrativos.



Con el propósito de que cualquier empresa u organización obtenga el máximo retorno de sus acciones de marketing y fomente las relaciones permanentes y duraderas con sus clientes, UNIT4 CRM se plantea como una herramienta flexible que permite a las compañías automatizar su gestión comercial o el servicio de atención al cliente, entre otras tareas.

Entrando en detalle, la herramienta apuesta por un enfoque renovado en la gestión de clientes al integrar de manera dinámica las ventas, el marketing, el servicio de atención al cliente y el análisis multidimensional de las relaciones con las organizaciones. Además, fomenta la participación activa de todos los actores del proceso comercial. Desde el punto de vista técnico, este software basado en web potencia la mejora de la coordinación y control de todos los procesos, brindando importantes funcionalidades como la visibilidad de la información basada en roles, el funcionamiento on-premise u on-demand, y la opción de sistemas de código abierto basados en Linux. Las interfaces de usuario son personalizables, se han dado cabida tanto a análisis predefinidos como personalizables, y es posible integrarlo con la solución ERP UNIT4 Agresso Business World. ¿Y cómo puede ayudar este CRM a las empresas? En Ventas, por ejemplo, ofreciendo una completa visión de todas la cuentas, contactos y oportunidades de negocio (ya sean en curso, ganadas o perdidas); mostrando información en tiempo real, tanto de los datos activos como históricos; o personalizando ofertas en función del proyecto a desarrollar.

Marketing también es importante, y en este sentido, sus desarrolladores apuestan por la captación de nuevos clientes potenciales y oportunidades de negocio. Por último, indicar el área de Servicios, en donde encontramos una interfaz de usuario personalizable según su rol y un historial de la información del cliente integrado en la aplicación. También se ha reservado un espacio para herramientas de colaboración.

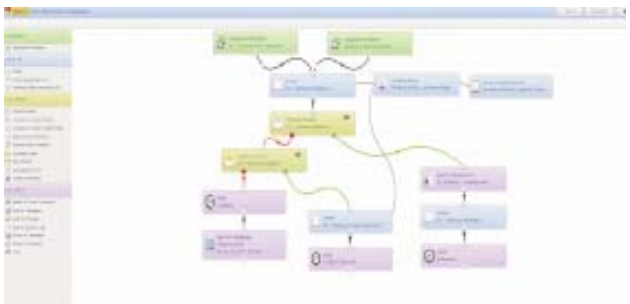
UNIT4 CRM es una solución escalable y 100% adaptable que crece al ritmo de su empresa y necesidades, brindando beneficios de diversa naturaleza. Este es el caso de la mejora de la imagen de marca que transmite la organización o el control de costes y estadísticas relacionadas con las campañas de marketing puestas en marchas. Incluso está pensada para realizar un seguimiento y control de las actividades de la fuerza de ventas y mejorar la calidad del servicio postventa proporcionado. Finalmente, indicar que es posible realizar prospecciones de las mejoras

UNIT4
Av. Castell de Barberà 22-24
08210 Barberà del Vallès
(Barcelona)
Teléfono: 902 227 000
Web: www.unit4.es
Precio: A consultar

Oracle Eloqua Marketing Cloud

La solución desarrollada por Oracle ayuda a las organizaciones a entender mejor a sus clientes, implementando campañas que generen demandas y cultiven relaciones, generando mejores oportunidades en el área de ventas y proporcionando un mejor retorno de la inversión en marketing. En este sentido, es posible crear perfiles incluyendo el 'digital body lenguaje' y lanzando mensajes relevantes en el momento oportunidad. Asimismo, Oracle Eloqua Marketing Cloud genera y mejora la calidad de los leads. Medir, analizar e informar con seguridad es otra de sus características clave, así como Lead Management, una función que se ocupa de la generación de oportunidades de venta mediante los procesos de cuantificación, scoring, maduración y priorización de contactos y oportunidades potenciales.

Por otro lado, Oracle Eloqua Marketing Cloud combina y gestiona información sin cualificar de contactos y oportunidades de varias fuentes como campañas y páginas web de registro, bases de datos de marketing / listas, sitios y redes sociales y eventos. El objetivo de esta acción es la entrega de oportunidades de valor a los canales de venta (ya sea directa, indirecta o e-commerce) para su acción y cierre. También analiza el impacto en ingresos.



Oracle España
Calle José Echegaray 6B
28030 Las Rozas (Madrid)
Teléfono: 900 992 922
Web: www.oracle.com/es
Precio: A consultar

CONCLUSIONES

La selección de soluciones CRM recogidas en la comparativa ofrece una radiografía bastante completa acerca de las soluciones disponibles en el mercado y sus características principales. Así, para las pequeñas y medianas compañías, las propuestas de Grupo i68 y Sage resultan especialmente interesantes sobre todo la de esta última con una relación calidad-precio muy buena. Mientras, las herramientas desarrolladas por otros fabricantes como Microsoft o Primavera están pensadas para organizaciones de mayor tamaño y con unas necesidades completamente diferentes a las que un negocio pequeño puede llegar a tener. Desde aquí recomendamos Sage para pequeñas empresas y Primavera para empresas más grandes. En este último caso, la solución de Primavera gana por goleada a la de la multinacional americana.

FABRICANTE	AHORA SOLUCIONES	Grupo i68	Microsoft	Primavera BSS	Oracle	Unit 4	Sage	Spyro
MODELO	AHORA CRM	IZARO CRM	Dynamics CRM 2011	CRM ARIO	Eloqua Marketing Cloud	Unit 4 CRM	Sage CRM	CRMS
PÁGINA WEB	www.ahora.es	www.grupo68.com	www.microsoft.es	www.primavera-bss.com/es	www.oracle.com/es	www.unit4.es	http://sage.es	www.spyro.es
PRECIO	A consultar. 8 euros mes modelo SaaS	A consultar	A consultar	A consultar	A consultar	A consultar	Desde 29 euros al mes	A consultar
CARACTERÍSTICAS CLAVE	Gestor de documentos integrado. Cuadro de mandos integrado. Interfaz personalizable. Potente calendario. Opción de trabajar con Google Maps	Gestión de información del cliente. Agenda de vendedores. Análisis de campaña, segmentación de clientes y telemarketing. Historial de actividades. Gestión y seguimiento de todas las acciones realizadas	Nuevas capacidades sociales. 18 nuevas plantillas de procesos predefinidas y configurables. Tecnología Pinpoint. Compatibilidad con dispositivos móviles. Yammer	Gestión de Entidades Externas. Gestión de Contactos. Registro de Actividades. Gestión de Cobros. Gestión de Oportunidades de Venta	Permite crear perfiles incluyendo el 'digital body lenguage'. Genera y mejora la calidad de los leads. Función Lead Management, para generar oportunidades de venta mediante procesos de cuantificación, scoring, maduración y priorización de contactos	Visibilidad de la información basada en roles. Funcionamiento on premise y on demand. Análisis tanto predefinidos como personalizables. Integración con la solución ERP UNIT4 Agresso Business World	Gestión de contactos y agenda. Automatización de la fuerza de ventas. Gestión de campañas de marketing. Gestión de incidencias del servicio de atención al cliente	Permite conocer en todo momento a ubicación de los clientes. Facilita las llamadas y correos electrónicos a los contactos. Incluye múltiples formatos gráficos estadísticos de consumo mensuales y tendencias anuales por familia, producto, etcétera

Campofrío mejora la eficiencia en los procesos de gestión

Campofrío Food Group, líder en el mercado de elaborados cárnicos en Europa confía a XTEL la implantación de un nuevo sistema para la gestión y optimización de la negociación en los procesos comerciales.

Campofrío Food Group (CFG) es el líder Europeo en el mercado de elaborados cárnicos. Sus productos, que se comercializan bajo varias marcas líderes en los respectivos mercados –Campofrío, Aoste, Cochonou, Fiorucci, Justin Bridou, Marcassou, Moroni, Navidul, Revilla, Nobre, Stegeman, Oscar Mayer, etc.–, abarcan una gran variedad de categorías incluyendo el jamón curado, el jamón cocido, los embutidos, las salchichas, y los productos de pavo y pollo, fiambres, patés y comidas preparadas. CFG produce y vende sus productos en ocho países europeos además de Estados Unidos. El Grupo también exporta a 80 países a través de distribuidores independientes.

Es precisamente por el hecho de ser líder en el sector de las carnes elaboradas, buscando siempre la mejora y la innovación, que CFG plantea la necesidad de optimizar la gestión de todo el ciclo de la negociación con los diferentes canales de distribución a nivel europeo.

El proyecto se sitúa en el más amplio objetivo de estandarización y homogeneización de los sistemas de negociación a nivel internacional, ya que las diferentes herramientas utilizadas hasta el momento, pero sólo a nivel local, no eran aplicables ni estandarizables en otros mercados.

El reto de gestionar y contabilizar de forma homogénea el proceso de negociación contractual todas las filiales del grupo

"El primer paso - nos explica Gonzalo Martinez Olea, director de IST Corporate Applications de CFG - fue la implementación de SAP como sistema central en la planificación de recursos. Dentro de este proyecto surgió la necesidad específica de encontrar una solución que fuera capaz de gestionar y contabilizar de forma homogénea, en todas las filiales del grupo, el proceso de negociación con los distribuidores, prestando especial atención a la gestión de los atípicos en función de las promociones, de los descuentos, de los acuerdos…".

CFG inicia entonces la búsqueda del socio que ofrezca el mejor sistema y la mejor solución para dar respuesta a esta necesidad. De ahí nace la relación con XTEL, compañía líder en soluciones y servicios para la automatización de los procesos comerciales en las empresas que operan en la industria de bienes de consumo.

Según expone Martínez Olea, "la aplicación que buscábamos era estratégica para el grupo porque, no siendo el proceso más "complejo" entre los diferentes procesos comerciales del macro-proyecto, sí tiene la responsabilidad del control en uno de los aspectos más cruciales de nuestro negocio. Por eso necesitábamos que el software se ajustara a las necesidades del mercado, garantizando el éxito en la implementación y en su usabilidad". Por este motivo, la compañía realizó un completo benchmarking para la selección de la mejor y más completa solución.

Al final se eligió a XTEL, por sus capacidades, sus características y por su flexibilidad en ajustarse a las necesidades, gracias a su experiencia previa en mercados tan específicos como el italiano, que garantizaba gestionar correctamente estos procesos comerciales en cualquier otro país, ya que el mercado Italiano contempla prácticamente todos los aspectos de la negociación. Además sus características multi-idioma y multi-divisa, fueron decisivas para la utilización de la solución en diferentes países.

"Se buscó además la solidez económica en el proveedor, como garantía en la continuidad del proyecto, su capacidad de trabajar con otros equipos, el soporte post venta y el servicio de help-desk".

Desde el template hasta la implementación en 6 países Europeos: la receta del éxito

El proyecto se vertebró organizado a partir de la creación de único template. Inicialmente implantado en España, piloto del proyecto, al ser el país más representativo de las diversas complejidades que el proyecto debía afrontar.

Una vez diseñado e implementado el template en España, se fue entonces aplicando en los mercados dónde el grupo tiene más presencia: Portugal, Bélgica, Francia, Holanda y Alemania (actualmente Roll Out en curso).

"Una vez terminada la implantación del Template, que fue una actividad larga ya que para finalizarla se debía completar no sólo la implementación de la solución de XTEL, sino todas las previstas en el macro-proyecto, ha sido posible calendarizar los diferentes arranques a los nuevos paises cada 3-4 meses, que sin duda es un tiempo adecuado", nos cuenta Nuria Simó, CIO de CFG.

"La plataforma Sales Master One de XTEL permite la automatización de los procesos comerciales y la homogenización y estandarización de los sistemas de negocio – nos cuenta Olea -. Es una herramienta estratégica que permite controlar el proceso de los acuerdos. Queríamos una solución que garantizara la contratación y la correcta integración con la gestión contable, y es exactamente lo que hemos conseguido".

La aplicación ofrece la posibilidad de controlar los diferentes tipos de objetivos presentes en los acuerdos con los diversos canales de distribución. Se pueden realizar simulaciones de los costes contractuales al final del período, manejar de forma sencilla las comunicaciones con los clientes para anticipar o gestionar las posibles reclamaciones. También se integra con el sistema contable para la gestión de los importes a liquidar y/o aprovisionar y proporciona una herramienta de conciliación automática con las facturas de los clientes.

En palabras de Nuria Simó: "cuando no coincidían los importes entre Campofrío y sus clientes, se cruzaban notas de crédito y se complicaba la gestión de Atención al Cliente de CFG. Desde la implantación de XTEL, los importes llegan de forma clara desde el principio, y así se optimiza el tiempo y el esfuerzo y se mejora la relación comercial".

EL ÉXITO DE LA IMPLANTACIÓN DE XTEL

Implementar la solución que aportó XTEL ha otorgado trasparencia al grupo porque permite usar los mismos métodos en todos los países con su propio idioma, controlar más las unidades de cada país e implantar políticas de procesos estratégicas homogéneas.

Nuria Simó, valora muy positivamente la relación con XTEL como partner en servicios tecnológicos: "Estamos muy satisfechos con el sistema, puesto que cumple con las necesidades planteadas en su momento y por otro lado, nuestra relación con XTEL es francamente sólida. XTEL ha sido un buen partner que nos ha acompañado durante los 2 últimos años en que hemos renovado los sistemas estratégicos de nuestros negocios en 7 países europeos y continuamos colaborando estrechamente. "

El futuro de las PYMES en la era digital pasa por la externalización

Xavier Moreno, Director de Servicios IT de RICOH España

Las necesidades tecnológicas que permiten a las empresas ser competitivas son cada vez mayores y alcanzan un espectro muy amplio que difícilmente se puede cubrir con un número limitado de recursos internos. Es cada vez más necesario disponer de nuevas capacidades y mantenerse al día en una tecnología que cambia a gran velocidad, y estas necesidades no siempre pueden ser cubiertas internamente. Por ejemplo, ¿es posible cubrir la presencia en redes sociales o desarrollar soluciones de movilidad en las compañías si disponemos de departamentos IT creados muchos años atrás y estos no se han transformado y fami-

liarizado con estas nuevas tecnologías?

Las organizaciones están destinadas a cambiar hacia unos procesos de trabajo mucho más flexibles que los actuales. Existe una clara tendencia a externalizar todos aquellos servicios que no formen parte de su negocio principal, y especialmente todos aquellos relativos a la tecnología, puesto que son los que requieren una implantación más rápida y los que confieren mayor eficiencia a las empresas. No es tan solo una cuestión de supervivencia, sino de aprovechar las oportunidades que la tecnología nos ofrece para mejorar la productividad y competitividad de nuestras compañías.

Los modelos de contratación serán cada vez más simples y flexibles, siendo algunos ejemplos los servicios SaaS (Software as a Service) o IaaS (Infrastructure as a Service) y la impresión a pago por copia. Este modelo se extiende hacia el desarrollo de servicios de marketing concretos, planes estratégicos, servicios de administración, servicios de RRHH y de personal, y por supuesto servicios de tecnología.

Este cambio desembocará en un nuevo paradigma de organización y de puesto de trabajo. La oficina como ubicación física irá desapareciendo y los trabajadores estarán continuamente conectados a través de las tecnologías que permiten la movilidad en una red de trabajo muy dinámica. Se aprecian movimientos hacia este esquema: BYOD (Bring Your Own Device) o VDI (Virtual Desktop Infrastructure) son solo algunos ejemplos de estas tendencias orientadas a poner a disposición del profesional, desde cualquier lugar y en cualquier momento, las herramientas y documentos de trabajo necesarios.

En base a estas circunstancias, es razonable pronosticar que, en el futuro, el tamaño medio de las empresas en términos de empleados será inferior y cada vez más especializado. Del mismo modo, las empresas y sus empleados van a dedicarse exclusivamente a su actividad más nuclear, externalizando cualquier actividad de orden distinto. Así pues, estas organizaciones estarán compuestas por un talento superior y más concentrado, y funcionarán perfectamente con estructuras más planas y autónomas, donde desaparecerán las funciones de supervisores o coordinadores. Serán, por tanto, menos jerárquicas y más dinámicas en cuanto a la composición de equipos de trabajo.

Es lógico pensar que cada vez más el talento no tendrá una barrera física o geográfica, y que éste podrá fluir y ser exportado gracias a las nuevas tecnologías y herramientas (GroupWare, Unified Communication Systems, etc). Curiosamente y llevándolo al extremo, un país podrá presentar una balanza comercial positiva gracias a la exportación de servicios, sin que ninguna persona ni ningún producto se desplacen hacia el exterior. Seguramente las barreras de importación entre mercados caerán por la necesidad de todas las empresas y países de ser competitivos.

En definitiva, el talento podrá ser contratado con mayor flexibilidad que en la actualidad. Tanto la oferta como la demanda de servicios especializados crecerá, generando ofertas más amplias, más especializadas, de mayor calidad y, por lo tanto, más competitivas.

Estas estructuras organizativas aumentarán exponencialmente la iniciativa individual y el dinamismo de las empresas. Es decir, en la medida en que tengamos una menor estructura jerárquica y un mayor talento dentro de la empresa que disponga de mayor autonomía, así como una mayor facilidad para contar con servicios especializados externos, las empresas estarán dotadas de una mejor capacidad de respuesta ante una demanda cambiante y más exigente y, en esencia, el dinamismo de las organizaciones se verá muy beneficiado.

Esta dinámica ya lleva algún tiempo desarrollándose en las grandes compañías, puesto que las grandes consultoras tecnológicas ya se han encargado de orientar a sus clientes hacia este nuevo modelo organizativo. No obstante, las PYMES quizás no habían advertido todavía toda la magnitud de los beneficios que aporta. Aunque en la pequeña y mediana empresa la evolución es modesta, sí que se aprecia un cambio en las tendencias organizativas de las mismas. Hace diez años era extraño identificar PYMES con servicios de tecnología externalizados, pero hoy en día, y a pesar de estar todavía en una fase muy embrionaria, es cada vez más frecuente.

Captar la atención de los usuarios para ser una empresa social

Ricardo Míguez del Olmo, Director de Soluciones de colaboración de IBM España, Portugal, Grecia e Israel

Vivimos una realidad clara: nuestra capacidad de atención está cayendo en picado. A principios de este siglo, conseguíamos concentrarnos durante doce segundos. Ahora, hemos bajado a ocho segundos.

Esta caída se hace especialmente patente en Internet donde los usuarios se enfrentan a una lluvia de apps, botones, y actualizaciones que desvían constantemente nuestra capacidad de atención. Además, el dato de que casi el 20% de las páginas vistas en una web duran menos de cuatro segundos, por ejemplo, es muy significativo. Teniendo todo esto en cuenta, si has leído hasta aquí sin irte para tuitear o comprobar tu correo, felicidades, estás por encima de la media.

Ante esta realidad, la pregunta que les surge entonces a los comerciantes y diseñadores digitales, es ¿cómo mantener a un público tan voluble involucrado y enganchado en esta etapa digital donde predomina el déficit de atención?

Tenemos algunos consejos que las empresas sociales más avanzadas ya están aplicando:

1) Personaliza siempre: Cada vez que apuestes por usar la misma fórmula para llegar a todos tus usuarios independientemente de sus perfiles y gustos estarás asegurándote que huirán rápidamente a golpe de clic. En un mundo como el que vivimos, en cuya esencia está el compartir, los clientes esperan que sepas quiénes son y les puedas proporcionar la información de una manera completa, atractiva y divertida, siempre adaptándote a sus necesidades. Si utilizas de una manera inteligente y con buen criterio la información que los clientes comparten con la empresa, ya sea a través de las redes sociales, compras pasadas, su localización y el uso que hacen de tu web, puedes cumplir estas altas expectativas.

Un buen ejemplo es el del Gruppo BPER, un gran banco italiano que está conquistando clientes a base de ofrecer una experiencia lo más personalizada posible en función de la comprensión de datos acerca de quiénes son y qué quieren. Utilizando la analítica, el banco adapta sus interacciones a la medida de cada cliente según datos demográficos, es decir, tanto si son clientes de la Generación Y que están pegados todo el día a sus dispositivos móviles o si son clientes más mayores o con menos conocimientos tecnológicos. A través de esta personalización, el Gruppo BPER alzó las tasas de conversión e incrementó los ingresos por cliente.

2) Lánzate y utiliza vídeos: Piensa en la última web o aplicación que te enganchó y te hizo querer permanecer en ella durante más de unos segundos. Lo más probable es que incluyera algunos gráficos ilustrativos interesantes o vídeos. Lo cierto es que una web con mucho texto no puede capturar la imaginación de la manera en que lo hacen las imágenes.

Bien hechos, los contenidos multimedia — especialmente vídeos — atraen y atrapan la atención de la gente, animándoles a pasar más tiempo en una web y aumentar las ventas. Por ejemplo, los clientes que ven un vídeo de un producto en una web tienen un 144% más de probabilidad de incluir ese artículo en su carro de compra y un 64% de probabilidad de completar esa compra finalmente, según un informe llevado a cabo por Internet Retailers.

Las imágenes de vídeo también mantienen a los clientes interesados e involucrados con tus campañas por e-mail. De hecho, según una encuesta reciente de comercio online, el 55% de los comercios que usaban vídeos en sus notificaciones de correo consiguieron más clics, un 44% vio un incremento en la canti-

dad de tiempo que los suscriptores empleaban comprobando su correo, y un 41% experimentó un aumento en el reenvío de emails.

3) Hay que ser rápidos: Hoy en día, los digerati –como se conoce a las personas que hacen un alto uso de las tecnologías digitales para expresarse en blogs, foros y redes sociales- no tienen la paciencia o el interés de perder el tiempo en una web que no funciona bien. Según un estudio reciente de compradores digitales, un 67% de los compradores en Reino Unido y un 51% de los compradores en Estados Unidos mencionaron los largos tiempos de carga de una web de venta online como la razón principal por la que abandonaban una compra. Esta falta de velocidad también afecta a las páginas que no son de ventas, haciéndolas perder audiencia.

Las estadísticas recogidas por eConsultancy demuestran el claro impacto que tiene la velocidad de carga de una página web:

- El 50% de los usuarios móviles abandonan una página si esta no se ha cargado en 10 segundos, y tres de cada 4 de estos usuarios ni siquiera volverán a visitar esa web.

- El 40% de los compradores móviles abandonan una web de comercio electrónico si no se cara en tres segundos.

4) Crea un contenido de valor: aunque quizá no lo parezca, todavía hay cabida para el contenido de valor y los artículos largos y completos. La buena información cala y es pegadiza. Además, se puede compartir y generar ruido y viralidad.

La disminución de la capacidad de atención que comentaba al inicio del artículo no es insalvable y todavía se puede superar mediante historias convincentes, vídeos o ilustraciones, tanto si se trata de contenido de entretenimiento como si es contenido informativo o contenido divertido para pasar un buen rato. Nuestro cerebro está preparado para analizar estas distracciones, moverse rápidamente por encima de la información y navegar a través de un mar de actualizaciones de estado, tweets y cientos de fotos de nuestros amigos. Pero cuando nos encontramos con algo que nos atrae otra parte de las conexiones de nuestro cerebro se activa para calmarse y centrarse en ese contenido.

Mediante la combinación de todos estos enfoques juntos, los sitios Web y las aplicaciones están antes su mejor oportunidad no sólo para "enganchar" a los usuarios que las visitan, sino para animarles a volver una y otra vez. Porque eso es lo que nuestros ojos errantes están realmente buscando - no simplemente una experiencia sino una experiencia que sea verdaderamente convincente.

TRANSFORMACIÓN SOCIAL DENTRO DE LA EMPRESA

Todo lo anteriormente mencionado ayuda a las empresas a centrar su atención en cómo mantener la atención de los usuarios conectados. Pero, ¿es suficiente? Sencillamente, no. La evolución no debe hacerse solo hacia fuera pensando en los usuarios, sino que también hay que cambiar las dinámicas de trabajo y la cultura de colaboración internas, y en este sentido, hay una series de herramientas que pueden ayudarnos paralelamente a crear una fuerza de trabajo más inteligente.

Invertir en talento es uno de los aspectos más importantes para dirigir una organización, ya que es en los empleados donde verdaderamente reside la clave del éxito. Aunque tan importante es la inversión en talento como la retención de dicho talento, evitando que los empleados renuncien a sus puestos de trabajo de manera voluntaria con los costes de tiempo y dinero asociados que significan para la empresa.

Por lo tanto, lograr una fuerza de trabajo más inteligente comienza con la capacidad de una empresa para:

- Transformar los procesos de negocio a través de la analítica y la colaboración para mejorar todas las áreas de la organización.

- Atraer y reclutar a los mejores talentos y buscar a los profesionales que mejor encajen en la cultura y las necesidades de

negocio.

- Motivar a los equipos para que colaboren de forma productiva, innoven y maximicen su rendimiento.

- Crear un entorno apto para que los empleados puedan poner en marcha de manera continuada todo lo que van aprendiendo y desarrollar sus habilidades para que puedan tener el mayor impacto.

Con esto en mente, ¿cómo construimos una fuerza de trabajo más inteligente? El primer paso es la búsqueda de las personas adecuadas para el trabajo.

Las empresas deben encontrar a gente con los conocimientos adecuados y atraer a los mejores talentos para seguir siendo competitivos y crecer en un entorno empresarial donde el ritmo es muy rápido. Y es en el responsable de RR.HH. de la organización sobre quién recae esta tarea de transformación cuyo rol principal será el de crear una nueva fuerza de trabajo social. A través del uso de herramientas sociales y analíticas mejoradas dirigidas a los responsables de recursos humanos, los equipos pueden tener una idea de cómo y dónde encontrar los mejores talentos con los conocimientos necesarios, habilidades y capacidades que también encajan en la cultura de la empresa.

Pero el trabajo no termina ahí. Una vez contratado, es importante que las empresas doten a sus empleados con una formación adecuada y las herramientas que necesitan para hacer su trabajo con éxito. El objetivo es que tengan a su alcance todo lo necesario para que la labor de los empleados pueda tener un impacto inmediato.

Sólo cuando la fuerza de trabajo cuenta con las herramientas adecuadas para resolver problemas de manera colaborativa, el resultado final es un mayor compromiso, una mayor productividad y un mayor beneficio. En el pasado, las empresas han tenido problemas para atraer y mantener una plantilla flexible y capaz de adaptarse rápidamente. Pero hoy las empresas, gracias a las nuevas tecnologías sociales impulsadas por el análisis, tienen una nueva vía para resolver los retos de manera más rápida y fluida.

No cabe duda de que la transformación social dentro de la propia empresa, y por y para los clientes y usuarios, es ya imparable.

Sólo cuando la fuerza de trabajo cuenta con las herramientas adecuadas para resolver problemas de manera colaborativa, el resultado final es un mayor compromiso, una mayor productividad y un mayor beneficio

EasyMailing

Incrementa tus ventas y fideliza tus clientes con una solución fiable y económica

Desde 29€/mes

Visítanos en www.easymailing.es y solicita una **prueba gratuita**

Solución web: no es necesaria la instalación de ningún software, tan sólo necesita un navegador web y una conexión a internet.

Uso sencillo e intuitivo: el programa incorpora un interfaz de diseño sencillo e intuitivode tal forma que el usuario sólo necesita conocimientos a nivel internet.

Consiga objetivos con una inversión mínima: las tarifas se ajustan a las necesidadesde sus campañas. Sólo paga por el volumen y transferencia de envíos.

Fidelización de clientes: establezca una comunicación continuada con sus clientes

Reducción de tiempos: Easymailing le permite la automatización de procesos reduciendo los costes de producción.

Universalidad: contacte con cualquier persona del mundo.

Medición eficaz de los resultados: conozca con total exactitud los resultados de su campaña.

DFUTURA | 91 220 75 47

ÉTICA Y CORRUPCIÓN

Por Miquel Barceló

A principios de febrero conocimos que, según el Barómetro del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), la segunda de las preocupaciones de los españoles es la corrupción con un 39,5 por ciento de menciones, sólo detrás de la preocupación por el paro (78,5 por ciento). Me parece una justa preocupación, pero temo que hay algo de hipocresía en ello.

Seamos honrados y reconozcamos que, además de los casos sumamente conocidos de políticos, empresarios y banqueros, todo el país cae, en una medida u otra, en la corrupción. O, al menos, hace la vista gorda ante fenómenos cotidianos que no dejan de ser una forma de corrupción. Un ejemplo típico es que en España no parece estar mal visto robar al erario público haciendo trampa en los impuestos.

Les voy a contar lo que sólo es una anécdota banal pero que me parece logra resumir muy bien aquello que estoy intentando decir.

Me consta que hace poco, en una comunidad de vecinos, se decidió, tras más de treinta años sin hacerlo, proceder a una limpieza de las claraboyas de las casas, esas típicas casas "adiosadas" tan características de determinada época de la construcción inmobiliaria en España. Se hizo el encargo a una empresa (la mayoría de los vecinos ya no tienen edad para andar correteando por los tejados…), se hizo la limpieza y listos.

A la hora de pagar, imagino que por razones de tesorería de la comunidad, se decidió que cada vecino hiciera su pago y no se cargó a la cuenta común. El importe subía a 32 euros por casa y lo sorprendente fue ver que, de los dieciséis vecinos, sólo dos pagaron religiosamente el IVA (lo que "elevó" la factura a unos 39 euros). Les puedo asegurar que esos 7 euros de IVA no eran problema económico real para ninguno de los vecinos. Pudo más la "costumbre" que consiste en considerarse más listo si no se paga el IVA y se defrauda no a Hacienda, sino a todos los ciudadanos… Ya saben: ¿con IVA o sin IVA?

Sinceramente, al menos entre los convecinos de esa comunidad, pienso que sólo tendrían derecho a hablar de la corrupción de los políticos los dos vecinos que pagaron ese IVA (un esfuerzo sumamente pequeño, por cierto…). El resto, si lo hacen, critican a los demás con pies de barro…

Esa es la hipocresía que critico.

En otros países, defraudar en impuestos al fisco se considera una falta muy grave y quienes lo han hecho, por grande que fuera su poder, suelen acabar en la cárcel.

Así es nuestro país y lo que realmente sorprende es que sea preocupación general esa corrupción que se practica en amplios estratos de la población, cada uno a su nivel.

Viene todo esto a cuento (al menos para mí…) porque me voy a enfrentar este semestre con una nueva asignatura, "Fundamentos de ética, empresa e innovación", que intenta recoger en cierta forma el tratamiento ya clásico de la "business ethics" o ética de los negocios.

Sé que en informática, generalmente al proponer contratos de desarrollo de software, se actúa también como hizo Sacyr y su consorcio en el concurso del Canal de Panamá. Se ofrecen soluciones más baratas y rápidas con presupuestos que después resultan insuficientes. Pero, una vez conseguido el contrato, ya se verá "mañana" lo que pueda suceder.

Ese tipo de proceder ha llevado a que los informáticos tengamos "mala prensa": los directivos experimentados saben que todo proyecto que emprendemos tiende a resultar más caro y más dilatado en el tiempo de lo que propusimos… Y no siempre es por falta de herramientas de planificación y/o gestión de proyectos.

Y hay otros hechos en la profesión posiblemente más cercanos a la actualidad inmediata de mis estudiantes: ¿es ético el uso que hace una red social como Facebook de nuestros datos?, ¿es ético usar software que no se paga? (los estudiantes de una universidad salen de ella tras usar diversas licencias de software que la universidad les proporciona, pero deberían tener muy claro que, una vez con el título bajo el brazo, ya no deberían usarlas), y tantas y tantas cosas más.

Va a ser divertido… y sumamente interesante.

¿Ética? ¿Corrupción? Vaya usted a saber…

> En informática, al proponer contratos de desarrollo de software, se actúa también como hizo Sacyr y su consorcio en el concurso del Canal de Panamá: Se ofrecen soluciones con presupuestos que después resultan insuficientes

nexica• Cloud
tranquilidad 24x7 garantizada

Siéntete respaldado por expertos en servicios gestionados TIC con Data Center propio y con más de 14 años de experiencia.

Disfruta de un servicio y una plataforma tecnológica innovadores y flexibles, adaptables a tus necesidades. Paga sólo por el uso que realices.

Asegura el negocio de tu empresa sin necesidad de hacer inversiones en infraestructuras y recursos. Nosotros te los garantizamos 24x7.

www.nexica.com

Llámanos al 902 20 22 23
Visita nuestro Data Center

nexica•

Alojamientos y gestión de servicios web críticos.
Gestión de correo corporativo.
Gestión y monitorización 24x7x365.
Plataformas de stress.
Centro Virtual de Contingencia.