



NUEVAS TECNOLOGÍAS

Entrevista **ANTONI GRAUPERA** GERENTE DE TAI Smart Factory

“Transformamos la empresa tradicional en una Smart Factory”

TAI es una empresa que desarrolla e implementa soluciones para el control de plantas de producción. Más de 200 fábricas distribuidas en más de 40 países están conectadas con su sistema.

Tecnologías aplicadas a la información... A la práctica, ¿en qué consiste su especialización?

TAI se dedica a cubrir las necesidades reales de su cliente alrededor de su planta de producción y las TIC. El registro y explotación de la información, la automatización, la monitorización, el control y verificación de la calidad y, sobre todo, dotar de inteligencia a cada uno de los

elementos que forman parte del sistema son las diferentes labores que TAI ofrece a sus clientes. El objetivo de un cliente de TAI es optimizar la eficiencia, la calidad y disponer de la información adecuada para la toma de decisiones. Estamos hablando de la Industria 4.0, de sistemas ciberfísicos, de la digitalización de la manufactura o de lo que conocemos como cuarta revolución industrial, donde la empresa tradicional, tal y como la conocemos hoy, se transforma progresivamente y pasa a ser una Smart Factory. Actualmente, solo una de cada cinco fábricas basa su producción en una estructura inteligente. Todavía queda mucho trabajo por hacer.

Esto, ¿en qué tipo de soluciones se plasma? ¿Cuál es su denominador común?

Si usted cree en la mejora continua es un cliente de TAI. No es neces-

“El objetivo de un cliente de TAI es optimizar la eficiencia, la calidad y disponer de la información adecuada para la toma de decisiones”

sario realizar grandes inversiones y proyectos para mejorar el funcionamiento y la operativa de las empresas dentro de la planta de producción. Nosotros entendemos este proceso como un proceso a medio plazo en el que, año tras año, se van implementando pequeños proyectos que van aportando valor a la empresa para hacerla más competitiva. Para mejorar se debe conocer y para conocer se debe tener la información. Nosotros participamos tanto



De izquierda a derecha Agustín Caballero, Antoni Graupera y Raimon Bielsa

en la obtención de la información como en la mejora de procesos aportando herramientas a través del software. Enviar información al PLC para que prepare la receta, controlar el consumo de un silo, avisar al almacén de que una materia prima se está acabando o parar una máquina porque las variables de proceso o calidad están fuera de rango son algunas de las funciones que se pueden parametrizar en nuestro software. El denominador común es la comunicación. Buscamos que exista una buena comunicación entre todos los componentes del sistema (operarios, directivos, máquinas, materiales...) a fin de poder automatizar, agilizar procesos y tomar decisiones.

¿Qué productos han desarrollado hasta ahora?

Bajo la plataforma de productos QPlant, damos servicio a toda el área productiva a través de nuestro sistema MES (Manufacturing Execution System) con QPlant SF; al área de mantenimiento, con QPlant MM; la de calidad, con QPlant QC; y a la de recursos humanos para el control de presencia y

acceso, con QPlant TA. De esta manera tenemos la visualización de lo que está pasando con las máquinas, los puestos de trabajo, la trazabilidad de los operarios, el seguimiento del producto y de su calidad.

¿A qué ventajas orientan sus objetivos? ¿Qué beneficios buscan ofrecer al cliente?

La crisis y la globalización han sido dos amenazas que durante los últimos años han estado persiguiendo y aún persiguen a las empresas. Desde TAI hemos querido convertir estas amenazas en oportunidades para que la empresa industrial sea más competitiva, dotando al sistema productivo y gerencial de las herramientas necesarias para que pueda tomar decisiones con datos objetivos.

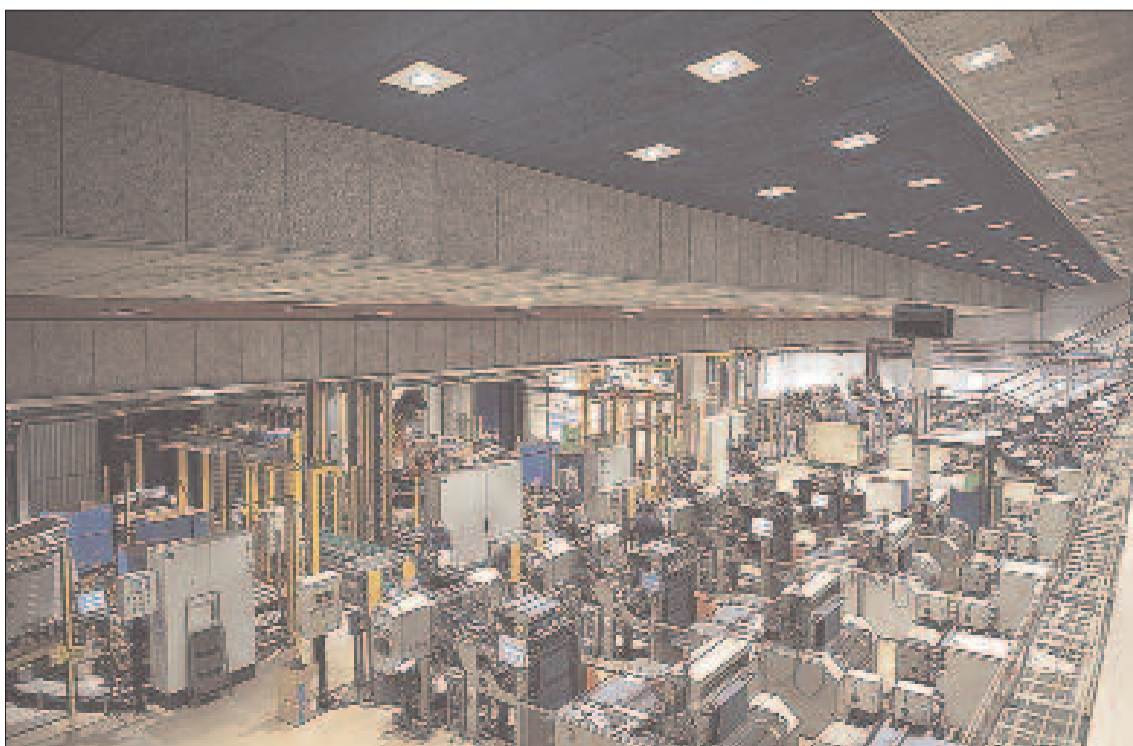


Foto cedida por Saplex como ejemplo de Smart Factory

Entrevista **MÓNICA ZAPATA** CEO & UX DIRECTOR DE OPTIMYZET

“Optimyzet es el partner digital que necesitan nuestros clientes para llevar a cabo sus proyectos”

Optimyzet nació como consultora de estrategia digital y experiencia de usuario. Su labor consiste en definir experiencias digitales, centrándose tanto en los objetivos de negocio como en las necesidades y contexto de uso de los usuarios. Para conocer más detalles hemos conversado con su máxima responsable, Mónica Zapata.

¿Cuáles son los principales servicios que ofrecen a sus clientes?

Los clientes tienen la necesidad de pautar sus acciones online y muchos de ellos se sienten perdidos en un contexto tan cambiante como el digital. Nuestro objetivo es acompañar a las empresas en este proceso, ya sea en la definición de la estrategia en sí o en la ejecución de la misma. Llevamos a cabo la conceptualización y diseño de productos y servicios digitales, todo ello teniendo en cuenta el contexto multidispositivo en el que nos encontramos, que nos lleva a trabajar proyectos en responsive design, aplicaciones para móvil y tablet o para dispositivos más específicos como GPS o cajeros.

¿De qué manera trabajan la estrategia digital? ¿Qué ventajas y beneficios aporta?

Definimos estrategias digitales ad hoc para nuestros clientes. Implica-

mos a todas las personas clave de la organización con el fin de definir cuáles son los objetivos de negocio, sus prioridades y sus necesidades, apostando claramente por la cocreación. Nos gusta tomar las decisiones apoyándonos en todos los puntos de vista, en todo lo que hemos analizado, porque sabemos que sólo así conseguimos definir tanto la mejor estrategia como el roadmap idóneo para llevarla a cabo.

¿Qué técnicas utilizan a la hora de realizar estudios de usuarios?

Tratamos de conocer siempre las inquietudes y necesidades de los usuarios en el entorno digital del proyecto o servicio que queremos definir o evaluar, y para ello utilizamos distintas técnicas. Cuando nos interesa conocer la respuesta emocional de los usuarios, nos basamos en el neuromarketing y técnicas como el biofeedback, que nos permite medir variables como las ondas cere-

brales, la presión arterial o la frecuencia cardiaca. Si, en cambio, lo que nos interesa es analizar la facilidad de interacción, llevamos a cabo test con usuarios donde monitorizamos su navegación, analizamos sus expresiones, preguntamos sobre las acciones realizadas...

¿Cuáles son sus principales valores diferenciales con respecto a otras empresas del sector?

Hemos cumplido 5 años y seguimos pensando que debemos perseguir una única máxima: la calidad. Esto, junto con la cercanía y la personalización, es por lo que nos buscan nuestros clientes, es por lo que nos recomiendan, y el camino que hemos recorrido hasta ahora nos demuestra que es la clave del éxito y el factor que realmente nos diferencia. En Optimyzet nos gusta pensar que somos más que un proveedor, que somos el partner digital que necesitan nuestros clientes para llevar a cabo sus proyectos.



¿Se dirigen a algún perfil concreto de cliente? ¿Cuál es su mercado geográfico potencial?

Nuestra actividad se realiza principalmente en Barcelona y Madrid, básicamente porque la mayoría de clientes se concentra en estas dos zonas. Aun así no nos marcamos límites en cuanto a mercado geográfico. Tampoco tenemos un perfil concreto de cliente porque la evolución digital ha afectado de forma transversal a todos los sectores. En estos años hemos trabajado para clientes tan distintos como ING DIRECT, BBVA, Gas Natural, TMB, Media Markt, RACC, FC Barcelona, SABA, RBA, RICOH, Atrápalo, Vueling, Expo Hotels&Resorts, ESA-DECREAPOLIS, Infojobs, Letsbonus, EDUCO, EVO Banco, la Universidad de Barcelona o Rent4 Banco.

optimyzet
www.optimyzet.com



Entrevista **FRANCISCO RUIZ** CEO DE ESPECIALIDADES MÉDICAS MYR, S.L.

“Exportamos más del 90% de nuestra producción a más de cincuenta países”

En un sector tan exigente como el médico, Especialidades Médicas Myr, una empresa nacida hace casi tres décadas en El Vendrell (Tarragona), se ha convertido en una referencia internacional en el desarrollo y la fabricación de instrumentos de electromedicina para el sector de la Anatomía Patológica. Patólogos de más de cincuenta países utilizan a día de hoy los alrededor de 14.000 equipos altamente tecnológicos que Myr tiene en el mercado.

¿Cuáles fueron los orígenes de esta empresa? ¿De qué forma han evolucionado?

La compañía se fundó en el año 1988. En un principio, inicié la activi-

dad en solitario y en el garaje de mi propia casa; sin embargo, hoy por hoy la empresa está formada por un equipo de diez profesionales y contamos con 1.400 metros cuadrados de

instalaciones. Empezamos a trabajar en el mercado nacional, pero al cabo de tres años contacto con nosotros una multinacional alemana y llegamos a un acuerdo para fabricar equipos con desarrollos propios Myr pero bajo su marca. Ese fue nuestro salto internacional. Estuvimos trabajando para ellos hasta el año 2012, momento en el que decidimos iniciar nuestra andadura de forma independiente promocionando nuestra marca, apoyándonos en el hecho de que nuestros equipos contaban ya con un fuerte reconocimiento en el sector.

En la actualidad, ya están en todo el mundo...

Sí, de hecho exportamos más del 90% de nuestra producción a más de cincuenta países en casi todos los rincones del mundo.



¿Con qué diferentes variedades de equipos cuentan?

Desarrollamos y fabricamos tres variedades distintas procesadores de tejidos, centros de inclusión y teñidores automáticos.

¿Qué ofrecen sus máquinas al sector médico? ¿Por qué son tan importantes?

Nuestras máquinas preparan las muestras histológicas (de tejidos orgánicos), ya sean biopsias o citologías, para el diagnóstico por el patólogo. Los equipos deshidratan las muestras, las fijan, preparan los bloques para realizar el corte con el micrótopo, y posteriormente, realizan la tinción de las células. En de-

finitiva, preparan las muestras para que el patólogo pueda hacer su diagnóstico.

Y son importantes porque si el proceso que realizamos no se lleva a cabo correctamente, el patólogo no puede emitir un diagnóstico, No es que haya un diagnóstico erróneo, sino que hay que repetir de nuevo los pasos.

¿Por qué considera que destacan los equipos de Myr?

Sobre todo, lo que más valoran de nuestros equipos es su funcionalidad, facilidad de uso y de reparación. También son reconocidos por tener unos diseños atractivos, y aparte de

esto, destacamos por el servicio que ofrecemos al cliente.

La compañía está certificada ISO 9001 e ISO 13485 (normativa específica para fabricantes de equipos médicos para diagnóstico in vitro). Todos nuestros productos están certificados y homologados en base a las normativas internacionales vigentes, y están registrados en los ministerios de Sanidad de diferentes países.

Para finalizar, ¿cuáles han sido los últimos avances en los que han estado trabajando?

Hace poco que hemos lanzado nuestro nuevo teñidor de tejidos. Tiene unas prestaciones muy similares a las que ofrecen los equipos que fabrican las dos grandes multinacionales líderes del sector, pero su precio es muy inferior, gracias a haber sido capaces de adaptar nuestras máquinas a las necesidades reales del mercado.

Myr
Especialidades Médicas Myr S.L.

myr.com.es
Presentes en las ferias:
Médica (Dusseldorf)
Medlab (Singapur)
Arab Health (Dubái)



Entrevista **JIMMY MUÑOZ** COFUNDADOR DE INTROWIFI

“Estamos haciendo realidad ‘El Placer de El Valle del Jerte’”

Que visitar el extremeño Valle del Jerte durante la floración de los cerezos es un placer, ya lo sabíamos. Pero El Jerte ya es mucho más que cerezas. De ello se está encargando Introwifi, una empresa local comprometida con el desarrollo económico y social de la zona, promotora de un proyecto que, bajo el nombre de ‘El Placer del Valle del Jerte’, une las tecnologías, el agroturismo y el emprendimiento en un mismo espacio, convirtiéndose en una clara impulsora del futuro de la zona. Hablamos con Jimmy, que reconoce que gracias a su mujer e hijos, obtiene el apoyo y energía necesario para afrontar todos sus proyectos empresariales.



Imagen cedida por José Manuel Beltrán - jmbeltran@desdeundron.com

¿Cómo se define Introwifi?

Aunque ahora estamos desarrollando proyectos de perfil más diverso, Introwifi es una consultoría de tecnologías de la información. La creamos hace 5 años mi socio, Francisco Parral, y yo, cuando estudiábamos juntos informática. El objetivo inicial fue el de aportar una solución a los problemas que estaba dando la red wifi que se había montado en mi pueblo, El Torno. No funcionaba bien y además no había nadie que lo arreglara, así que nos pusimos manos a la obra. Conseguimos crear, tanto en nuestro pueblo como en otros de los alrededores, redes inalámbricas fiables y asequibles. Hasta la fecha hemos llevado a cabo unos 24 proyectos de este tipo, tanto en Extremadura como fuera de nuestra Comunidad.

De forma más amplia, hoy ofrecen un servicio integral en el marco de las TI...

Sí. Con ese enfoque trabajamos actualmente, de la mano también de Daniel Sánchez, el tercer socio en llegar a nuestra sociedad. Nuestro objetivo ha sido el de posicionarnos en la zona como una empresa de referencia, un proveedor de confianza en nuestra área de especialización, no solo en redes wifi sino también en otros servicios desde la creación de páginas web a sistemas de gestión empresarial, pasando por manteni-

Efectivamente. Se trata de un proyecto heterogéneo con el que nos adentramos en el sector turismo, pero que a la vez incluye un vivero de empresas para start ups relacionadas con la tecnología (que es de lo que sabemos) y/o el campo (que es nuestro entorno). Algo así como un ‘silicon valley’ a la extremeña, con el que brindamos la oportunidad a empresas que empiezan de enclavarse y poder trabajar en un entorno tranquilo e idílico, el Valle del Jerte, en el marco de un privilegiado paisaje. Así, bajo el nombre de ‘El Placer del Valle del Jerte’, estamos creando esta propuesta para start ups, tanto españolas como extranjeras, ubicada en una extensión de 23 hectáreas. En ella se alza además una edificación principal que estamos terminando de acondicionar como alojamiento y que será el núcleo de nuestro proyecto de agroturismo, con una empresa de servicios integrales, y que se completa con 15 apartamentos, en Cabezuela del Valle. Queremos que el Valle del Jerte se convierta en un referente en agroturismo y potenciar todos los recursos de la zona, comercializando incluso productos típicos bajo el mismo sello. Nuestra idea, al final, es crear un espacio en el que mucha gente bien formada que vive en el Valle del Jerte pueda encontrar aquí un lugar en el que desarrollarse profesionalmente, ya sean informáticos, ingenieros o personal de hotelería y turismo. Con todo ello, conseguiremos dar aún más vida al valle. Creemos además que es importante crear una alternativa a la cereza que, aunque es y va a seguir siendo la esencia del Valle del Jerte, no es excluyente de que se puedan hacer más cosas.



www.introwifi.com

“Nuestro proyecto permite a profesionales de diferente perfil desarrollar su trabajo en el marco del Valle del Jerte”

miento informático o servicio técnico. Todo ello orientado tanto a particulares como a instituciones y empresas privadas de muy diverso tamaño, desde autónomos y micropymes a la multinacional Campo y Tierra, que también es cliente nuestro. Y además tenemos una franquicia de la enseña Dynos (Grupo Megasur).

¿El Placer del Valle del Jerte ha sido el siguiente paso? ¿En qué consiste?



Foto de Jimmy sentado en el sofá, en la maja de su Tío Juan (www.tiojuan.es)

Lycamobile elimina el roaming y permite hablar sin costes adicionales entre España y 19 países

Para muchas personas, la compañía Lycamobile es aún relativamente desconocida en España. Y eso que, según los datos de la CNMC, la multinacional es la quinta compañía por número de líneas móviles en nuestro país, solo superada por las cuatro grandes: Telefónica, Vodafone, Orange y Yoigo. La compañía lleva operando en España desde 2011 y recientemente ha alcanzado los 1,8 millones de clientes en nuestro país.



Pero su verdadera fortaleza reside en su carácter transnacional. Lycamobile es una compañía inglesa que, con la reciente apertura de mercado en Túnez, está ahora presente en 20 países de los 5 continentes. Desde allí ofrece llamadas a todos los países del mundo, dando servicio a 14 millones de personas en todo el mundo. No hay en la actualidad ningún operador móvil virtual (OMV) con actividad en tantos mercados.

Precisamente esta internacionalización es lo que ha permitido a Lycamobile adelantarse a otras compañías y poner en marcha lo que en otras empresas será una realidad sólo a partir de 2017: el fin del roaming. Desde abril de 2015 es posible comprar en Lycamobile un bono que elimina los costes adicionales de roaming derivados de viajar a 19 países en Europa, Australia y América.

La compañía virtual se convierte por tanto en la primera de su sector que apuesta por la movilidad,

permitiendo a sus usuarios pagar lo mismo con independencia del país en que se encuentren. Estos bonos, una vez contratados en España, pueden ser usados indistintamente en Austria, Australia, Bélgica, Noruega, Alemania, Irlanda, Italia, Francia, Holanda, Hong Kong, Suecia, Polonia, Dinamarca, Suiza, Portugal, Rumanía, Reino Unido, Túnez y EEUU.

Los bonos, algunos de los cuales incluyen datos para ser consumidos en España, van desde los 2,5 euros a los 20 euros al mes en función del número de minutos y megas contratados y funcionan siempre con tarjeta de prepago, como todos los productos de compañía.

Ventajas del prepago

Desde sus inicios, Lycamobile siempre ha apostado por la tarjeta prepago, un sistema que en países como Bélgica o Italia supone en torno al 75% del mercado. “Las tarjetas suponen un complemento perfecto para cualquier persona que viaje, tenga familia en el extranjero o quiera realizar

un consumo extra de datos, ya que no requieren ningún compromiso de permanencia y permiten controlar el gasto sin miedo a sustos en la factura”, afirma Subaskaran Allirajah, presidente de la compañía.

Gracias a estas tarifas, Lycamobile se ha consolidado como la opción elegida por miles de estudiantes Erasmus que aterrizan cada año en España, para los que cuenta además con ofertas especiales como los Bonos Europa o Latino.

Además, Lycamobile se está centrando en una de las mayores demandas del mercado: el consumo de datos. “Tenemos ofertas que van desde los 5 € por 1 GB, hasta los 23 por 5 GB, una estupenda alternativa para los tablets o para las tarifas que se quedan cortas en datos o salen excesivamente caras”, añade Allirajah.



www.lycamobile.es

Entrevista DAVID DIESTRE Y JORDI COLET
SOCIOS Y FUNDADORES DE PROACIT-ITECH515

“Proacit-ITECH515 es un grupo local globalizado, con una oferta especializada y singular”

El próximo año se cumplirá el décimo aniversario de Proacit-ITECH515, una entidad creada por David Diestre y Jordi Colet tras desarrollar una amplia trayectoria profesional en la firma Siemens. Actualmente ofrecen a sus clientes una oferta especializada y singular tanto a nivel nacional como internacional.



es el VisualCems que permite realizar la gestión medioambiental de emisiones y actualmente está implantado en toda la industria petroquímica de Tarragona (AEQT), que es la zona en la que estamos ubicados, con la función de recoger miles de datos minutales, su posterior tratamiento y envío de los resultados a las propias empresas y a los diferentes organismos oficiales, como por ejemplo la Generalitat de Catalunya. Cuando consolidamos esta idea del software, fundamos ITECH515, una compañía internacional con visión eco-innovadora que además está especializada en ofrecer servicios de inspección de corrosión en tuberías, detección de fugas en tuberías enterradas y detección de emisiones fugitivas. Está certificada en base a las normativas ISO 9001 e ISO 14001.

¿Qué clase de servicios ofrece?

DD- ITECH515 desarrolla aplicaciones globales para monitorizar datos que garanticen procesos productivos sostenibles y seguros, servicios medioambientales e inspecciones, sobre la base de la máxima calidad y seguridad. Su catálogo de servicios puede agruparse en tres ámbitos: la herramienta para obtener, gestionar y analizar datos de proceso en tiempo real; un software multiplataforma para la gestión y análisis de datos de los analizadores de emisiones -especialmente útil para las empresas que deben reportar datos en continuo a las Administraciones Públicas; y servicios de detección e inspección tanto en tuberías y conducciones de fluidos como de emisiones fugitivas Smart LDAR e inspecciones NDT (Ultrasonidos). Desde ITECH515 queremos ayudar a las empresas preocupadas por el respeto al medioambiente facilitándoles la tecnología y servicios necesarios para que puedan disponer del máximo de datos tratados de forma que faciliten la toma de decisiones.

Dentro de su proceso de internacionalización, el pasado mes de junio crearon una empresa en Zu-

“Desde ITECH515 queremos ayudar a las empresas preocupadas por el respeto al medioambiente facilitándoles la tecnología y servicios necesarios para que puedan disponer del máximo de datos tratados de forma que faciliten la toma de decisiones”

rich. ¿Qué objetivos esperan conseguir a través de esta nueva compañía?

JC- Con ITECH515 GmbH queremos estar más cerca del mercado europeo, donde mantenemos acuerdos con varios partners de software, para acometer de manera más directa y eficiente la consolidación del proceso de internacionalización, a partir de los dos centros estratégicos que están situados en las ciudades de Zurich y Tarragona.

¿Qué herramientas novedosas utilizan para llevar a cabo sus actividades y servicios?

DD- Últimamente hemos incorporado una herramienta para la detección de emisiones fugitivas (VOC's), que es una cámara de alta sensibilidad capaz de visualizar un espectro invisible al ojo humano, ya que opera en el IR medio, entre 3,2 y 3,4 μm . Es fundamental en la detección de emisión de gases fugitivos, pues permite localizar la ubicación exacta de una fuga, incluso a gran distancia. Esta cámara portátil fue presentada por ITECH515 en exclusiva en España durante la pasada edición de EXPOQUIMIA 2014. Del mismo fabricante, OPGAL, presentamos nueva cámara fija EyeC-GasFX en la pasada WGC (Conferencia Mundial del Gas), que se celebró en París durante la primera semana de junio 2015.



www.proacit.com -
www.itech515.com

Entrevista MELINA QUIROGA GERENTE DE KERNEL DOC

“Externalizar la transformación de la información mejora procesos y optimiza costes”

Kernel Doc es una empresa especializada en ofrecer servicios de transformación digital y gestión de la documentación. Fundada en el año 2002 por profesionales con más de 25 años de experiencia en el sector. Desde los inicios decidió ofrecer a las empresas servicios de externalización de sus procesos internos que sean capaces de aportar valor a su negocio. Hablamos con su gerente, Melina Quiroga.



¿Qué ventajas aporta la externalización de la transformación de documentos?

Las ventajas son múltiples. Lo que nosotros proponemos es un proceso de externalización de todas aquellas actividades que no aportan valor al objetivo principal de negocio de nuestros clientes, como la digitalización de documentos, su impresión, el envío de una carta. El outsourcing o externalización de este tipo de actividades permite a las empresas destinar sus recursos humanos a aquellos ámbitos que le son realmente productivos y, al mismo tiempo, mejorar tanto su productividad como el acceso a la información ya digitalizada.

¿Y un ahorro en los costes?

Así es. En primer lugar, porque delegar este trabajo en una empresa como Kernel Doc evita dedicación de recursos humanos al manipula-

do físico de los documentos, lo que supone un ahorro de hasta el 75% en el tiempo y el coste de esa tarea y permite destinar esos recursos a otro tipo de operaciones. Nuestro sistema hace que los clientes tengan unos gastos contenidos basado en la filosofía del “pago por uso”. Además, se trata de un servicio de implantación inmediata; somos nosotros quienes disponemos de los equipos y las herramientas tecnológicas adecuadas para procesar esa información, por lo que la empresa no necesita invertir en software, en un escáner ni tampoco en formación.

De modo que Kernel Doc ofrece algo más que un servicio de digitalización de documentos...

Aportamos valor añadido a una serie de tareas que para nuestros clientes solo representan dedicación de recursos. Lo hacemos aportando conocimiento, estructura, seguri-

dad, confidencialidad y un total control y trazabilidad de la información tratada. Nuestro servicio de outsourcing ha logrado así que empresas de cualquier dimensión confíen en nosotros y entiendan que el trabajo que realizamos no es el mero escaneo del documento, sino que el valor está en el antes y el después de dicha tarea, y en lo que pueden hacer con esos contenidos posteriormente para ser tratados de una manera eficiente por parte del cliente.

¿Es un servicio apto para todo tipo de empresas?

Sí, tanto grandes compañías como pymes pueden beneficiarse de un servicio como éste.

Adaptamos cada servicio según las necesidades, abordando las diferentes etapas que intervienen: logística documental, manipulación, clasificación, digitalización, indexación y verificación.

Aquellas que suelen manejar mucha información, son más conscientes de la importancia de transformar ese contenido al formato digital para poder después extraer aquellos datos que les ayuden a conocer su negocio y a tomar decisiones más rápidas y eficientes.

Por ello, se ha trabajado en ofrecer un precio unitario a conceptos que resulten familiares como carpetas de anillos o archivo definitivo para que la empresa sepa cuánto va a pagar por el servicio y en que se va a beneficiar por ello.

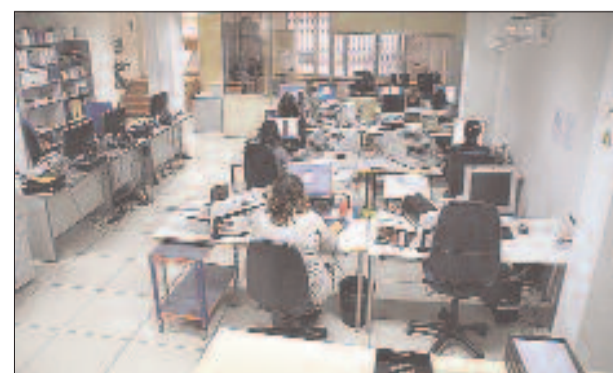
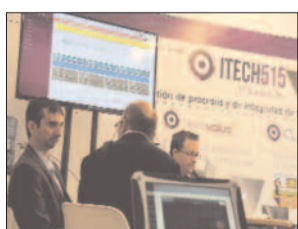
¿Cuáles son los retos de futuro de Kernel Doc?

El crecimiento de documentos digitales también requiere de un tratamiento profesional para poderla gestionar con eficacia y ha de potenciar la externalización de diferentes actividades de la empresa. Estamos convencidos que los servicios en torno a la documentación digital representa una importante línea de negocio hacia el futuro.

Sin olvidarnos, que todavía se sigue moviendo mucho más papel del que la gente se imagina, y que tenemos un largo camino por delante si somos capaces de hacerles ver que la digitalización supone un importante ahorro, una mejora de sus procesos y un incremento de la competitividad.



www.kerneldoc.es



Entrevista JORDI BATALLA DIRECTOR GENERAL DE SUBCOELE, S.L.



“Combinamos la tecnología de una gran empresa con el servicio ágil y cercano de una pyme”

Ofrecer una tecnología equiparable a la de las grandes firmas del sector pero con el servicio ágil y de proximidad de una pequeña empresa constituye el principal valor diferencial de Subcoele, una entidad dedicada desde hace casi 25 años en Igualada al montaje de circuitos electrónicos y a la fabricación de equipos llave en mano. Para conocer más detalles hemos conversado con su fundador y director general, Jordi Batalla.

¿Cómo ha evolucionado Subcoele desde sus orígenes personales como autónomo hasta su posicionamiento y gran reconocimiento actual dentro del ámbito electrónico?

Mis inicios en el sector se remontan a 1992, cuando doy inicio a mis actividades como autónomo en el campo del montaje de circuitos electrónicos. Dos años después, en 1994, nos constituimos ya como Sociedad Limitada debido al crecimiento que habíamos obtenido, trasladándonos en 1997 a nuestras instalaciones actuales, que están situadas en Igualada (Barcelona). En los dos últimos ejercicios hemos estado aplicando un plan de negocio que ha comportado una gran inversión económica que se ha traducido en un importante salto cualitativo.

¿En qué ha consistido esta inversión tan relevante?

En Subcoele ya prestábamos una serie de servicios en los que estamos muy especializados, pero esta inversión financiera nos ha permitido adquirir diversos equipos, tecnologías

y procesos muy innovadores que nos han situado en primera línea del sector electrónico, a pesar de ser una pyme, con unos niveles de calidad excelentes porque podemos detectar cualquier posible incidencia que se produzca durante el proceso de montaje de un circuito electrónico, con un grado de trazabilidad óptima y con una total garantía de funcionamiento posterior entrega al cliente.

¿Cuáles son los servicios que pueden ahora ofrecer tras la adquisición de estas líneas SMD?

Nuestras líneas SMD están equipadas con los mejores procesos, la mejor maquinaria, incluyendo visión 3D en SPI y AOI para poder subministrar los circuitos electrónicos con unos niveles de incidencia mínimos, ahorrando a nuestros clientes tiempo y dinero. Por tanto, podemos ofrecer un completo servicio de montaje de prototipos, ensamblaje y montaje de circuitos electrónicos, coating, verificación funcional, etc., siempre con la máxima calidad y trazabilidad.

“Ofrecemos montaje de prototipos, ensamblaje y montaje de circuitos electrónicos, coating, verificación funcional, etc., siempre con la máxima calidad y trazabilidad”

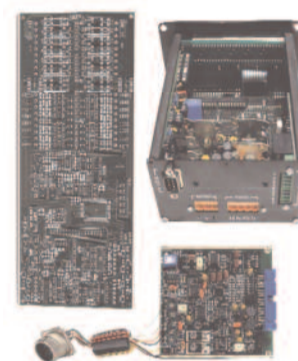
¿Con qué perfil de cliente suelen trabajar? ¿Realizan exportaciones?

La cartera de clientes de Subcoele, S.L. está integrada básicamente por ingenierías repartidas tanto por Cataluña como en el estado Español. Nosotros no realizamos exportaciones de manera directa, aunque nuestros circuitos electrónicos está presentes a través de las instalaciones y equipos de nuestros clientes en países de todo el mundo.

¿Cuáles son sus principales valores diferenciales con respecto a otros competidores?



La fuerte inversión realizada en los dos últimos ejercicios, en unos momentos difíciles debido a la incidencia generalizada de la crisis económica, nos ha posicionado al mismo nivel tecnológico que las grandes compañías del sector, aunque nosotros podemos ser más competitivos gracias a un servicio muy ágil, directo y personalizado debido al pequeño tamaño de nuestra estructura organizativa. De cara a los próximos años queremos seguir apostando por este tipo de inversiones para incrementar nuestra capacidad productiva y, en la medida de lo posible, intentar dar también el salto a los diferentes mercados exteriores.



www.subcoele.com

Entrevista JOSEP LLUÍS SUFRATEGUI JUNCOSA DIRECTOR COMERCIAL DE IBERTEMA

“IBERTEMA es el proveedor y partner perfecto para PYMES que buscan un ERP vertical o estándar”

IBERTEMA fue constituida a finales de 1989 en Barcelona con la misión de desarrollar e implementar un ERP propio: X-GESTION, del que actualmente están comercializando la versión 5. Ofrecer servicios globales, seguridad y experiencia con la máxima profesionalidad es la clave de su éxito, tal y como queda demostrado por el hecho de haber sido elegida como mejor partner en cloud computing por IBM en 2013.

Tras 25 años impulsando a la empresa, tal y como ustedes remarcan, ¿qué es lo que demandan ahora las diferentes compañías y era impensable hace un cuarto de siglo?

Las empresas demandan seguridad y estabilidad. X-GESTION 5 está muy maduro y testado, además de contar con muchas más funcionalidades y módulos integrados que hace 25 años. En el campo de la informática y la tecnología nada es impensable, pero está claro que acceder al ERP a través de dispositivos móviles y alojar datos en la nube era algo para soñar que hoy día tenemos muy bien resuelto.

¿De qué manera IBERTEMA se ha convertido en el partner perfecto para estas empresas?

IBERTEMA busca satisfacer las necesidades de una PYME que tal vez exporte, tenga filiales, varios puntos de venta, varias empresas del grupo, varios almacenes, etc., pero que necesite calidad, tecnología, prestaciones y flexibilidad. Pocas empresas y ERP's pueden dar eso como lo hacemos nosotros.

En el mercado actual aún hay muchas PYMES que no quieren implementar un ERP desarrollado y pensado para empresas gigantes o para microempresas. El coste, el tiempo de instalación, las adaptaciones y la flexibilidad marcan las diferencias a nuestro favor, y ahí IBERTEMA puede ser el mejor proveedor.

¿Qué servicios globales ofrecen?

Abarcamos multitud de servicios relacionados con la informática-ERP, soluciones cloud, soluciones para dispositivos móviles, integración con herramientas CRM, BI, e-Commerce, mantenimiento de instalaciones y sistemas informáticos, desarrollados a medida.

“La clave es definir muy bien junto con el cliente qué queremos conseguir y adónde queremos llegar”

“Ibertema busca satisfacer las necesidades de una PYME independientemente de su tamaño, sector, o necesidades particulares”

IBERTEMA desarrolla sus propios productos. ¿Para qué sectores empresariales están pensados?

IBERTEMA es el proveedor y partner perfecto para PYMES que buscan un ERP vertical o estándar. Gracias a un lenguaje de programación de primer nivel, los desarrollos son rápidos y económicos. La clave es definir muy bien junto con el cliente qué queremos conseguir y adónde queremos llegar. X-GESTION está desarrollado para todo tipo de sectores, como hospitales, alimentación, distribución, fabricación, químico, farmacéutico, textil, moda, hogar, retail, franquicias, joyería, prensa, etc.



¿Tienen algún acuerdo de colaboración con determinados partners tecnológicos?

Venimos colaborando desde siempre con los grandes fabricantes tecnológicos, como ORACLE, IBM, 4J's, CISCO o MICROSOFT. Asimismo, cooperamos con otras empresas especializadas como la nuestra para determinados proyectos donde el ERP no es el único protagonista.



www.iberterma.es

Entrevista ORLANDO FERNÁNDEZ DIRECTOR GENERAL CONSULTING PROFESSIONAL SYSTEMS

“Nuestra capacidad para adaptar las soluciones de gestión a cada negocio nos diferencia”

Ubicada en Ripollet (Barcelona) y de reciente creación, CPS es una empresa integrada por un equipo que, sin embargo, lleva trabajando junto casi dos décadas, acumulando una amplia experiencia en el desarrollo de software, especialmente para el sector de hostelería y turismo. Con delegaciones en Madrid y Sevilla, CPS opera a nivel nacional, contando además con clientes en la República Dominicana.

Aportar valor al cliente con desarrollos propios que realmente se ajusten a las necesidades concretas de su negocio ¿Con este objetivo trabaja CPS en el marco de su especialización?

Sí. El objetivo principal de trabajar de esta manera tan especializada es, principalmente, ofrecer un producto cercano al cliente privado y las Administraciones Públicas, con un diálogo permanente, que sea flexible y aporte una respuesta rápida a las necesidades cambiantes, tanto por el mercado como por la tecnología, y hacer de ello un hecho diferencial con otros fabricantes.

¿Trabajar cerca del cliente es importante para un desarrollo personalizado? ¿CPS ha convertido este aspecto, decía, en su diferenciación...

Al tener un desarrollo propio, podemos realizar y ajustar el producto a las necesidades específicas y especiales de cada cliente, mediante el diálogo directo con él. Esto tiene una serie de ventajas, tanto para el cliente, que puede tener las herramientas que él realmente necesita y ajustadas a su negocio particular, como para nosotros, con las aportaciones en conocimiento y experiencia que nos hacen. También esto sirve para que seamos una especie de concentrador de conocimientos y técnicas, que hace que todos nuestros clientes compartan técnicas y métodos a través de nosotros. Efectivamente, esto es nuestro valor añadido, nuestra diferencia.

¿Sus soluciones de gestión se orientan principalmente al sector turístico?

Sí. Nuestras soluciones de software están principalmente

orientadas al sector turístico, ya que es donde acumulamos mayor conocimiento y experiencia, aunque también apoyamos en otros sectores. En cuanto a sistemas y hardware, estamos más diversificados.

“HoteloPlus es una gestión integrada para hoteles, apartamentos y hostels”

Háblenos de HoteloPlus ¿Permite la gestión integral de un establecimiento hotelero?

HoteloPlus es una gestión integrada para hoteles, apartamentos y hostels, lo que se conoce con un PMS. Todos los aspectos del negocio, así como todo el ciclo de vida

del producto hotelero, están contemplados por el aplicativo. La conectividad con otros sistemas (desde CRS, gestiones financieras, facturación electrónica, etc, hasta dispositivos, como lectores de documentos y otros) es muy alta, tanto por los que tiene actualmente el cliente como los que pueda tener, que podemos desarrollar sin ningún problema. El producto es muy configurable y adaptable a las necesidades de múltiples tipos de negocios hoteleros.

Con este mismo enfoque de gestión integral ¿Qué otras aplicaciones han desarrollado o distribuyen?

En cuanto a software, aparte de nuestro producto, distribuimos, damos asistencia y mantenemos una gestión para bares, restaurantes y otro tipo de establecimientos, que es de ICG Software. Evidentemente, está perfecta-



Manuel Leonardo, responsable de Servicio Técnico.
David Tudela, compras y administración.
Orlando Fernández, responsable de I+D+i.



mente integrada con HoteloPlus.

Además de software, también damos servicios de ventas e instalación y mantenimiento de siste-

mas, tanto en software como hardware, redes y conectividad.

www.cps-sl.com

Entrevista JOAN TRILLA Y PAU CODINA SOCIOS DE BRACNORIA, S.L.

“Somos especialistas en intranets corporativas bajo la plataforma SharePoint y en entornos móviles”

Bracnoria es una compañía especializada desde hace 11 años en intranets corporativas y aplicaciones móviles enterprise para todo tipo de multinacionales y grandes cuentas, siendo pioneros en España a la hora de lanzar al mercado la primera suite de productos SharePoint bajo la marca Kaldeera.

¿El hecho de apostar desde sus inicios por un socio tecnológico como Microsoft es el motivo por el que suelen trabajar con grandes cuentas?

JT- Desde nuestra constitución en octubre de 2004 decidimos apostar por un socio tecnológico como Microsoft, especializándonos en intranets corporativas o empresariales bajo la plataforma específica SharePoint y siendo pioneros en España en el desarrollo y posterior lanzamiento al mercado de la primera suite de productos de este software organizativo bajo la marca Kaldeera. Debido a las características de esta plataforma, orientada a multinacionales y grandes cuentas, nuestra cartera de clientes está integrada desde entonces por entidades de estas características, con más de 100 casos de éxito a lo largo de

estos 11 años de trayectoria y con un equipo de ingenieros dotados del correspondiente certificado de reconocimiento oficial de Microsoft.

Además, en los últimos años han comenzado una segunda línea de negocio orientada al entorno móvil.

PC- Nuestra experiencia en el sector nos ha llevado a ofrecer al cliente unos desarrollos de soluciones y aceleradores que les permiten ser más competitivos que el resto, lo que sin duda representa todo un valor añadido, con productos y servicios que pueden proporcionarse a través de entornos informáticos físicos o también en la nube, lo que además abarata los costes. Por otro lado, en los últimos años hemos iniciado una segunda línea de negocio donde ofrecemos soluciones de movilidad que permiten el acceso a las



“Somos pioneros en España en el desarrollo y lanzamiento al mercado de la primera suite de productos para SharePoint”

intranets corporativas desde un entorno colaborativo y social. Por tanto,

nuestro catálogo incluye servicios de consultoría, desarrollos, migraciones hacia entornos de SharePoint y soluciones a medida para gestión de empleados, de vacaciones, de salas, etc.

¿Hasta qué punto es importante la innovación en el día a día de Bracnoria?

JT- Como buena parte de nuestros clientes son extranjeros y apuestan por la experiencia tecnológica de Bracnoria por la aportación que ofrecemos a nivel

de interfaz de aplicaciones y experiencia de usuario, nos vemos obligados a evolucionar e innovar constantemente para satisfacer por completo sus demandas. Así, nuestra visión actual y a medio plazo está focalizada sobre dos ramas fundamentales: interfaz de aplicaciones que den un valor añadido a la empresa y la movilidad.

¿Cuáles son los principales parámetros sobre los que se asienta su estrategia corporativa?

PC- El decálogo de motivos por los que un cliente debe trabajar con nosotros incluye los siguientes aspectos:

- 1- La gran importancia de nuestra experiencia.
- 2- Utilizamos las mejores prácticas y metodologías.
- 3- Contemplamos un enfoque completo, tanto desde la vertiente tecnológica como del negocio, para dar al cliente la mejor solución.
- 4- Siempre escuchamos al cliente para poder realizar el análisis más adecuado.
- 5- Somos económicamente sólidos, tras los 11 años de presencia en el mercado que poseemos.
- 6- Con el cliente siempre utilizamos un lenguaje sencillo y perfectamente entendible.
- 7- Trabajamos para mejorar la relación del cliente con su entorno (clientes, proveedores, colaboradores,...).
- 8- Ser más grande no significa ser mejor.

www.bracnoria.com

Entrevista ANA MARÍA VILALTELLA DOMENJÓ CONSEJERA DELEGADA Y SOCIA FUNDADORA DE ALTER SOFTWARE
MANUEL MOTA DIRECTOR DE DESARROLLO DE NEGOCIO

“Todos nuestros productos integran en una única solución toda la actividad de nuestros clientes”

Alter Software es un fabricante de software independiente que nació en el año 2002, después de más de veinte años de experiencia en Tecnologías de la Información, dentro de empresas de primer nivel, y de la mano de su fundadora Ana María Vilaltella Domenjó y de su equipo.

Desde su origen, se ha especializado en dos grandes sectores, financiero y agrícola, ofreciendo soluciones integradas que cubren la totalidad de sus negocios, desarrolladas en entorno web (Java, HTML, JavaScript) bajo el modelo Model View Controller que permite tener claramente diferenciado el interfaz de usuario, la lógica de negocio y el acceso a los datos.

Alter Software se presenta como una empresa familiar, pero su infraestructura es sólida y amplia. ¿Cómo se consigue combinar ambos factores?

A.V. Sin duda hemos logrado compaginar con éxito nuestro ca-

rácter de empresa familiar, con valores como la proximidad y el compromiso con nuestros clientes, la calidad y la visión de largo plazo, con un tamaño suficientemente grande como para desarrollar procesos ambiciosos y mantener nuestros productos en la más absoluta vanguardia tecnológica y funcional.

Nuestro enfoque multidisciplinar nos permite aportar soluciones reales a problemas vigentes. Las TI son un aliado imprescindible para ordenar las empresas y aportar el conocimiento que da soporte a la toma de decisiones, siendo vital contar con una solución integrada, multiempresa, multidivisa y multiproducto,



que evolucione en la misma dirección que la empresa. Huimos de soluciones caras, difíciles de gestionar, encorsetadas, sin economía de escala y sin posibilidad de adaptarse a los entornos cambiantes.

¿Qué características ofrecen sus productos para ser tan valorados en los dos sectores?

M.M. Todos nuestros productos integran en una única solución toda la actividad de nues-

tros clientes, huyendo del típico esquema de TI basado en módulos aparentemente integrados que no garantiza una organización interna eficiente. En este sentido, el know how de nuestro equipo, su gran capacitación a ni-

vel técnico, su compromiso y su capacidad de automatizar procesos hacen que nos convirtamos en una herramienta imprescindible para la organización de la empresa.

Además, el compromiso contractual de actualizaciones funcionales y mantenimiento normativo sin coste adicional garantiza un sistema a largo plazo sin necesidad de desembolsos adicionales, con la garantía económica y de estabilidad funcional que supone.

¿De qué productos estamos hablando?

M.M. Disponemos de un sistema de gestión agrícola, KEOPS®, que cubre desde la producción en el campo hasta la transformación y comercialización de los productos agrícolas, y un sistema de gestión de activos financieros BIA® para unidades de banca privada, sociedades y agencias de valores, EAFIs, gestoras de instituciones de inversión colectiva y de pensiones y compañías de seguros, ambos enlazados, cada uno en su sector, con Ares®, específico para la gestión financiera y contable.

alter, soft

www.altersoftware.es

Entrevista ENRIC PARERA DIRECTOR GENERAL DE TOOLSGROUP EN ESPAÑA

“La IA ofrece un nuevo modelo de planificación de la cadena de suministro”

ToolsGroup Spain forma parte de la multinacional ToolsGroup dedicada a ofrecer a mercado soluciones dirigidas a la optimización de la cadena de suministro. Con su Director General, Enric Parera, hablamos de las tendencias en este sector, especialmente en el ámbito tecnológico donde se desenvuelve la empresa.



Tras más de 20 años en este sector, ¿cómo enfoca ToolsGroup su trabajo para la mejora de la cadena de suministro?

Como dice, son más de 20 años que nos han servido para conocer muy bien el sector, para especializarnos y para adaptarnos a esos cambios siempre con un objetivo idéntico: ofrecer a nuestros clientes soluciones para el diseño, la planificación y la optimización de la cadena de suministro. En nuestro caso, optamos por la tecnología como herramienta y contamos con una plataforma propia que nos permite proporcionar a nuestros clientes sistemas que les ayuden en la toma de decisiones.

Y esa tecnología ha evolucionado mucho...

Sin duda, ha sido una evolución muy significativa y ahora estamos trabajando en proyectos que nos permitan contar con entornos de inteligencia arti-

ficial (IA) a la hora de planificar la cadena de suministro. Para ello es preciso transformar el enorme volumen de datos que se manejan hoy -y unir el análisis estadístico y nuestro conocimiento del sector- para convertir esos datos en información aplicable en las estrategias de negocio. El reto es lograr que esa transferencia de tecnología sea lo más cómoda posible para el cliente, de ahí que trabajemos con lo que llamamos hojas de ruta, es decir, acompañando a la empresa en la adopción de esa tecnología, en la formación en su uso o en el reciclaje de aquellos profesionales que tienen que adaptarse a un nuevo modelo.

¿Como el e-commerce?

El contraste entre las estrategias del retail tradicional y el comercio sería un ejemplo, pero ese proceso de planificación de la cadena de suministro no se circunscribe a nuevos negocios. También otros se han visto obligados

a adoptar esas tecnologías para mejorar su productividad y optimizar sus procesos. Pienso, por ejemplo, en el sector farmacéutico, al que los decretos y los recortes han hecho replantearse su modelo y su estrategia para buscar soluciones que les permitan salvar esos obstáculos que no tenía hace solo unos años.

¿Qué diferencia a ToolsGroup de sus competidores?

Hay dos aspectos que nos definen muy bien. El primero es que estamos especializados en la planificación de la cadena de suministro, mientras

que para los competidores de mayores dimensiones este es un mercado más dentro de su gran oferta. Eso nos permite estar mucho más cerca de los clientes y reforzar los vínculos de fidelidad mutua. Por otra parte, somos una empresa muy innovadora cuya materia prima son los datos. A partir de ellos, tenemos el conocimiento y la experiencia para investigar y explorar nuevos caminos, como la inteligencia artificial que le comentaba al principio. La IA nos ofrece un nuevo espacio y unas nuevas reglas a la hora de analizar los datos, evaluarlos, transportarlos e integrarlos en un

proceso de toma de decisiones que cada vez debe ser más rápido y eficiente.

¿Cuáles son los retos de futuro de la compañía?

Por un lado, seguir invirtiendo en ese modelo de aplicación de la inteligencia artificial a las soluciones de planificación de la cadena de suministro; por otro, estamos convencidos de que ese camino nos permitirá introducirnos en nuevos sectores como la investigación clínica, la biotecnología, la sanidad, la banca, los seguros o las telecomunicaciones. Como ve, no se trata de sectores industriales que manejan productos físicos, pero sí de actividades en los que el big data y la IA son de una utilidad indiscutible. Si sabemos aprovecharlo, podremos lograr un crecimiento importante en los próximos años.

www.toolsgroup.com

La IA nos ofrece un nuevo espacio y unas nuevas reglas a la hora de analizar los datos, evaluarlos, transportarlos e integrarlos en un proceso de toma de decisiones que cada vez debe ser más rápido y eficiente.

Entrevista **GUILLEM PÉREZ** DIRECTOR GENERAL DE ZEMSANIA

“El mundo digital reclama nuevas reglas y nuevos modelos de negocio”

Zemsania es una compañía dedicada a ofrecer servicios y soluciones en el mundo tecnológico. Hablamos con su director general, Guillem Pérez, para conocer con más detalle la labor de su división de negocio más reciente: Digital Business Transformation.

¿Cómo definiría a Zemsania?

Zemsania es una empresa multinacional presente en ocho países que desde 2003 se dedica a proporcionar a sus clientes soluciones y servicios innovadores en el campo tecnológico. Actualmente contamos con un equipo formado por 900 personas y estamos presentes en diversos sectores, desde las tecnologías de la información hasta las telecomunicaciones, pasando por la industria. Con esta estructura y el talento que gestionamos trabajamos para actuar como partner de referencia para una cartera de clientes compuesta por consultoras, integradoras y fabricantes.

Y en ese contexto nació la división DBT. ¿En qué consiste?

Se trata de un servicio que pretende ayudar a nuestros clientes y a las empresas a encaminarse hacia la transformación digital de sus sistemas de información para dar respuesta, de esta manera, a un proceso que está derivando en nuevos modelos de negocio. Para ello, trabajamos ofreciendo soluciones basadas en la incorporación de tecnologías del mercado de solvencia contrastada y también desarrollando la nuestra.

A través de tres ejes...

Así es. Nuestro enfoque se basa en soluciones articuladas en torno a lo que se conoce como Internet de las Cosas (IoT), en el Big Data y las herramientas de analytics y, por último, en la arquitectura de sistemas cloud. Creemos firmemente que la transformación de la economía hacia el mundo digital se basa en la suma de esos tres elementos, que son los que componen nuestra división DBT.

¿De qué manera se perciben esos cambios?

Todo se basa en un nuevo



“La empresa está presente en 8 países y cuenta con un equipo formado por 900 profesionales”

paradigma que comienza asumiendo que los sistemas de información son ya omnicanal. Todo está conectado a la red y ese es un proceso imparables que hace que la

información nos llegue por un cada vez mayor número de vías, del mismo modo que asumimos ya la importancia del social media a la hora de conocer la opinión que tiene el público de una marca o empresa o de gestionar la reputación online. El big data, por su parte, nos ofrece una gran cantidad de datos en tiempo real que debemos ser capaces de aprovechar para tomar decisiones en el momento. Decisiones, además, que repercutan en la eficiencia

del negocio y en la optimización de los resultados. Las arquitecturas cloud nos ofrecen una vía para que las organizaciones estén conectadas y sean más abiertas en un mercado que cada vez es más global, con nuevas reglas del juego y nuevos players.

¿Nuevos mercados, nuevas reglas?

Nuevos modos de hacer las cosas, sí. Debemos ser capaces de vertebrar nuevas

formas de hacer las cosas y entender que los nuevos sistemas de información implican un cambio de paradigma. Esa nueva realidad del mundo conectado y del gran volumen de información debe permitirnos, y eso es lo que hacemos desde Zemsania, disponer de herramientas que faciliten la automatización de ciertas reglas de negocio a través, por ejemplo, de la creación de algoritmos predictivos que hagan que la organización reaccione de forma inmediata en función del comportamiento del usuario o del potencial comprador. De alguna manera, es un modo de automatizar la toma de decisiones partiendo del potencial que nos ofrece la tecnología en materia de analítica predictiva y de trazabilidad en tiempo real para personalizar de una forma dinámica lo que ofrecemos en función del perfil del consumidor.

¿Qué propone Zemsania para ayudar a articular ese cambio?

Todo ese nuevo modelo significa que las empresas deben crear un plan estratégico que apueste por la innovación. Y esa innovación puede ser incremental o disruptiva. La primera consiste en lograr que la tecnología mejore la organización para lograr una mayor eficiencia y eficacia en los procesos que lleva a cabo. Pienso, por ejemplo, en el lanzamiento de nuevos servicios o en la mejora de los que ya está ofreciendo. La innovación disruptiva, por contra, implica la creación de algo nuevo, ya sea un modelo de negocio (Google o Facebook son buenos ejemplos), un producto, un servicio diferente...

En nuestro caso, además de apostar por la tecnología consolidada y por el desarrollo de la propia, hemos establecido alianzas con partners que nos han ayudado a

“IoT, big data y arquitectura cloud son los ejes del departamento DBT de Zemsania”

participar en proyectos avanzados en áreas como las smart cities, la eficiencia energética, el marketing digital o lo que se conoce como dynamic pricing. En este último caso vemos una aplicación de lo que le comentaba antes: la personalización de una serie de reglas que hacen que el precio de un producto varíe en función de si se dan o no una serie de condiciones. Eso, aplicado a un negocio concreto, es un modelo de innovación disruptiva.

Una solución nueva a un problema nuevo...

En Zemsania disponemos de la capacidad tecnológica para poner esas herramientas a disposición de nuestros clientes y acompañarles también en la fase de diseño, consultoría y desarrollo de un proyecto del que, normalmente, se ocupa un integrador. Hoy la tecnología hace posible lo que antes no lo era y debemos aprovecharlo para ofrecer soluciones reales que estén adaptadas a esa nueva realidad digital que ya ha llegado y que reclama nuevos modelos de negocio.



www.zemsania.com