

# SERVICIOS TECNOLÓGICOS

ENTREVISTA **PEDRO PRESTEL** Presidente de EuroCloud España

## “El Cloud Computing está en alza”

EuroCloud es la asociación Europea de empresas proveedoras de servicios en Cloud Computing, y establece un modelo pionero al crear una red de asociaciones locales en los diferentes países Europeos. EuroCloud España es la representación de dicha asociación en nuestro territorio, contando actualmente con unos 45 asociados.

### ¿Cuál es el origen de EuroCloud?

La Asociación se crea en París a principios del 2009 con el objeto de promover la tecnología Cloud Computing, así como tener un papel activo en el diseño de estándares. También, la asociación trabaja para construir relaciones sólidas con las administraciones públicas tanto a nivel europeo como local, y estimular la creación de un entorno para el desarrollo y crecimiento de la industria del Cloud en Europa.

Actualmente, hay presencia de Eurocloud en 27 países, de los cuales, 17 tienen ya una organización local. Los miembros son empresas relacionadas o proveedoras de tecnologías vinculadas al Cloud Computing (equipamiento, software, aplicaciones, infraestructura, etc...). Cada una de dichas empresas se ubica en diferentes categorías, ya sea IaaS, PaaS o SaaS.

### ¿Y en España, cómo surge EuroCloud España?

Surgimos en 2009 y, a día de hoy, contamos con 45 miembros. Actualmente hay dos tipos de socios: empresas y socios de honor (personas o entidades destacadas por su aportación).

### ¿Qué acciones promueven desde España?

Hasta la fecha venimos haciendo dos eventos anuales en Madrid y Barcelona (aquí el próximo



mes de septiembre): se trata del “Cloud Day”, o jornadas abiertas del Cloud. En ellos se realiza una introducción magistral a cargo de una persona experta sobre un tema de actualidad que tenga que

ver con el Cloud y, después, a través de diferentes sesiones, cada miembro de la asociación que quiera participar explica su experiencia con clientes, proyectos, productos....

En 2012 también hemos organizado “Desayunos Tecnológicos” en Valencia y el País Vasco, con el objeto de llegar paulatinamente a las capitales de todas las CCAA y dar mayor difusión del Cloud Computing.

Participamos con otras asociaciones y empresas así como universidades y escuelas de negocio, aportando nuestra experiencia y convirtiéndonos en referente del Cloud en nuestro país.

Asimismo, colaboramos con la Administración Pública en distintas comisiones de trabajo e informamos a nuestros asociados a través de envíos de Newsletters periódicas.

Tenemos a su vez otros proyectos en marcha, como la creación de una iniciativa dirigida a impulsar y tutelar –mediante expertos– el uso del Cloud en las empresas y acuerdos mixtos con otras asociaciones para intercambiar experiencias.

A nivel europeo, participamos en los foros e iniciativas que se generan y que nos permiten aprovechar de las experiencias de otros países. La mejor manera de conocer todas nuestras actividades es visitar la página web de la asociación: [www.eurocloudspain.org](http://www.eurocloudspain.org).

### ¿Les afecta la recesión?

El Cloud Computing está en alza y ya nos rodea: los modelos de Nube permiten un ahorro de costes extraordinario, al ser modelos de pago por uso de servicios.

Otra gran ventaja de esta tecnología es que sirve de oportunidad a las empresas para desarrollar sus negocios a nivel global más fácilmente.

### ¿Hacia dónde evoluciona su Asociación?

Queremos incrementar el número de miembros y hacernos más accesibles al resto de la sociedad, mediante una fórmula diferente, pues sabemos que es bueno que se beneficie de nuestros conocimientos y know how en la materia. Como ya he comentado anteriormente nuestro principal objetivo es convertirnos en el referente del mercado del Cloud Computing en nuestro país.



**MÁS INFORMACIÓN**

[www.eurocloudspain.org](http://www.eurocloudspain.org)

ENTREVISTA **ÓSCAR FERNÁNDEZ** General Manager de Adfonic para España, Portugal y Latinoamérica

## “Los dispositivos móviles son el soporte publicitario más eficaz”

Fundada en 2010, Adfonic se ha consolidado como la red europea líder en el sector de la publicidad para dispositivos móviles. En estos momentos, gestiona mensualmente más de 40 mil millones de impresiones y de 4.000 campañas diferentes.

**Para empezar, nos gustaría que hiciese a nuestros lectores una pequeña presentación de su compañía.**

Adfonic es una red de publicidad para teléfonos móviles y tabletas. Estamos especializados en la comercialización de espacios publicitarios en soportes móviles, tanto a nivel de aplicaciones como de sites.

**Actualmente, ¿qué líneas de negocio están desarrollando?**

Sobre todo, estamos trabajando cuatro diferentes líneas:

- Performance. Diseñamos campañas de publicidad netamente volcadas a resultados. En este campo, aunque también realizamos campañas basadas sencillamente en lograr una determinada audiencia, nos identificamos más con campañas orientadas a lograr resultados. Por poner un ejemplo, a conseguir clics en un link, que se visite una determinada página, se llame a un número o, incluso, que se realice una compra. Con este sistema facturamos a los

clientes sólo en base a los resultados que obtengan.

- Rich media. Este concepto se basa en que el anuncio no sólo es un banner en el que se pincha, si no que al entrar en él accedemos a un mundo virtual que permite a las marcas interactuar con los usuarios de una enorme variedad de formas.

- Vídeo. Adfonic ya permite utilizar campañas publicitarias audiovisuales en dispositivos móviles.

- RTB (Real Time Bidding). Con este sistema se permite a los anunciantes pujar en tiempo real por explotar una audiencia determinada.

**Por su experiencia, ¿cuáles cree que son los principales elementos diferenciadores de su compañía?**

El primero es que todo nuestro sistema de producción es propio, no dependemos para



nada de terceras empresas. Pero, además, hemos desarrollado un modelo abierto que nos permite trabajar conjuntamente con otra firma si lo necesitamos.

Otro importante cariz diferenciador es que hemos creado un área específica que dedica el 100% de su tiempo a lograr rentabilizar al máximo las campañas de nuestros clientes.

Por último, creo que también deberíamos destacar que como somos la mayor red nacida en Europa, el volumen de audiencia que gestionamos nos permite optimizar mucho más las campañas.



**Y, para terminar, ¿cuáles son sus planes de futuro?**

Nuestro principal objetivo es poder seguir creciendo para continuar ofreciendo a los anunciantes un servicio cada vez mejor.

Además, queremos consolidar el soporte móvil como lo que ya es en realidad, el sistema más eficaz en cuanto a los resultados que se obtienen por una inversión determinada y el que nos permite utilizar un mayor tipo de comunicaciones.



**MÁS INFORMACIÓN**

www.adfonic.com - 91 320 28 84  
spain@adfonic.com

ENTREVISTA **JOSÉ ANTONIO OLOMBRADA MARTÍN** Director Gerente de ISAI

## “Solución para la Crisis que estamos viviendo” “El objetivo de ShopperClub es mejorar la calidad de vida de nuestros socios y franquicias”

Desde 1995, ISAI, Internet Servicios Avanzados de Información, se ha consolidado como un importante referente dentro del sector de los servicios web y el comercio electrónico. Con el paso de los años, las estrategias de la firma, así como del resto de las compañías del grupo, han tenido que ir evolucionando adaptándose a las necesidades y nuevos hábitos del mercado. Siguiendo esta filosofía empresarial, han apostado por crear una nueva marca, ShopperClub. Un proyecto innovador con el que esperan fomentar el consumo inteligente, incentivar las exportaciones y crear 100.000 puestos de autoempleo en régimen de Franquicia y 5.000 puestos de trabajo directo.

**¿Cuáles son sus principales líneas de negocio?**

Las más importantes líneas de negocio de ISAI son el registro de dominios, el Hosting, el alquiler de Servidores privados y dedicados, creación y diseño de portales y tiendas virtuales, Marketing Web y mantenimiento técnico.

Las otras empresas del grupo se dedican a los servicios de gestión y asesoría de empresas, asesoramiento jurídico y laboral, marketing y publicidad.

**¿A qué perfil responden sus clientes?**

Hasta ahora, el perfil de nuestros clientes siempre ha ido en consonancia con la línea empresarial de ISAI: la pequeña y mediana empresa, el emprendedor y el autónomo.

**En esta difícil época de crisis que nos ha tocado vivir, cada vez es más necesario que el gran público, necesitado de consumir productos y servicios, pueda comprar barato. Háblenos sobre su nuevo proyecto, ShopperClub.**

Todo empezó hace varios años, cuando algunos Familiares y Amigos nos juntamos para hacer compras en común. Nos dirigíamos directamente a mayoristas y distribuidores para poder conseguir buenos precios e importantes descuentos.

Tras comprobar los buenos resultados de este sistema, decidimos compartirlo con más amigos, y a su vez con los amigos y familiares de estos, para conseguir una gran variedad de productos y servicios con los mejores descuentos y bonificaciones. El objetivo

no era otro que lograr que el dinero cundiese más y que pudiésemos lograr una mayor calidad de vida.

De esta idea surgió ShopperClub - Compra Descuento Bonificada, un sistema de “Marketplace” (Comercio en casa) cuya finalidad es poner en contacto a nuestros amigos o socios con una base de reserva y compra de productos directamente del fabricante, importador o mayorista. Un método que nos permite, eliminando intermediarios, lograr hasta un 80% de descuento con respecto al P.V.P.

**¿De qué manera desarrollan esta iniciativa para fomentar el consumo inteligente?**

Nuestro sistema es sencillo y tradicional. Son los propios socios los que invitan a sus familiares y ami-



gos a unirse a Shopperclub para que puedan beneficiarse de una compra barata que les ayude a llegar más aliviados a final de mes.

**Además de esta importante reducción de los gastos familiares, ustedes también intentan mejorar la situación laboral de nuestra sociedad.**

Así es. Los socios que tengan iniciativa, capacidad de decisión, carácter emprendedor, y tiempo libre; pueden participar en este proyecto empresarial y trabajar en régimen de franquicia sin necesidad de invertir dinero. Lo harán desarrollando una actividad profesional apadrinando nuevos socios y obteniendo ingresos de su rendimiento personal y de un porcentaje de la facturación total por la venta de productos, servicios y publicidad. Por nuestra parte le transmitiremos nuestra experiencia y nuestro saber hacer, le facilitamos las herramientas para poder desarrollar con éxito su negocio y le daremos acceso a nuestros servicios de gestión, asesoría, marketing y publicidad.



**MÁS INFORMACIÓN**

www.shopperclub.org - Tel. 91 514 94 14

ENTREVISTA **JOSÉ ANTONIO SANTISO MARTÍNEZ** CEO de 3G Soluciones Móviles

# “Queremos que nuestras aplicaciones faciliten la labor diaria del usuario final”

Fundada hace siete años, la firma vallisoletana 3G Soluciones Móviles ha ido creciendo sin ningún tipo de ayuda pública ni privada, apoyada únicamente en sus pilares fundamentales: trabajo, innovación y servicio al cliente. En los dos últimos años, a pesar de la crisis, aumentaron su facturación más de un 200% aportando soluciones innovadoras que mejoran los procesos productivos, aumentan la competitividad y reducen los costes de las empresas.

## ¿Cuáles son sus principales líneas de negocio?

Tenemos dos bloques muy definidos: proyectos de movilidad a medida para empresas medianas y grandes corporaciones, y productos de movilidad cerrados a costes muy reducidos y fácilmente configurables e integrables para Pymes.

Con esta última línea buscamos que las Pymes tenga un acceso fácil y a bajo coste a las nuevas tecnologías para que puedan mejorar su competitividad. Una buena muestra es nuestro producto 3Globe que por 1 € al mes por usuario permite a cualquier pyme geolocalizar sus recursos, un servicio en la nube que evita tener que montar infraestructuras físicas y realizar una inversión elevada.

## Defina la filosofía de trabajo de 3GSM.

Nuestra filosofía se basa en acompañar a nuestros clientes durante el proceso de incorporación de las nuevas tecnologías móviles a sus procesos de negocio. Para llevar a cabo esta labor con éxito, intentamos adaptarnos a los cambios que se producen en el mercado y en nuestros usuarios.

## ¿A qué perfil responden sus clientes?

A muy diversos perfiles. Desde corporaciones como Vodafone o Europ Assistance, hasta autónomos y pequeñas empresas con 3 o 4 empleados.

## Por su experiencia, ¿cuáles cree que son las principales diferencias entre su empresa y la mayoría de las firmas de la competencia?

En primer lugar, debemos destacar el extremo cuidado que siempre hemos tenido



## “Cuidamos al máximo la usabilidad y el diseño gráfico de los interfaces de usuario”

en todos los aspectos relacionados con el diseño y la usabilidad de nuestras aplicaciones. Desde la misma concepción de nuestros programas, nuestros esfuerzos se centran en facilitar la labor diaria del usu-

ario final. Aunque esto nos obliga a dedicarle más tiempo a cada proyecto, en 3GSM preferimos hacerlo de esta forma para potenciar la calidad.

Otro de los rasgos diferenciadores más importantes de nuestra compañía es que, además de en proyectos a medida para medianas y grandes empresas, llevamos ya tiempo trabajando para que muchas de nuestras aplicaciones se conviertan en productos cerrados que puedan ser fácilmente descargables y configurables por el usuario. Eso sí, productos que comercializaremos a un coste muy reducido.

## ¿Podría mencionarnos algunos de sus proyectos más significativos?

Por no extendernos demasiado, yo destacaría tres únicos proyectos:

- Desarrollamos plataformas de configuración de ofertas para las redes comerciales de Vodafone España. Tanto para los distribuidores como para los comerciales de venta directa.
- Participamos en la creación del Proyecto Carla para la Organización Nacional de Trasplantes. A través de este plan, todos los centros de la red Nacional de Trasplantes disponen de dispositivos BlackBerry a los que llegan todos los avisos, datos e informaciones relevantes sobre trasplantes.
- Hemos colaborado en la elaboración de diversos proyectos para Europ Assistance. Entre otros, con su programa de “Ambulatorio Móvil para el IMSERSO”.

## ¿Con qué equipo humano cuentan?

Toda nuestra plantilla esta compuesta por personas de Castilla y León que tienen



“Un factor clave para entender nuestro crecimiento ha sido el apoyo y la confianza mostrada estos años tanto por Vodafone como por RIM (BlackBerry)”

una edad media comprendida entre los 20 y los 35 años. Un equipo profesional en el que en los dos últimos años ha crecido el personal fijo contratado.

## Han aumentado tanto su facturación como su plantilla. ¿No les afecta la crisis?

La verdad es que, por ahora, la crisis no nos ha golpeado demasiado. En mi opinión, creo que esto sucede por dos razones. Por un lado, el sector tecnológico en el que trabajamos es uno de los menos afectados por la situación económica, y, por otro, es precisamente en estas épocas difíciles cuando las empresas más necesitan aplicaciones y programas que les ayuden a reducir sus costes y a aumentar su productividad.

## Por último, ¿qué objetivos se marcan para el futuro?

Uno de los objetivos es seguir lanzando productos sencillos de usar y a bajo coste para facilitar el acceso de las Pymes españolas a las nuevas tecnologías de movilidad.

A medio plazo, queremos desarrollar con éxito un proceso de internalización que comenzará dando servicio a países de Latinoamérica.



## MÁS INFORMACIÓN

www.3gsm.es - Tel. 983 10 19 32

ENTREVISTA **ENRIQUE COLOMER ALÓS Y JEAN-FRANÇOIS CLERCX** CEO y COO de mimacom Ibérica

# “mimacom, su integrador de sistemas open source de confianza”

La multinacional suiza Mimacom nació en 1999 como un spin Off de la Universidad de Berna. Esta innovadora firma, que abrió una delegación en España en 2009, está enfocada a proyectos open source y, habitualmente, trabaja con metodologías ágiles y con sistemas abiertos.

## ¿Cuáles son los principales elementos diferenciadores de su compañía?

Yo destacaría cuatro aspectos:

- En primer lugar, la calidad. Nuestro equipo profesional cuenta con una gran experiencia en la construcción de sistemas de información complejos, pero que, a la vez, sean fáciles de manejar por los usuarios. Además somos partners de los principales “players” del mundo Open Source, como Liferay, Alfresco, Spring, ICESoft, etc y tenemos una alta contribución a sus comunidades.
- Somos especialistas en desarrollos en entornos Java y Open Source, desde nuestros inicios. Poseemos un stack de desarrollo, estable y muy fiable que asegura la calidad y coherencia de nuestras realizaciones.
- Para llevar a cabo sus proyectos, mimacom utiliza las últimas tecnologías de desarrollo, lenguajes de programación, bases de datos y los métodos de gestión de proyectos. Tenemos una gran experiencia en la gestión de calidad (ISO, CMMI) y enfoques (Scrum, RUP, Hermes) para los medianos y grandes proyectos de TI. Tanto en el sector privado, como con las administraciones públicas.
- En todos los trabajos en los que participamos acompañamos a nuestros clientes de principio a fin. Desde su creación hasta su puesta en funcionamiento.

## Actualmente, ¿Qué líneas de negocio están desarrollando?

Nuestra firma se centra en la integración de sistemas open source que puedan ayudar a las empresas a alcanzar sus objetivos mediante la construcción de sistemas de información que sean agradables y fáciles de utilizar. Para lograrlo, y dependiendo de lo que nos soliciten, trabajamos con una serie de aplicaciones de contrastada calidad: Liferay, especializado en la construcción de portales y aplicaciones Java, y Alfresco, que es uno de los mejores sistemas de gestión documental.

## Valores de mimacom

Excelencia  
Credibilidad  
Profesionalidad  
Competencia Tecnológica  
Compromiso  
Objetividad



## “edorasware es una suite de productos concebida para resolver los problemas más habituales con los que se encuentra un trabajador en su día a día”

### Hace unos meses lanzaron en España uno de sus proyectos estrella a nivel internacional: edorasware. ¿Cuáles son sus principales características?

Edorasware es una suite de productos que resuelven todo lo relacionado con lo que clásicamente se llamaba BPM, pero con unas capacidades especiales que le diferencia de la competencia. Destaquemos las más importantes:

- A nivel funcional, se unen las características del bpm con las de un “case management” y un “task management”, obteniendo así un producto muy potente, integrado y completo.
- Está diseñado desde su concepción para resolver los problemas con los que más a menudo se encuentra un trabajador en su día a día, facilitándole al máximo su labor.
- Es un producto muy sólido y fiable, a pesar de la inmensa cantidad de utilidades que ofrece.
- Es un sistema “lightweight” muy sencillo de utilizar.

### Si no me equivoco, a pesar de que sólo hace unos meses que lo presentaron en nuestro país, ¿creo que ya están a punto de comercializar una nueva versión?

Así es. En agosto saldrá a nivel internacional la versión “cloud” (en la nube) de edorasware. Además, desde el mismo día de su lanzamiento, ofreceremos a nuestros clientes una versión gratuita del mismo.

### ¿Cómo definiría la filosofía empresarial de su compañía?

Tenemos una clara vocación internacional, como proveedores referentes para la integración, promoción y aplicación de productos de código abierto. Para ello, siempre mantenemos una clara actividad innovadora en nuestras realizaciones.

### Concretamente, ¿qué importancia le dan a la innovación?

Es imprescindible para nosotros. En mimacom siempre hemos intentado estar a la vanguardia ofreciendo nuevas soluciones constantemente a nuestros clientes. A día de hoy, podemos afirmar sin rubor que somos una de las empresas más prestigiosas del sector, tanto a nivel tecnológico, como conceptual.

Además, realmente, no es que tengamos un único departamento de I+D, si no que la innovación es una parte fundamental de todos los proyectos en los que participamos.

### ¿Qué presencia tiene mimacom en España?

El grupo cuenta actualmente con más de 150 trabajadores de los que 19 están en nuestra sede de Valencia. Estamos en claro crecimiento y estamos buscando profesionales para incorporar a nuestros proyectos nacionales e internacionales.

### ¿A qué tipo de clientes se dirigen?

Nuestro trabajo se centra en las diferentes administraciones públicas y en las grandes empresas de los diversos sectores como son seguros, banca, automóvil y logística.

### ¿Podría destacarnos algunas de las empresas e instituciones más importantes con las que trabajan?

Por no alargar demasiado la lista, nombraré sólo a los más conocidos. A nivel nacional, podríamos citar a Telefónica, Ministerio de Justicia, la Generalitat Valenciana, la Diputación de Valencia, los

## “Disponemos de una gama de productos sofisticados y de vanguardia, y de una plataforma de desarrollo potente y altamente eficaz para el desarrollo de software ágil”

Ayuntamientos de Alicante, de Castellón y de Torrente, Sanitas, Enagás, entre otras.

Si nos centramos en las empresas internacionales, yo destacaría a Swisscom, Die Post, Deutsche Telekom, Hacienda Pública Suiza, IBM, Credit Suisse o Price Waterhouse Coopers.

### ¿Cuáles son sus planes de futuro a corto y medio plazo?

En primer lugar, queremos desarrollar en España las mismas experiencias que ya vivimos en Suiza y Alemania, a la vez que mantengamos nuestra identidad siendo una empresa de referencia capaz de resolver todos los problemas de nuestros clientes con soluciones que ofrezcan una gran calidad y manejabilidad.

Ya más a medio plazo, tras consolidar nuestra presencia en España tenemos previsto seguir desarrollando Latinoamérica, donde ya tenemos algunos clientes.

MIMACOM

MÁS INFORMACIÓN

www.mimacom.es - Tel 961 19 96 19

**edorasware**  
a company of mimacom group

ENTREVISTA **JOSÉ ANTONIO LUQUE** Socio Fundador de Innova-TSN

# “Damos soluciones con un alto retorno de inversión”

Innova-TSN es una empresa de capital español cuya actividad está enfocada a la consultoría de definición e implantación de soluciones de Business Intelligence y CRM aplicadas a la toma de decisiones. Innova-TSN posee una gran experiencia en el desarrollo de proyectos para un amplio abanico de sectores. La orientación de la compañía está enfocada a la prestación de servicio durante todo el ciclo del proyecto y soporte de continuidad.

## Son una empresa joven y a la vez experta ¿no?

Nacimos en 2004 gracias al impulso de mis socios, César López e Ignacio Barahona, quienes ya proveníamos del sector, junto con el equipo que habíamos ido consolidando durante bastantes años.

Desde siempre, enfocamos nuestro negocio a dar soluciones con alto retorno de inversión con tecnologías de alto valor añadido (SAS, Oracle o Qlikview) que dominamos muy especialmente y así nos lo reconoce el mercado.

## Hablando de soluciones ¿Cuál es su core u oferta?

Ofrecemos ante todo:

- Proyectos Cerrados, “llave en mano”. Colaboramos con nuestros clientes para darles soluciones a su medida.
- Externalización de Servicios son novedosos niveles de servicio que permitan a nuestros clientes asegurar una continuidad del servicio de alta calidad y con objetivos de alto valor añadido.
- Servicios Especializados.
- Auditorías y diseño de metodología y migraciones dentro del ámbito de Business Intelligence y CRM.
- Taller de trabajo con enfoques específicos sobre problemáticas concretas de cada cliente.

## Todos estos servicios los dirigen a...

Contamos con clientes en toda España y en muy diversos sectores: telecomunicaciones, banca, seguros, servicios, energía,...y nos dirigimos a cualquier departamento de una empresa, Marketing, Finanzas, Riesgos, Estrategia, RRHH,...

**“Contamos con un equipo estable y multidisciplinar, el cual recibe formación constante para afrontar los nuevos retos y cambios que se presentan cada día en nuestro sector”**



## ¿En qué se distinguen de la oferta actual existente en el mercado? ¿Cuáles son sus mayores atributos?

Ante todo, personalización de las necesidades de cada uno de nuestros clientes, cada compañía tiene una forma singular de entender su negocio, cómo se presenta en el mercado, qué valor diferencial tiene con respecto a la competencia, cómo articulan sus procesos internos y cómo quieren que sus clientes les identifiquen, todo esto lo tenemos en cuenta y nos adaptamos a cada uno de ellos aplicando estos matices tan importantes en nuestros proyectos y servicios.

En segundo lugar, nuestro equipo de trabajo, que es uno de nuestros activos más importantes. Tienen una gran capacidad para afrontar nuevos retos, cada cliente tiene unas características propias y sus necesidades o problemas tiene soluciones específicas, esto requiere una alto nivel de innovación y adaptación y sobre todo mucha atención a los detalles. Nuestros procesos de selección son constantes, no buscamos específicamente personal para un proyecto o un servicio específico, se busca un perfil concreto, con trayectoria a largo plazo como la que tenemos con nuestros clientes, en definitiva que encaje con la filosofía de la empresa.

Además, destacar nuestro carácter proactivo: siempre pensamos en cómo mejorar con cada cliente o nuestros procesos internos. En definitiva, buscamos la mejora constante a partir de un equipo cualificado, una estructura donde se busca el acuerdo y la participación de todos, un buen control de calidad interno y espíritu de servicio al cliente.

## “Nos adaptamos a cada cliente, y tenemos en cuenta cada matiz y cada detalle que la identifica”

### ¿Participan o acuden a eventos del sector?

Sí. Participamos en diferentes eventos, Forum de SAS, eventos conjuntos con Oracle o específicos con nuestros clientes, etc. También en nuestro plan de marketing, está contemplada dicha asistencia a ferias y eventos, aunque la mejor “Propaganda” nos la brindan los mismos clientes y nuestro trabajo, pues contamos con un alto grado de fidelización y muchas veces nuestros propios clientes nos recomiendan.

### ¿Cómo prevén seguir creciendo?

No queremos crecer por crecer, queremos hacerlo con sentido igual que hasta ahora, nuestro foco de actividad está claro (B.I. y CRM), en eso somos competitivos y aportamos valor. Creemos que hay mucho mercado, nuevas necesidades, nuevas tendencias y nuevas soluciones que aportar a nuestros clientes, aún queda mucho por hacer y es ahí donde queremos estar y donde vemos el crecimiento, soluciones de tiempo real, redes sociales, experiencia de clientes, adaptación nueva normativa reguladora,...

## VENTAJAS Y BENEFICIOS DE LAS SOLUCIONES INNOVA-TSN

La amplia experiencia de Innova-TSN queda reflejada en la diversidad de objetivos alcanzados por sus soluciones, que podrán agruparse en los siguientes beneficios para los clientes:

- Reducir costes manteniendo la alta calidad del servicio.
- Adelantarse a los acontecimientos para diseñar la estrategia más oportuna.
- Segmentar la cartera de clientes y obtener así mayor efectividad en las acciones.
- Simular el impacto de las decisiones en función de escenarios futuros.

## Y qué nos diría de la actual recesión ¿les afecta?

No. El nuestro es un sector que sigue teniendo mucho potencial todavía.

### Innova-TSN

C/ San Bernardo, 123 2º B  
28015- Madrid  
Tel. 91 513 00 73  
www.innova-tsn.com  
email:info@innova-tsn.com

ENTREVISTA **JOSEP RUANO Y THIERRY DAVIN** CEO y Senior Director de CAPSiDE respectivamente

## “No necesitas cloud, necesitas la solución adecuada a tu proyecto”

CAPSiDE es una ingeniería de sistemas independiente que ofrece soluciones tecnológicas adaptadas a las necesidades de cada empresa. Hemos hablado con Josep Ruano y Thierry Davin, CEO y Senior Director de CAPSiDE respectivamente, para conocer con más detalle cuál es la filosofía de trabajo de la compañía.

### ¿Cuándo nació CAPSiDE?

En el año 2001. Desde el primer momento tuvimos claro que queríamos convertirnos en especialistas en proveer a las empresas de aquellas infraestructuras tecnológicas que mejor se adaptaran a sus necesidades. Y no me refiero a proporcionar sólo una tecnología concreta con la que nos hubiéramos “casado”, sino a mantener la independencia que nos permitiera diseñar lo que mejor se adaptara a cada caso.

### Y en la práctica...

En la práctica nos encargamos del diseño técnico, la selección y gestión de proveedores

**“CAPSiDE es especialista en la ingeniería de sistemas de información”**

y tecnologías implicadas, y de la posterior administración de infraestructuras en 24x7.

Aportamos al cliente más facilidad y más garantías con una única SLA para todo el servicio, que es la más completa del mercado. Hoy tenemos más de 8.000 servicios gestionados en 24x7 de más de 300 clientes.

### ¿Qué diferencia a CAPSiDE de sus competidores?

Hay varios aspectos que nos definen, y el primero de ellos es la especialización. No queremos ofrecer de todo, sino que ahondamos en lo que conocemos para ofrecer la mejor solución en aquellas áreas que dominamos. Por otra parte, el ser independientes de cualquier proveedor nos permite tener los mismos intereses que el cliente y prescribir siempre la solución más adecuada. Esta forma de actuar ha hecho que los clientes nos premien con su confianza y puedan centrarse con lo que de verdad conocen: el núcleo de su negocio.

### ¿Por qué habéis elegido este enfoque?

Afrontamos una nueva realidad, hoy hay mucha más facilidad para el usuario a la hora de emplear los servicios, pero por contra la gestión de los mismos se ha vuelto más compleja. Nosotros analizamos la situación del cliente, sus necesidades y sus objetivos de negocio, y en base a esto le recomendamos la solución más adecuada para maximizar el retorno de la inversión ya sea en base a tecnologías cloud, otras tecnologías o un enfoque híbrido. Aportamos a nuestros clientes conocimiento y experiencia en este ámbito y actuamos como broker de los servicios de información para que siempre obtengan la máxima eficiencia y reduzcan sus costes.

### ¿A qué perfil responden sus clientes?

Nos dirigimos a medianas y grandes empresas que tienen un denominador común: sus servicios de tecnologías de la información son críticos para su negocio. Si me pregunta por sectores, estamos presentes en



**“La empresa mantiene su independencia en beneficio de sus clientes”**

varios, desde la sanidad al e-commerce, pasando por clubes deportivos o agencias de comunicación, por poner algunos ejemplos.

IKEA, El Armario de la Tele, McCann Erickson o Almirall Prodesfarma son algunas de las empresas que ya confían en CAPSiDE.



### CAPSiDE

Gran Via de les Corts Catalanes, 414, 1º 4º  
08015 BARCELONA  
Tel. 93 426 67 31  
www.capside.com

## IRIS lidera un proyecto de I+D para fabricar envases sostenibles con las aguas residuales del aceite de oliva

La empresa IRIS desarrollará un nuevo biopolímero para el embalaje alimentario

**E**l desarrollo de nuevos materiales con recetas sostenibles. Éste es el objetivo de la empresa tecnológica Innovació i Recerca Industrial i Sostenible SL (IRIS), quien lidera un ambicioso proyecto internacional que busca soluciones para la generación de envases sostenibles a partir de las aguas residuales procedentes de la producción de aceite de oliva.

Bajo el Séptimo Programa Marco de la Unión Europea, IRIS lanzó el proyecto Oli-PHA a principios de junio, para investigar y desarrollar nuevos biopolímeros aptos para el embalaje alimentario a partir de estas aguas residuales. La investigación, que cuenta con trece universidades, pymes y grandes empresas de la industria del aceite de oliva, del plástico y del embalaje, de Europa y Suramérica, prevé obtener resultados en 2015. A parte de IRIS, dos otras empresas españolas participan al proyecto: Técnicas para la fijación del Carbono SL (FCTechnics), de Sant Adrià de Besos; y La Grana, de Sant Vicenç de Castellet, dedicada a la alimentación ecológica.

### PROBLEMÁTICA QUE PIDE SOLUCIONES

Actualmente la producción de aceite de oliva genera más de 30 billones de litros

de aguas residuales a nivel mundial. Europa es el principal productor de aceite de oliva, estando España en la cabecera con el 46% de la producción mundial, por delante de Italia, con el 18% y Grecia, con el 12%, según datos de la organización que promueve su producción, el International Olive Council.

A pesar de los beneficios saludables e indiscutibles del aceite de oliva por sus valores nutricionales, el oro líquido tiene su lado menos agradable en las técnicas de producción, que conllevan un impacto negativo sobre el medioambiente, principalmente como consecuencia de los residuos generados.

Ante esta realidad, la apuesta de Oli-PHA es clara: aportar una solución sostenible a la problemática medioambiental de la industria del aceite de oliva, partiendo del principio de dar valor a los desechos, transformándolos en nuevos materiales de uso, con nuevas funcionalidades. La investigación que lidera IRIS supone la aplicación de los últimos avances en bioplásticos, biotecnología y tecnologías del envase.

La empresa de I+D IRIS y sus colaboradores han identificado el potencial del residuo como fuente para la producción

de un nuevo biopolímero utilizando microalgas. Según estudios del proyecto, con tan solo el 10% de las aguas residuales producidas anualmente a nivel mundial, se estima que se podrían producir hasta 2.300 toneladas de bio-poliésteres –conocidos también como *polihidroxialcanoato* o “PHA”– cumpliendo así con la amplia demanda actual de material para la producción de envases sostenibles.

### MÁS SOSTENIBLE Y ECONÓMICO

Además de coordinar Oli-PHA, la empresa IRIS, junto con FCTechnics, diseñará los bioreactores que permitirán el cultivo de algas y que optimizarán su rendimiento, con la evidente reducción del coste del plástico y de su impacto medioambiental. Según la Dra. Elodie Bugnicourt, líder del área de ecomateriales de IRIS, “el innovador material tendrá efectos tangibles en el mercado, facilitando el acceso a este biopolímero por parte de las industrias del embalaje y de la alimentación”.

IRIS también estudiará el aprovechamiento de otros componentes de estas aguas residuales, en especial los antioxidantes, cuyos efectos incrementarán la vida útil de los alimentos. La validación



IRIS es una empresa tecnológica dedicada a I+D+i y a la ingeniería avanzada

del uso del nuevo material a nivel industrial irá a cargo de IRIS, junto con empresas de cosmética y de alimentación como La Grana.

### LA REVALORIZACIÓN DE LOS RESIDUOS

IRIS como empresa catalana dedicada a I+D e ingeniería avanzada, tiene como misión el desarrollo e investigación de materiales sostenibles como soluciones para el futuro. La directora de IRIS, Oonagh Mc Nerney lo tiene claro: “Proyectos como Oli-PHA representan la innovación inteligente: valorizamos re-

siduos para generar compuestos de valor que sustituyen a los materiales procedentes del petróleo. Un futuro sostenible depende claramente de avances en esta dirección”. Añade: “Oli-PHA es una clara muestra del interés de IRIS por conciliar la industria con el medio ambiente”. A pesar del actual clima de incertidumbre, la apuesta rigurosa por la innovación tangible y la inversión continuada está conduciendo a esta empresa joven y en constante crecimiento hacia el liderazgo en la revalorización industrial.

ENTREVISTA **HÉLÈNE CARAUX** Responsable de los Productos Cloud Computing en OVH

# “La virtualización ofrece importantes ventajas competitivas a los profesionales”

OVH fue fundada en 1999 por Octave Klaba con el objetivo de aportar a todos los que deseen lanzarse en Internet soluciones que aúnen la mejor tecnología disponible y la simplicidad con unas tarifas muy ventajosas. Una combinación ganadora como demuestra que en tan sólo doce años OVH se haya convertido en el Hosting número uno de Europa y el cuarto en el ranking mundial.

## OVH España fue creada en junio de 2006. ¿Qué servicios ofrece su firma en nuestro país?

Para empezar, ofrecemos una completa gama de soluciones de Hosting: nombres de dominios, servidores, soluciones Cloud y telefonía VoIP.

Por otra parte, debemos destacar que, en el contexto económico actual, OVH.es está particularmente orgullosa de aportar soluciones innovadoras a un nuevo tipo de cliente: los emprendedores. Con soluciones de bajo coste, nuestra compañía puede desarrollar proyectos para cualquier tipo de cliente: un particular, un autónomo e incluso pequeñas y medianas empresas.

Con la misma motivación y el espíritu de equipo que han hecho de OVH.com un éxito desde su creación, OVH.es ofrece en España la experiencia y la calidad del líder Europeo del Hosting.

## Actualmente, ¿qué líneas de negocio están desarrollando?

OVH pone a disposición de quien lo necesite su técnica y su experiencia en diferentes productos dirigidos a todo tipo de usuarios. Desde un alojamiento compartido simple y completo con el que los clientes sólo deben preocuparse del diseño y del desarrollo de sus webs, a servidores dedicados cuando las visitas del sitio web empiezan a crecer, o soluciones más profesionales dirigidas a pequeñas y medianas empresas.

También se ha convertido en una empresa de referencia gracias a sus servidores “made in OVH” donde la calidad y el precio son controlados minuciosamente ya que nada se deja a terceros. OVH no compra sus servidores sino que los fabrica en sus propias cadenas de montaje localizadas directamente en sus datacenters. El resultado es claro: cada día, hasta 400 servidores se instalan según las necesidades de los usuarios y son entregados en menos de una hora.

## ¿Cuál cree que es el principal elemento diferenciador de su compañía?

Lo que realmente diferencia a OVH es que ha creado su propia red de fibra óptica. Se trata de una



infraestructura única en este mercado que cuenta con un ancho de banda de 900 GB, una conexión con 31 puntos de interconexión en 3 continentes y un mantenimiento operativo durante las 24 horas del día.

## Desde hace unos meses, también están ofreciendo un servicio de servidores virtuales, en la nube. ¿Qué beneficios le puede aportar a una empresa este tipo de servidor?

Los VPS (Virtual Private Servers) son particularmente interesantes para las empresas que buscan

máquinas virtuales fiables (VPS está avalado por la tecnología VMware) y que puedan evolucionar al instante sin correr el riesgo de pérdida de hardware. De esta forma, a través de un simple clic se puede aumentar o reducir la potencia, la RAM, y el almacenamiento de sus VM, y todo ello con un SLA del 99,9%.

OVH propone también el sistema VKS con una relación calidad-precio-rendimiento óptima. Es el servidor ideal para usarse simplemente como alojamiento, para correo o de juegos, sin arruinarse.

## ¿Cuáles son las ventajas que el Cloud Computing ofrece a las empresas?

El Cloud Computing representa un ahorro considerable de tiempo para las empresas. Éstas se benefician instantáneamente de las infraestructuras informáticas en función de sus necesidades. Si quieren lanzar nuevos proyectos o campañas de marketing, o responder eficazmente a un aumento de visitas inesperado, en unos pocos clics crean la infraestructura o la reducen. No tienen ya necesidad de pedir, configurar e integrar el nuevo hardware. Estos límites se han superado.

Adicionalmente, el cloud permite optimizar las inversiones informáticas. Me explico. Internamente, las empresas no suelen explotar más que el 25% de la capacidad de sus servidores con el objetivo de anticiparse a un eventual crecimiento. Sin embargo, con el Cloud Computing utilizan todo el potencial de sus servidores y piden nuevos equipos en caso de que surja un imprevisto o que haya un pico de actividad.



**“El cloud es un símbolo de movilidad. Basta con una conexión a Internet para que los profesionales puedan acceder a todos sus servicios y medios de trabajo”**

## Su otra gran diferencia es la gran movilidad que permite a sus usuarios.

En efecto. El trabajador del siglo XXI es nómada. Ya esté en el trabajo, en casa o viajando, tiene que poder acceder siempre a sus datos. Un requisito resuelto por el Cloud Computing. El cloud es un símbolo de movilidad. Basta con una conexión a Internet para que los profesionales puedan acceder a todos sus servicios y medios de trabajo.

En este sentido, OVH ha desarrollado también un servicio de mensajería, Hosted Exchange 2010. Desde su navegador web o su sistema operativo, los usuarios pueden planificar sus reuniones en sólo unos segundos. El servicio señala automáticamente la hora de la reunión en función de la disponibilidad de los asistentes y el lugar del evento. Los profesionales pueden consultar sus e-mails y agendas, estén donde estén, desde un ordenador, Tablet o Smartphone.

## ¿El cambio al Cloud se rentabiliza rápidamente?

El Cloud se amortiza a los pocos meses de su puesta en funcionamiento. Se trata de un presupuesto lineal en el que el cliente alquila su infraestructura a un precio fijo. Contrariamente a lo que pasa con las infraestructuras internas, aquí no hay malas sorpresas. Antes, el coste del material no se rentabilizaba hasta años después de su compra y las máquinas quedaban rápidamente obsoletas. Además, al externalizar total o parcialmente sus infraestructuras informáticas, las compañías reducen también los costes de explotación. La electricidad, la vigilancia y el mantenimiento ya están incluidos dentro del Cloud Computing. Estas ofertas son por lo tanto menos costosas y sobre todo más respetuosas con el medioambiente.

## ¿Es fácil poner en marcha un sistema de Cloud Computing?

Las ofertas de Cloud de OVH son compatibles con la mayoría de las soluciones informáticas existentes, como son Microsoft o VMware. Y, además, gracias a la virtualización las empresas pueden multiplicar sus servicios.



## MÁS INFORMACIÓN

[www.ovh.es](http://www.ovh.es)

# Las empresas responsables con el medioambiente reducen sus gastos en el tratamiento de residuos

Expense Reduction Analysts ha comprobado que 9 de cada 10 empresas analizadas gastan menos cuanto menos dañan el medioambiente.

Expense Reduction Analysts ha comprobado que la gestión ecológica de residuos resulta más económica que el simple desecho: 9 de cada 10 empresas analizadas por los expertos consultores de la compañía lograron reducir el gasto en el tratamiento de residuos al implementar procesos respetuosos con el medioambiente.

La consultora realiza un análisis tanto de los residuos como de aquellos productos o subproductos no deseados que se generan intrínsecamente al proceso productivo de cualquier compañía. "Las empresas no suelen llevar un control exhaustivo de los gastos que supone deshacerse de los residuos que generan. Sin embargo, esta obligatoria actividad ofrece grandes posibilidades puesto que existen residuos que se pueden valorizar e incluso convertirse en fuente de ingresos", explica M<sup>a</sup> José Balaguer, ingeniera industrial y consultora de Expense Reduction Analysts.

Casi la totalidad de las empresas que inician un proceso de optimización de costes en la gestión de residuos logran ahorros en torno al 35%, "incluso se ha dado el caso de algún ahorro superior al 100%, donde la empresa no sólo dejó de pagar por desechar sus residuos sino que comenzó a ingresar al vendérselos a otra empresa que los utilizaba como materia prima", puntualiza Balaguer.

En el 94% de los casos analizados se logró una reducción de costes en la gestión de los residuos. La mayor proporción de empresas (el 41%) obtuvo ahorros de entre el 20 y el 40% en los gastos generados por desechar sus residuos. Es un dato llamativo el porcentaje del 6% de compañías analizadas que revirtieron el coste para convertirlo en un ingreso. Concretamente, fueron empresas que valorizaron sus residuos, bien empleándolos ellos mismos como materia prima y ahorrando en la compra de la misma, bien vendiéndolos a terceros que los reutilizaban. Esta reconversión de los desechos en materia prima minimiza el impacto medioambiental por una doble vía: menos residuos depositados en el medioambiente y menor consumo de recursos naturales para la obtención de las materias primas.

Las claves para intervenir en la gestión de residuos, según indican desde Expense Reduction Analysts, son un análisis de los procesos de generación para minimizar la cantidad de residuo, y una buena clasificación que permita

valorizar el residuo bien mediante su reutilización en la propia compañía o bien a través de la venta a terceros. Otro de los factores a tener en cuenta es el análisis de los procesos de almacenamiento y transporte, "donde también se pueden realizar mejoras que redundan tanto en minimizar el impacto ambiental como para lograr ahorros en las empresas", concluye M<sup>a</sup> José Balaguer.

Expense Reduction Analysts es una de las mayores consultoras de gestión y control de gastos no estratégicos

del mundo, especializada en ofrecer soluciones de ahorro de costes a empresas medianas o grandes. Fundada en 1992 en Reino Unido, realizó una rápida expansión internacional que le ha permitido contar en la actualidad con oficinas en 30 países y más de 750 consultores en todo el mundo. La compañía, que inició su andadura en España en el año 1999 y su expansión en el 2006, cuenta con 4 delegaciones territoriales, con Madrid como sede central en nuestro país.



Ahorro conseguido en gestión de residuos en las empresas que implementaron el proyecto

ENTREVISTA **M<sup>a</sup> JOSÉ BALAGUER** especialista en Gestión de Residuos

## *“Es posible generar recursos económicos a través de una buena gestión de residuos”*

**¿Saben las empresas españolas gestionar bien sus residuos?**

Hoy en día existe una buena conciencia medioambiental, y los residuos se gestionan de manera responsable, pero en muchos casos la carga económica que eso supone es mayor de la necesaria. Realizar una buena gestión de los residuos en una empresa es complicado porque tiene un enfoque técnico importante.

**¿Qué parámetros hay que tener en cuenta?**

Examinar los procesos de generación, almacenamiento y transporte es fundamental. Una vez determinados los residuos, es muy importante llevar a cabo una buena analítica. Para poder afinar precios en determinados residuos, se necesita descartar posibles problemas de tratamiento, para lo cual es necesario la toma de muestras y la realización de análisis específicos.

Nuestro conocimiento del mercado nos permite acudir al proveedor adecuado, buscando especialistas o por el contrario agrupando residuos para optimizar las cuestiones administrativas y ahorrar en costes de transporte. En estos aspectos Expense Reduction Analysts trabaja codo con codo con los proveedores y eso garantiza la solución más adecuada en cada caso.

**Y ¿qué resultados se suelen obtener?**

El ahorro medio suele estar en torno al 35%, pero se han dado casos de un ahorro superior al 100%. Es decir, lo que era un gasto se transformó en un ingreso, así que ima-

gina la reacción del cliente al comenzar a generar recursos económicos a través de realizar una buena gestión de sus residuos. Y además empleando procesos medioambientalmente responsables.

**¿Son las empresas españolas respetuosas con el medioambiente al desechar sus residuos?**

Cada vez más. Además la legislación regula el tratamiento que se debe dar a los residuos según su tipología. Lo que no saben algunas empresas es que los residuos en muchos casos son valorizables o incluso reutilizables. A través de una buena segregación en origen y un tratamiento adecuado en el gestor, algunos residuos pueden reutilizarse, emplearse como materia prima para otros procesos o como combustible. Con esto se consigue minimizar la cantidad de residuos que al final se deposita en el medioambiente y al mismo tiempo se dejan de consumir otros recursos naturales.

**¿Qué sectores son los que más provecho podrían sacar al realizar una buena gestión de sus residuos?**

Todos los sectores se ven beneficiados ya



que todas las empresas generan residuos en sus procesos productivos. Pero hay sectores cuya actividad genera intrínsecamente más cantidad de residuos, como pueden ser el Químico, Metal, Sanitario, Farmacéutico o Alimentación.