



SERVICIOS TECNOLÓGICOS

ENTREVISTA MIGUEL COSTA GERENTE DE VDX

“El objetivo de VDX es convertirse en una empresa referente en el ámbito de la visión artificial”

El principal objeto de VDX es la visión artificial (VA), para lo que cuentan con un know-how, hardware y software propios, un hecho que les aporta mayor seguridad y control vertical en el desarrollo de sus productos y proyectos. Hablamos con su gerente, Miguel Costa.

¿Cuáles son las principales actividades y líneas de negocio de VDX?

VDX nace como una empresa con vocación de desarrollar soluciones industriales sobre una plataforma de software diferente, segura y libre como es Linux. Esto nos ha permitido crear elementos hardware y software propios con una elevada estabilidad. Nuestra principal línea de negocio es la VA en entorno industrial, y para ello desarrollamos sobre un hardware propio de calidad made in Spain y una algoritmia sobre un sistema operativo con kernel y drivers propios también made in Spain.

¿Qué denominador común tienen sus productos?

La línea de todos nuestros productos está basada en cámaras inteligentes, con un sistema operativo desarrollado ad-hoc para cada dispositivo. Esto nos conduce a una estabilidad que no puede existir en artículos comerciales genéricos, incapaces de abordar problemas con singularidades. Ésta casi siempre es la causa del fracaso de muchos proyectos en VA.

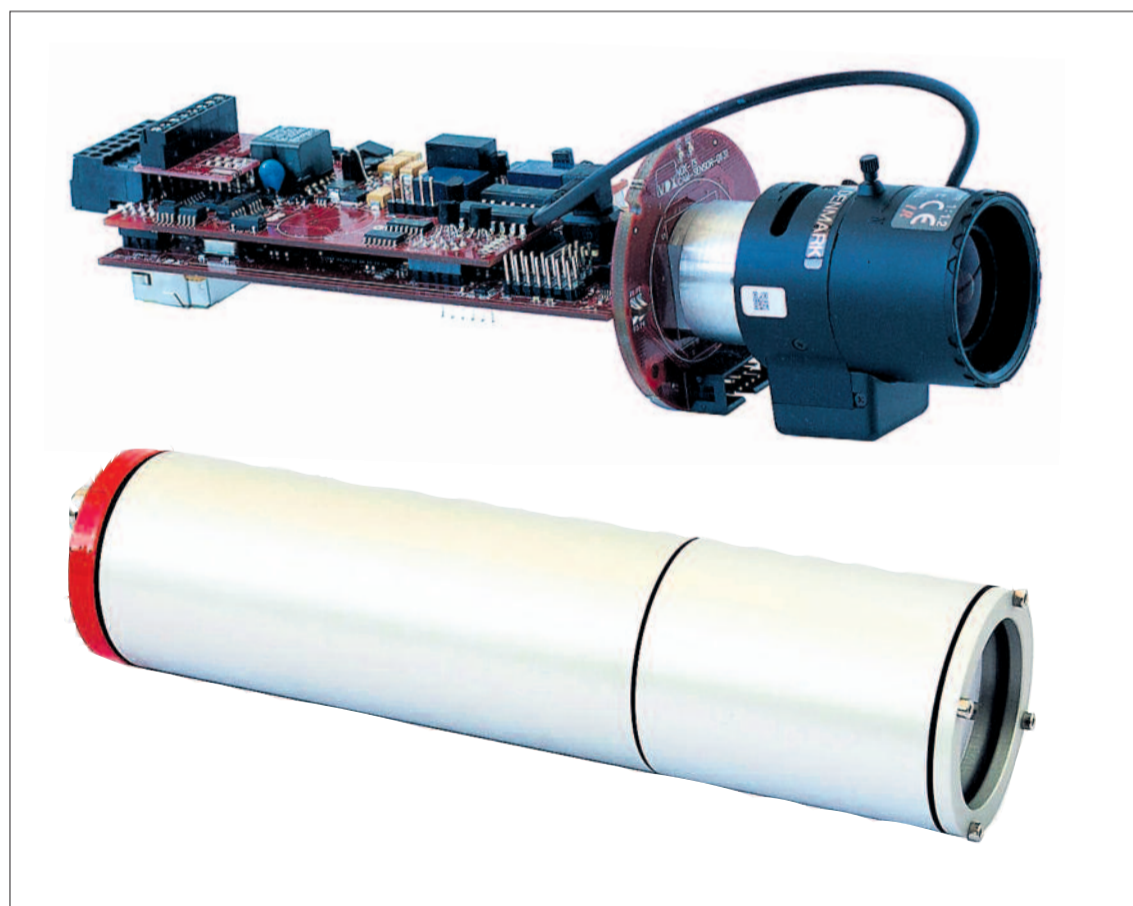
¿Qué parámetros definen su filosofía corporativa?

Nuestra filosofía de empresa se basa en el esfuerzo intelectual, el



“Nuestra filosofía de empresa se basa en el esfuerzo intelectual, el sentido común y el trabajo bien hecho”

sentido común y el trabajo bien hecho. En todo momento realizamos proyectos y soluciones teniendo en mente la comercialización a precio de mercado y la máxima aportación a nuestros clientes. Además, desarrollamos cosas que nosotros mismos compraríamos, con la particularidad de que para VDX no hay ningún proyecto pequeño. Hacemos que nuestra solución sea siempre una infraestructura sólida y ampliable sobre la que poder crecer y dar versatilidad a nuestros



clientes, que normalmente son empresas industriales con necesidad de innovar en diseño y calidad en entornos de alto valor añadido.

¿Podría mencionarnos alguno de sus proyectos más significativos?

Citaría por ejemplo un sistema de visión en 3D con varias cámaras coordinadas, un proyecto que nos ha exigido la generación de PCBs de altísima complejidad tecnológica para acomodar los chips, dando lugar a los más sofisticados

circuitos que se están desarrollando actualmente en Europa.

¿Qué objetivos se marcan de cara al futuro?

El objetivo de futuro de VDX es convertirse en una empresa referente en el ámbito de la VA a nivel nacional, ya que es un campo que tristemente esta recluido en el terreno docente y universitario, con muy poca implantación en la problemática real, ajeno a la presión de un presupuesto y un planning co-

mo sucede en cualquier proyecto industrial. Para realizar estos objetivos tenemos como hoja de ruta continuar con nuestra reinversión en I+D de más del 40% de nuestra facturación, lo cual nos llevará, en breve, a unas poderosas plataformas de procesamiento de imagen sobre dispositivos FPGA y DSPs, así como a la generación de patentes en el campo de la algoritmia.

ENTREVISTA JOSÉ LUIS PRIETO DIRECTOR GENERAL DE ÉRIDDES INFORMÁTICA INDUSTRIAL, S.L.

“No concebimos un ERP vertical que no integre máquinas y personas”

Ériddes Informática Industrial, S.L. está formada por un equipo de profesionales de los ámbitos de la ingeniería, consultoría y TIC con una experiencia de más de 20 años en diferentes sectores industriales. Sus actividades están centradas en el desarrollo de soluciones para plantas industriales y también para el sector hortofrutícola, para el que han elaborado un ERP vertical denominado FRUTTEC.

¿Cuáles son las principales líneas de negocio de Ériddes Informática Industrial?

Las dos líneas de negocio sobre las que trabajamos son:

- Plantas industriales, una división especialmente focalizada en plantas de

áridos, mezclas asfálticas y hormigones, así como plantas de RSU y RCD, aportando soluciones integrales de pesaje de camiones en báscula o tránsito de camiones por reconocimiento de matrículas a través de visión artificial.

- Sector hortofrutícola, para el que hemos desarrollado un software ERP denominado FRUTTEC.

¿En qué consiste FRUTTEC?

FRUTTEC es una solución ERP vertical dotada de la totalidad de módulos necesarios para la gestión de una empresa hortofrutícola de tamaño medio-alto. Algunos de estos módulos son: gestión general, gestión financiera, gestión de subastas, gestión de comercialización, gestión logística, gestión de ventas, gestión de agricultores/fincas/técnicos agrícolas/OPFH, gestión de producción, recursos humanos, mantenimiento, gestión documental y gestión de calidad.

■ “FRUTTEC es un ERP vertical dotado de los módulos necesarios para la gestión de una empresa hortofrutícola de tamaño medio-alto”

¿Cuáles son sus valores diferenciales?

El principal valor diferencial que aporta FRUTTEC es la especialización aplicada a la integración con maquinaria de producción, es decir, calibradoras, llenadoras, robots, almacenes inteligentes, carretillas, transpaletas, etc. Este hecho, junto con nuestro sistema patentado de control RFID para la gestión de stocks por ubicaciones de materia prima y materiales auxiliares, la trazabilidad desde el lineal de venta hasta la finca de ori-



gen e incluso el control del personal de producción, garantiza la máxima optimización en cada uno de los procesos.

Por tanto, se trata de un software integrado en el proceso productivo.

En efecto, porque eso es algo que forma parte de nuestra filosofía de base, ya que no concebimos un ERP vertical que no integre máquinas y personas, tanto a efectos de control como de gestión de costes. Además, todos nuestros desarrollos se basan en estándares, por lo que no tenemos ningún tipo de dependencia tecnológica de terceros, así como en materia de dispositivos electrónicos, al contar con nuestro propio departamento de ingeniería, tampoco estamos ligados a ningún fabricante concreto.

¿Hacia dónde se dirigen sus objetivos a corto, medio o largo plazo?

Los proyectos de futuro más relevantes

de Ériddes Informática Industrial están orientados hacia la estabilización del crecimiento, más de un 200% acumulado en los últimos cuatro ejercicios, especialmente en el sector hortofrutícola, donde estamos trabajando con las empresas más importantes a nivel europeo e incluso mundial. También queremos seguir aprendiendo de nuestros clientes, escuchando con humildad sus recomendaciones para que nuestras soluciones se puedan adaptar siempre a cada requisito de forma óptima. Por último, nuestra intención es establecer una nueva manera de hacer las cosas en el ámbito hortofrutícola a partir de la integración del ERP y la maquinaria productiva.

www.fruttec.com

MOVELIA Una solución única para empresas de transporte de pasajeros por carretera

La principal motivación del proyecto empresarial de MOVELIA es ofrecer un servicio mejor y más amplio a los clientes de las principales empresas del sector del transporte de viajeros por carretera, aprovechando las ventajas que aportan las TIC en el desarrollo de nuevos canales de venta, con costes además bastante inferiores a los del canal tradicional.

Otro de sus objetivos es generar economías de escala y de alcance que ayuden a crear valor económico a partir de la agregación de la oferta de viajes y su colocación en el mercado mediante una plataforma tecnológica común, fácilmente accesible y de alta disponibilidad.

Bajo estas dos premisas, MOVELIA ha creado un Sistema Integrado de Información y Venta que permite comercializar a través de nuevos medios (inicialmente internet por red fija, móvil y televenta) los productos tradicionales del sector de viajes (billetes simples y combinados), así como nuevos productos relacionados con el transporte.

Este proyecto se ha materializado en una plataforma tecnológica común que ofrece los siguientes servicios:

- La compra de billetes a través de internet para usuario final e intermediarios.
- La compra de billetes desde un teléfono convencional (902).
- La compra de billetes para toda la red en las estaciones (taquillas tradicionales).
- La compra a través de dispensadores electrónicos (kioscos).

■ MOVELIA ha creado un Sistema Integrado de Información y Venta que permite comercializar a través de nuevos medios los productos tradicionales del sector de viajes

- La compra de billetes para toda la red a través de otros dispositivos de nueva generación (teléfonos móviles, agendas electrónicas, televisores digitales, etc.).

Ventajas para empresas y usuarios

Algunas de las ventajas que este servicio de MOVELIA comporta para las empresas de transporte son:

- Reducción de los costes de comercialización presentes y futuros.

- Aumento de viajeros como consecuencia del efecto que una oferta integrada tiene sobre la demanda, así como de la mejora en el sistema tradicional de comercialización.
- Alternativa al desarrollo de otros canales de distribución de mayor coste (agencias).
- Posibilidad de desarrollar la necesaria política de marketing de manera conjunta, reduciendo costes y riesgos.
- Desarrollo de herramientas para la previsión de demandas estacionales, permitiendo una mejor planificación de los recursos.
- Aumento de la calidad del servicio, por la mejora en los sistemas de comunicación (información proporcionada) y de adquisición de los títulos de transporte (mayor cercanía al usuario).

Por otra parte, el usuario final también obtiene múltiples ventajas, como por ejemplo la obtención de información en tiempo real e integrada sobre toda la red del transporte regular de viajeros por carretera o la adquisición del billete a través de diversos medios de fácil acceso sin necesidad de desplazamientos previos ni de sufrir colas de espera en las estaciones.



Este modelo de Taquilla Única ya se encuentra actualmente en funcionamiento en ciudades como Tarragona, Alicante, Sevilla y Murcia.

movelia
es

www.movelia.es

ENTREVISTA MIGUEL MURO RESPONSABLE DE GLORY GLOBAL SOLUTIONS EN ESPAÑA

“CashInfinity de Glory permite ahorrar hasta un 40% de los costes de gestión de efectivo”

Glory Global Solutions es una compañía especializada en el diseño y fabricación de equipos para la gestión de efectivo. La empresa ha lanzado al mercado una nueva gama de productos para el sector de retail de la que hemos hablado con Miguel Muro, responsable para España de la filial de esta multinacional japonesa.

¿Cuáles son los orígenes de Glory Global Solutions?

Glory es una empresa de origen japonés fundada en 1918 que, desde 1950, se dedica al sector de la maquinaria y las soluciones para la gestión de efectivo. En el año 2012, el grupo GLORY adquirió la compañía británica Talaris y la integró en su estructura, combinando así sus experiencias en los ámbitos del retail y financiero y globalizando su labor, puesto que el 80% del mercado de Glory era local.

¿Desde cuándo opera en España?

Glory Global Solutions España se creó en el año 2013, aunque la empresa tenía

■ “La gama CashInfinity de Glory está especialmente pensada para el mundo del retail”

presencia en nuestro país desde 1985 a través de De La Rue primero y, después, de Talaris. Hoy en día, la filial en nuestro país no sólo se dedica a una labor comercial, sino que también ofrece servicio técnico y de mantenimiento y se ha convertido en el



centro de referencia europeo para la reparación de los equipos de la marca.

¿A qué perfil de cliente se dirigen?

Tradicionalmente, hemos trabajado para entidades financieras, centros de efectivo y transporte de fondos y el mundo del juego y los casinos, sectores todos ellos que precisan un manejo y una gestión muy segura del efectivo. Recientemente hemos comenzado a trabajar en el mundo del retail, aprovechando para ello la experiencia que supone contar con más de 250.000 equipos instalados en Japón en el sector del comercio.

La gama CashInfinity Retail Solutions...

Exactamente. Se trata de una gama de soluciones que revoluciona la gestión del efectivo en retail, que permite ahorrar hasta un 40% de los costes de la misma gracias a su alta velocidad de proceso (3 billetes por segundo), su excelente capacidad para el tratamiento de monedas de todas las denominaciones, la aceptación de billetes en fajos y de varias monedas a la vez (y no de una en una), su avanzado sistema de alimenta-

ción y el uso de un sofisticado sistema de detección de billetes falsos que aumenta la seguridad.

¿Qué ventajas aportan estas soluciones para el mundo del retail?

CashInfinity proporciona una gestión inteligente y segura del efectivo, optimizando y agilizando los procesos de tratamiento de billetes y monedas en los establecimientos de retail lo que redundará, a su vez, en una mayor productividad, fiabilidad y eficiencia del negocio.

Sin una gestión eficiente, el manejo y procesamiento del efectivo representa un reto considerable en este sector. El impacto de estos equipos queda patente en términos de servicio al cliente, eficiencia del personal y, en última instancia, en la rentabilidad.

Y una mayor seguridad...

El sistema proporciona una seguridad proactiva frente a hurtos, atracos y robos, así como una excelente línea de defensa frente a falsificaciones. Esto es importante porque según informe del Banco Central Europeo, la cifra de billetes falsos de euro retirados de la circulación aumentó en 2013. Además, también en relación con la seguridad, CashInfinity optimiza el número de recogidas y entregas por las empresas de transporte de fondos.

¿Qué balance hace de la acogida de estas soluciones en el mercado?

Un balance positivo, sin duda. La gama lleva un año en el mercado y ya ha sido reconocida por el sector. En concreto, los sistemas recicladores de efectivo CI-10 y CI-100 de CashInfinity han sido galardonados con el premio “Red Dot Design Award”, uno de los galardones de diseño más importantes del mundo, que reconoce la calidad e innovación de diseñadores y fabricantes en la creación de nuevos productos. Además, el mercado valora que los equipos sean lo suficientemente versátiles para adaptarse a establecimientos de cualquier tamaño y a diversos segmentos de negocio. Firmas del sector de la distribución como la francesa E. Leclerc, la italiana Conad o la alemana Edeka ya trabajan con CashInfinity, una ga-

■ “Las soluciones CashInfinity se adaptan a cualquier tipo y tamaño de establecimiento”

ma que poco a poco va abriéndose paso también en España y se usa en hipermercados, supermercados, grandes almacenes, farmacias, gasolineras, estancos, empresas de transporte, panaderías, fruterías...

¿Cuáles son los retos de futuro de Glory Global Solutions?

Seguir abriendo mercado y consolidando el posicionamiento de la empresa como líder de ventas, tanto en el sector financiero como en el de retail. Para ello contamos con la experiencia del grupo en otros países y con el aval que suponen los 120.000 recicladores de efectivo, las 500.000 clasificadoras de billetes y monedas y los 700.000 mecanismos de autoservicio instalados en clientes de todo tipo.



www.gloryglobalsolutions.com
www.cashinfinity.net



Expertos en gestión de efectivo

Glory Global Solutions es experto mundial en tratamiento del efectivo, y suministra tecnología y soluciones que ofrecen seguridad, rendimiento e innovación a sus clientes. Estas soluciones están respaldadas por la experiencia técnica del Grupo GLORY de Japón, pioneros en el desarrollo y fabricación de equipos para el tratamiento del efectivo en el sector financiero, sector de retail, máquinas de vending y sector del ocio y juego, durante casi 100 años.

Glory Global Solutions, fundada en 2013, combina los negocios internacionales de Glory y Talaris. Como negocio global, con sede en Reino Unido, Glory Global Solutions se basa en la sólida reputación y rica historia del Grupo GLORY, Talaris y De La Rue, proporcionando una dilatada experiencia de 280 años.

Hoy, la compañía da empleo a 2.500 profesionales -incluyendo cerca de 1.300 especialistas de soporte y servicio- y cuenta con más de 350 socios comerciales ubicados en más de 128 países, una estructura que permite ofrecer sus soluciones a nivel global y dondequiera que se mueva el dinero.



ENTREVISTA SR. PABLO GUAGLIANONE DIRECTOR GENERAL DE ARRIS EN ESPAÑA

“ARRIS está dando el próximo paso para hacer realidad las experiencias de TV Anywhere del mañana”

Arris Group Inc. cuenta con una amplia experiencia en el sector de las telecomunicaciones trabajando en constante innovación. Hablamos con el Sr. Pablo Guaglianone, Director General de ARRIS en España.

Conocemos a ARRIS

ARRIS es una compañía innovadora global en IP, video y tecnología de ancho de banda. Durante 60 años ha trabajado con sus clientes proveedores de servicios para transformar la experiencia de entretenimiento y comunicaciones para millones de personas en todo el mundo. El año pasado, ARRIS adquirió el negocio de Motorola Home para estructurar y ofrecer la próxima generación de entretenimiento y comunicaciones. Esta adquisición creó un líder global con soluciones transformadoras para la cadena de suministro de ‘TV Anywhere’ (TV en cualquier lugar). ARRIS ha sido responsable de muchos de los avances de la industria como la invención de la TV digital o el desarrollo del primer decodificador con HD y DVR, entre otros. En el último año ha triplicado su tamaño y sus ingresos creciendo más del 250%.

En España, ARRIS cuenta con oficinas en Madrid y Barcelona y sirven a todos los operadores de cable, incluyendo ONO, Telecable y R Cable. Entre sus clientes globales se encuentran compañías líderes de telecomunicaciones como Telefónica, France Telecom (Orange) y Vodafone.

¿En qué líneas de negocio trabajan?

ARRIS tiene dos organizaciones de productos: las unidades de negocio Network & Cloud y CPE (Customer Premise Equipment), así como una organización de Servicios Globales.

¿En qué mejoras pueden repercutir sus sistemas y productos en las empresas?

Los consumidores demandan experiencias de entretenimiento más relevantes, oportunas y con contenidos de calidad a los que puedan acceder desde cualquier lu-

■ “La mejor manera de avanzar en nuestra industria es dar a los consumidores lo que quieren hoy, a la vez que activamos lo que van a necesitar mañana”

gar y desde cualquier dispositivo. Teniendo en cuenta esta tendencia de consumo, nuestros clientes proveedores de servicios necesitan monetizar la multipantalla y la TV Anywhere y diferenciarse de sus competidores con nuevos servicios y aplicaciones. Necesitan ofrecer experiencias personalizadas al usuario y hacer todo esto de forma rápida, eficiente y rentable. Cree-

mos que la mejor manera de avanzar en nuestra industria es teniendo en cuenta los puntos de vista de los consumidores y darles lo que quieren hoy, a la vez que activamos lo que van a necesitar mañana. ARRIS mantiene a sus clientes por delante de las demandas en la nube, en la red y en el hogar.

¿En qué nuevos proyectos están trabajando?

ARRIS está dando el próximo paso para el empoderamiento de los proveedores de servicios para hacer realidad las experiencias de TV Anywhere del mañana. Estamos abordando complejos retos de la TV Anywhere. Continuamos innovando y generando propiedad intelectual en áreas clave que están transformando las comunicaciones y el entretenimiento. En 2013, invertimos 500 millones de dólares (360 millones de Euros) en investigación y desarrollo.

En España, participamos en varios proyectos para actualizar las redes de los operadores a las últimas tecnologías de fibra, de forma que sean capaces de soportar mayores velocidades y nuevos servi-



cios, También formamos parte del desarrollo de proyectos de despliegue de WiFi y colaboramos con nuestros clientes en el desarrollo de nuevos dispositivos para el hogar.



ENTREVISTA IOLANDA GATELL FUNDADORA Y DIRECTORA GENERAL DE CTAIMA

“Ctaima representa una (r)evolución en consultoría”

Ser experta en un campo de trabajo e identificar en ese marco una necesidad no cubierta es el primer paso para aportar una solución acertada. Si además con ello se consigue añadir eficiencia, el resultado es para tenerlo muy en cuenta. En esa dirección lleva trabajando más de una década la creadora de Ctaima, una consultoría poco convencional que, además de los servicios propios de un despacho de sus características, ofrece outsourcing y herramientas tecnológicas que facilitan el cumplimiento legal a las empresas y consiguen que sus sistemas de gestión sean más eficientes.

¿Qué le llevó a crear Ctaima?

Además de mi inquietud personal por trabajar en un proyecto propio, me movió el hecho de comprobar, durante mis años como auditora para entidades de certificación en materia de medio ambiente y tratamiento de aguas residuales, que las empresas gestionaban sus sistemas (calidad, medio ambiente...) con herramientas muy rudimentarias. Pensé que era necesario desarrollar un producto informático capaz de conseguir que todos esos procesos fueran más rápidos y eficientes, así que me puse a ello, diseñando los programas prácticamente sobre papel, pantalla a pantalla, pensando siempre lo que precisaba el usuario final. En 2004 lanzamos nuestro primer producto, CtaimaLegal.net, una solución que permite la gestión del cumplimiento legal aplicable a cada empresa en las áreas de medio ambiente, reglamentación industrial y prevención de riesgos laborales. Es-

te producto nos abrió las puertas de grandes empresas a escala nacional.

¿Cuántos productos han desarrollado desde entonces? ¿Con qué denominador común?

Cinco, con el denominador común de facilitar a las empresas el cumplimiento legal y conseguir que sus sistemas de gestión sean más eficientes. A CtaimaLegal.net le siguió CtaimaCAE.net, una solución que facilita la gestión de contratistas y que actualmente gestiona a 200.000 trabajadores de 24.000 empresas en España, Portugal, Italia e Inglaterra; después desarrollamos CtaimaMejora.net, un software cuyo objetivo es la gestión eficaz de las no conformidades, acciones correctivas, acciones preventivas y propuestas de mejora; a continuación llegó CtaimaFormat.net, orientado a la gestión de las necesidades formativas; y, por último, hemos creado la plataforma de e-learning, CtaimaLearning.net.

¿Son soluciones estándar o a medida?

Ofrecemos estas soluciones bajo la fórmula de SaaS (Software as a Service) y siempre adaptadas a las necesidades específicas de cada cliente: soluciones muy escalables y personalizables. Podemos programar prestaciones a medida y crear para cada cliente (principalmente del sector químico, petroquímico, farmacia, alimentación, papel, energía y automoción) un software versionado.

Hablan de (r)evolución en el concepto de consultoría, ¿Por qué?

Porque además de ayudar a las empresas desde la consultoría, aportamos las herramientas informáticas para que todos sus sistemas estén bien controlados; y si el cliente precisa personal en un área de especialización concreta, también se lo aportamos. Por tanto, Ctaima es conocimiento, es software y es outsourcing. Por eso hablamos de una (r)evolución en el concepto de consultoría.



Y como estamos muy cerca del cliente porque somos sus consultores, podemos saber muy bien el software que requieren, siendo más rápidos acertando en la diana de sus necesidades.

¿Sobre qué estrategia de futuro avanzan?

Tras 10 años de trayectoria y con los tres pilares de nuestro negocio bien consolidados, miramos al futuro con el objetivo de afianzar nuestro posicionamiento en España y poniendo en marcha nuevas estructuras que nos hacen crecer como empresa: hemos creado un departamento comercial y de marketing y abrimos nueva delegación en Madrid. Por otra parte, vamos a seguir abriéndonos camino a nivel internacional,

trabajando en el desarrollo de nuevos productos y en ampliar las prestaciones de los que ya tenemos. Todo ello desde la satisfacción de ser una empresa que, a pesar del contexto de crisis, viene registrando un crecimiento del 50% los últimos 5 años. Por eso decimos que, en Ctaima, lo mejor está por llegar...



ENTREVISTA RODRIGO TOVAR RESPONSABLE DE COMUNICACIÓN DE ORDENN.COM

“Gestionar pedidos nunca fue tan fácil”

Tradicionalmente las comunicaciones entre clientes y proveedores se han realizado a través del teléfono y del fax, al que más tarde se unió el correo electrónico. Como todo es susceptible de ser mejorado, ahora llega Ordenn.com: una plataforma de pedidos para profesionales que permite realizar y recepcionar pedidos con elevada eficiencia, como prueba su excelente acogida. En los pocos meses que lleva operativa, ya ha conseguido la colaboración de instituciones públicas como INVATTUR y acaba de recibir su primer reconocimiento.

¿La identificación de qué problema de mercado llevó a la creación de Ordenn.com? ¿Se trata de una plataforma innovadora?

El problema que da pie al desarrollo de Ordenn.com es la falta de eficiencia y altos costes que conlleva la realización y recepción de pedidos frecuentes a través de los canales habituales –teléfono, fax y correo electrónico-. Esta herramienta permite a los comerciantes tener y gestionar los pedidos realizados con sus proveedores de confianza desde cualquier dispositivo. Y todo ello sin renunciar a la confidencialidad que se requiere en este campo. Lo que trata cada proveedor con sus clientes queda entre ellos.

Ordenn.com es una plataforma muy innovadora, ya que no existe otra en el mercado que ofrezca este servicio de una forma tan específica para los profesionales. Ordenn.com ha sido concebida por y para empresarios, con las características indispensables que, poco a poco, los expertos de compañías de toda España nos han ido transmitiendo.

¿Cómo se estructura la plataforma? ¿Qué servicios ofrece?

La plataforma tiene el aspecto inicial de una página web, en la que cualquier usuario puede consultar el catálogo de los proveedores (si es que éstos permiten que sean públicos) y consultar informa-

ción relevante de cada sector. A pesar de ello, su verdadero potencial reside en la Intranet: una vez registrada, la empresa puede realizar cualquier gestión que necesite en relación con los pedidos; y si es un proveedor, puede añadir su catálogo, establecer un precio específico para cada cliente, recibir los pedidos que necesite, etc., así como informar mediante boletín diario de las novedades de su catálogo.

Los clientes, por su parte, pueden encontrar en ordenn.com a los proveedores que más le convengan y realizarles los pedidos desde cualquier dispositivo, a cualquier hora. Todo lo anterior está acompañado de otras herramientas también necesarias, como la mensajería interna, la extracción y consulta de informes o la prospección de clientes y proveedores. Y, por supuesto, enmarcado en la más absoluta confidencialidad. Si un proveedor no desea que la competencia sepa sus precios -o incluso sus productos- tiene completa libertad para gestionarlo de esa manera.

Por último, es interesante destacar la posibilidad que brinda ordenn.com al permitir a una empresa crear distintos usuarios con diferentes roles, de modo que cada trabajador pueda realizar las acciones que realmente tenga asignadas.

Ordenn.com se orienta tanto a clientes como a proveedores...



Por supuesto. Nuestro objetivo es que ambas partes mejoren la experiencia en la realización y recepción de pedidos.

¿Qué ventajas aporta a ambos? Al final, ¿todo se traduce en mayor eficiencia y un claro ahorro de costes?

Las ventajas se pueden traducir en un ahorro en costes, aunque cada parte por una razón distinta. Los proveedores reducen costes ya que pueden transmitir toda la información y cambios en los catálogos a sus clientes con un solo click, así como recibir pedidos. Parte de los recursos que destinan a estas tareas pueden ahorrárselos o dedicarlos a otras mucho más beneficiosas. Y recordemos que esta herramienta también les puede incluso permitir vaciar un stock sobrante mediante una promoción, sabiendo que ésta va a llegar a sus clientes al instante.

Los clientes, que siempre están tras la estela de los proveedores, ven en Ordenn.com una característica fundamen-

■ “Las múltiples ventajas de Ordenn.com se traducen en un ahorro de costes”

■ “Ordenn.com cuenta ya con más de 300 empresas registradas, con una subida de más de 30.000 productos”

tal que siempre han demandado: la posibilidad de ahorrar tiempo al poder realizar los pedidos desde el móvil de una manera sencilla y rápida. Además, al tener en todo momento la información de las promociones y precios vigentes de los proveedores, van a poder mejorar la eficiencia de las compras como nunca se han imaginado. Se acabaron los malentendidos o la falta de información en los pedidos por no tener la información al momento. Gestionar los pedidos nunca fue tan fácil...

Gestiones por teléfono, fax o mail entre clientes y proveedores... ¿Ordenn.com sería la alternativa más efectiva y fiable?

Los canales tradicionales, que son los que menciona, conllevan muchos problemas. Cualquier empresario se ha visto alguna vez en la obligación de devolver un pedido porque no se ajustaba a lo que había solicitado; o se ha llevado una sorpresa al ver que el precio no era el que creía. Tampoco debemos olvidar los recursos que implica tener, en el caso de un proveedor, a un operador o incluso a un comercial para recepcionar los pedidos y, en el caso de un cliente, a una persona encargada de realizar cada pedido utilizando canales tan lentos y poco eficientes. Y, en el caso de los clientes, la dificul-

tad está en conocer las promociones en el momento en el que se realizan. Ordenn.com intenta evitar esta problemática acercando una herramienta potente pero sencilla a cualquier empresario.

¿Estar registrado en Ordenn.com puede suponer también para las empresas aumentar su presencia en Internet?

Efectivamente. Los proveedores que se registran subiendo su catálogo –para lo que pueden utilizar el importador automático de productos-, obtienen un beneficio directo: el aumento inmediato de su posicionamiento en Internet. Debemos recalcar que los desarrolladores de ordenn.com han dedicado muchos esfuerzos en maximizar el SEO, es decir, el posicionamiento que obtienen estas empresas en Internet. Este beneficio se observa especialmente en el caso de búsquedas por productos y zona de reparto, en buscadores como Google o Yahoo, por poner dos ejemplos muy conocidos por todos.

¿Qué acogida está teniendo Ordenn.com? ¿Cuántas empresas se han adherido al servicio hasta el momento?

En los menos de cuatro meses que lleva a disposición de los empresarios, la plataforma cuenta ya con más de 300 empresas registradas, con una subida de más de 30.000 productos. Hay que recordar que su uso es completamente gratuito para los clientes. Para los proveedores, el uso básico también es completamente gratuito; el avanzado, que proporciona una mayor presencia y promoción, tiene un coste que se adapta a la necesidad de cada empresa.

De puertas para afuera, la plataforma ha tenido muchos reconocimientos, como la colaboración con instituciones públicas como el INVATTUR o el Primer Premio en la categoría Excelencia e Innovación 2014 por la Asociación de Jóvenes Empresarios de Alicante (JETTURBE/JOVEMPA Marina Baixa).



ENTREVISTA **DANIEL CASTAÑÓN** DIRECTOR DE EVOCAS CONSULTING

“Tenemos que subirnos al tren de la nueva revolución industrial y tenemos que hacerlo bien”



Desde el año 2002, Evocas Consulting se dedica a la gestión de la innovación, un aspecto que es clave para el relanzamiento del sector industrial español. De ello hablamos con Daniel Castañón, Director de la compañía.

¿Cuál es la situación actual de la industria en España?

Si atendemos a la evolución experimentada en los últimos años es preocupante. El peso de la industria en el PIB español estaba en 2005 en torno al 18% y el de la industria manufacturera por encima del 15%. En el período 2005-2008 estos ratios evolucionaron negativamente, quedando en 2008 ligeramente por debajo del 17% y del 14% respectivamente.

Desde entonces hasta finales de 2013, nuestro PIB ha perdido un 6%, el peso del PIB industrial ha caído más de un 3% y el peso del PIB industrial manufacturero un 9%. El impacto directo de estas caídas y de esta pérdida de competitividad lo hemos sufrido en forma de una destrucción de empleo más acusada.

El peso del PIB industrial, especialmente el de la industria manufacturera, marca la capacidad de nuestros productos de competir en los mercados. El desempleo, que ha experimentado el incremento que todos conocemos en estos años, recoge el resultado de nuestra incapacidad de enfrentarnos a una situación nueva, que nos exige a todos ser más competitivos. Ambos indicadores están ligados, porque no es posible generar empleo con firmeza admitiendo una evolución del PIB industrial a la baja.

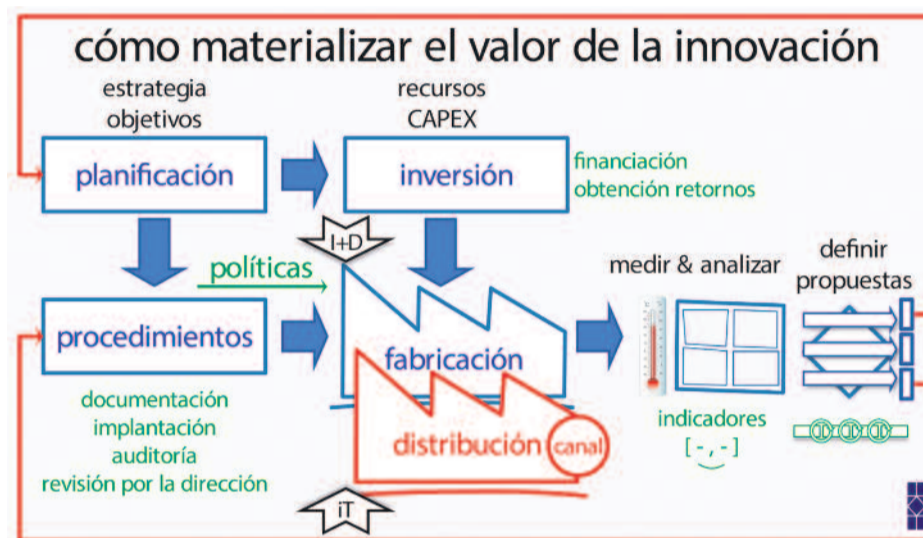
¿Por qué la apuesta de Evocas Consulting por la innovación y la competitividad?

Porque no podemos competir sin innovar previamente y no tiene sentido innovar si no es para competir con mejores oportunidades en el mercado. Se trata de dos fases diferenciadas en el tiempo, que constituyen la solución de una necesidad única, que al final se entrelazan.

Por eso apostamos por el impulso, el desarrollo y la consolidación del potencial de innovación de las empresas que confían en nosotros para gestionar de manera más eficiente sus procesos.

La mejora de la competitividad es el resultado de abordar con éxito la fase de innovación que se debe ejecutar de manera permanente en las empresas y de completarla con un enfoque acertado sobre los procesos clave, planificando las inversiones y las actuaciones estratégicas a desarrollar de manera realista, estableciendo objetivos y herramientas para su seguimiento, midiendo los resultados y ajustando el sistema siempre que sea necesario y, sobre todo, generando compromiso en las personas que constituyen la base de toda empresa capaz de competir con éxito.

Por ello, en las personas, deben prevalecer la competencia y la actitud, que son los elementos necesarios para poder generar compromiso en las empresas, y debemos ser capaces de contagiar también ese compromiso del que hablamos a la



■ Nuestra visión del futuro escenario industrial nacional se basa en la innovación y la mejora de la competitividad

administración pública y a la sociedad en su conjunto.

Las empresas y los profesionales somos responsables de devolver a la sociedad lo que ésta nos ha aportado. ¿Cuál hubiera sido el coste de la educación que hemos recibido sin esa contribución previa desde la sociedad a los colegios, institutos o universidades? ¿Y el de las oportunidades que hemos podido disfrutar? La forma de materializar ese retorno pasa hoy en día por contribuir al desarrollo de nuestra industria y a la creación de empleo de calidad.

■ ¿Se podría decir que estamos asistiendo a una nueva revolución industrial?

Es el momento de empezar a reconocerlo y de aprovechar el impulso que promueve toda evolución disruptiva para abordar los cambios que necesitan nuestra industria y nuestro modelo productivo.

Porque, aunque el mercado y la oferta de productos sean cada vez más globales, la demanda de empleo en la industria será siempre local, centrada en las plantas productivas y por ello debe-

mos esforzarnos en crear las condiciones que permitan que las inversiones en tecnología y conocimiento se realicen localmente, y permitan ofrecer oportunidades de empleo de calidad en España.

■ En este contexto, ¿qué oportunidades aparecen para la industria nacional?

Estamos inmersos en un nuevo escenario global que ofrece todas las oportunidades derivadas del surgimiento de una nueva revolución industrial, no sólo basada en las TIC, la biotecnología y la nanociencia, sino también en la necesidad de apostar por nuevas tecnologías de fabricación capaces de competir con los enfoques tradicionales y de lanzar al mercado productos que permitan satisfacer las necesidades crecientes de los consumidores.

Por ello debemos impulsar el cambio y conseguir pasar de la actual expectativa acotada por el deseo de mantener la sostenibilidad a toda costa que impera en la industria nacional actual, hacia una apuesta decidida por un crecimiento sostenido, no acotado ni limitado a priori, que permita aprovechar las oportunidades que surjan y posibilite construir un nuevo escenario para la industria nacional marcado por la consolidación de un tejido industrial capaz de crecer, innovador y competitivo.

■ ¿Cómo se podría materializar ese crecimiento sostenido?

Implicando a todos los agentes, a través de la inversión en capital, educación y formación.

Es la única opción viable a medio y largo plazo para que nuestra industria fabrique productos que sean más competitivos que cualesquiera otros presentes en la oferta global, que puedan luchar por ocupar la posición que les corresponda en el mercado, en igualdad de oportunidades. En resumen, se trata de acometer las inversiones necesarias que hagan posible vender más con más margen, durante más tiempo.

En paralelo, la inversión sola no basta, sino que para que sea útil y eficiente es imprescindible contar con profesionales competentes, estrategias ambiciosas y herramientas de control concebidas desde un enfoque innovador.

Este escenario se apoya en varios aspectos críticos: la competencia que da la formación, la responsabilidad en la toma de decisiones y, sobre todo, el esfuerzo y el compromiso de todas las partes involucradas: empresas, trabajadores y administración.

■ El reto consiste en consolidar un tejido industrial nacional capaz de crecer, innovador y competitivo

■ ¿Cómo puede contribuir Evocas Consulting a materializar el valor de la innovación en las empresas?

Trabajando con nuestros clientes desde la planificación y el establecimiento de los procedimientos, la evaluación y la toma de decisión sobre las inversiones, la fijación de las políticas, el establecimiento de objetivos y la medición y seguimiento de los resultados, hasta la identificación de los indicadores más relevantes para su seguimiento a lo largo de períodos concretos, la definición de propuestas de mejora, el desarrollo de éstas y la evaluación del impacto conseguido para utilizarlo como retroalimentación para la propia planificación o bien para la revisión de los procedimientos.

Adicionalmente, nuestra experiencia en la implantación de sistemas de gestión y la colaboración que mantenemos con nuestros clientes, tanto en la solicitud de ayudas para la financiación de sus inversiones como en la obtención de deducciones fiscales por la realización de actividades innovadoras, nos permite tener una visión global sobre el negocio que persigue optimizar el aprovechamiento de los esfuerzos realizados en todos los ámbitos de la empresa.

Estas actividades las llevamos a cabo apoyándonos en las herramientas que desarrollamos, que en su mayoría siguen el modelo SaaS, para facilitar el control de las actividades, garantizar la trazabilidad de las operaciones y apoyar el diagnóstico y la toma de decisiones sobre la información procesada de acuerdo con las necesidades identificadas con nuestros clientes para mejorar su gestión.

HERRAMIENTAS PROPIAS

Para aportar valor añadido a sus clientes, EVOCAS ha desarrollado varias herramientas de soporte en forma de aplicaciones web que se ofrecen en régimen de SaaS (Software as a Service).

- **evoSGI:** gestión de los proyectos de I+D+i (según la norma UNE 166002:2006 y el RD1432/2003).

- **evoPMO:** oficina de gestión de proyectos (PMO), orientada a la coordinación y seguimiento de proyectos complejos (multiempresa, multiejercicio).

- **evoBIZ:** procesos de negocio de la empresa (planificación, marketing, comercial, gestión de proyectos, personal y clientes).

- **evoFOR:** formación en la empresa (gestión de contenidos, cursos y CV del personal, generación automática de certificados de participación y aprovechamiento).

ENTREVISTA JUAN CARLOS SERRANO GRANADOS DIRECTOR GERENTE PROINTEM

“Los incentivos fiscales son ya un instrumento muy útil para fomentar la I+D+i”

Prointem es una consultoría para la optimización de instrumentos financieros para la realización de Proyectos de I+D+i, llevando a cabo la gestión integral de incentivos en forma de préstamos y de tipo fiscal (deducciones). Con una experiencia de más de 15 años, Prointem ha gestionado multitud de proyectos de Investigación y Desarrollo e Innovación Tecnológica en áreas multidisciplinares (automoción, química, TIC, agroalimentación, construcción, etc...), disponiendo de un equipo de consultores con una alta experiencia en el ámbito de la I+D+i.

¿Qué acompañamiento hace Prointem a empresas que apuestan por la I+D+i?

Se presta un servicio personalizado, en el que el consultor lleva de la mano a la empresa durante todo el proceso de gestión hasta conseguir los incentivos, desde el análisis previo imprescindible, para saber si el proyecto reúne los requisitos necesarios, hasta el cierre final del expediente.

La cualificación y experiencia del consultor es fundamental...

Cómo otras actividades de consultoría, en esta buena parte del éxito se encuentra personificado en la figura del consultor, más allá incluso de la propia entidad en la que se encuentre integrado. Es muy importante haber analizado y gestionado muchos proyectos para poder enfrentarse a uno nuevo y enfocarlo adecuadamente, conociendo a fondo buena parte de la casuística que puede darse a lo largo de todo el proceso de gestión.

En la situación actual ¿Las empresas ven el I+D+i como una inversión de riesgo?

No cabe duda que, en un entorno cada vez más globalizado, con grandes zonas geográficas del planeta emergiendo industrialmente, es necesario la diferenciación a través de la innovación y esto sólo se consigue invirtiendo de forma eficiente en I+D. El sector industrial español cada vez está más concienciado de esto, más ahora que se está prodigando con fuerza en el exterior. Aun así, la I+D no deja de ser una inversión de riesgo, con una alta incertidumbre y con un periodo de recuperación a medio plazo.

¿Hay suficientes incentivos que permitan amortiguar esos riesgos?

Los incentivos de la Administración sirven para amortiguar estos riesgos y a la vez seleccionar los proyectos más viables y poner en marcha estrategias de direccionamiento temático y/o sectorial. Por otro lado, las universidades y demás centros de investigación necesitan converger sus objetivos con las necesidades industriales/empresariales, jugando aquí también un papel primordial los programas de incentivos, tanto en forma de ayudas directas como fiscalmente.

¿La vía de las deducciones fiscales para proyectos de I+D+i sigue cobrando fuerza?

Durante aproximadamente los últimos 5 años la vía de las deducciones fiscales, es decir, ahorro de impuestos, está cobrando una importante fuerza entre las empresas. Hay que tener en cuenta que pueden llegar a superar el 50% del presupuesto total de un proyecto, por lo que son ya un instrumento muy útil para fomentar la I+D+i. Pero, si bien estos incentivos llevaban bastantes más años existiendo, no terminaban de calar entre las empresas como un instrumento real que les ayudase a impulsar la ejecución de proyectos de I+D+i. Al fin y al cabo, se trata de un beneficio que se obtiene a posteriori, cuando se paga el Impuesto de Sociedades. Es decir, era necesario “cambiar el chip”: es un cuantioso incentivo para realizar el proyecto, que se sabe que se obtendrá, pero no se consigue antes del proyecto. Hacía falta un ejercicio de mentalización para tomar en consideración este incentivo desde el mismo momento en que se piensa en abordar un nuevo proyecto.



¿Puede entonces una empresa deducirse libremente cuando ha realizado I+D+i?

Sí, si tiene bien identificado su proyecto y los gastos asociados a él. No obstante, esto no impide que, una vez aplicada la deducción, pueda existir una inspección resultando una rectificación impositiva. Para esto se encuentran instrumentados los procesos de certificación, por los cuales una entidad certificadora, acreditada por ENAC, puede certificar el proyecto como I+D o IT y entonces poder solicitar un Informe Motivado vinculante para Hacienda. Se obtiene así seguridad jurídica plena, no existiendo la posibilidad de ningún tipo de rectificación impositiva.

¿La nueva Ley de Emprendedores mejora algo el panorama?

Con las modificaciones en materia de incentivos fiscales I+D+i que se introdujo en la nueva Ley de Emprendedores, publicada en septiembre de 2013, se consigue meter dentro del sistema fiscal I+D+i a muchas empresas que antes, aun haciendo I+D+i, estaban fuera, produciéndose un claro agravio comparativo. Probablemente, el mejor ejemplo es el de una Pyme que, haciendo I+D de forma continua to-

dos los años, no podía aplicarse deducciones por ser éstas demasiado altas en comparación con sus beneficios y, por tanto, su Impuesto de Sociedades. Se producía una acumulación de deducciones que no generaban beneficios.

¿Qué mejoras se han producido?

Se ha introducido la posibilidad de superar los límites establecidos e, incluso, de poder solicitar el abono a Hacienda. Así, ya no es necesario alcanzar un determinado nivel de pago o cuota íntegra del Impuesto de Sociedades para poder beneficiarse de ellas. Esto da acceso a los incentivos fiscales también a grandes empresas en pérdidas o que, con beneficios, consolidan cuentas a nivel de Grupo resultando insuficiencia de cuota íntegra para poder aplicarse las deducciones.

¿Qué papel juegan consultoras como Prointem a la hora de contribuir al impulso de la I+D+i en España?

De alguna forma dinamizamos el sistema, ya que con nuestras propias acciones comerciales difundimos los incentivos, ayudando a que los conceptos de I+D+i y su filosofía se impregnen. Además, acceder a este beneficio no deja de implicar un trabajo extra para la empresa, ya

“Las modificaciones de la nueva Ley de Emprendedores mete en el sistema fiscal I+D+i a muchas empresas que antes quedaban fuera”

que normalmente no está preparada o le coge a contrapié por salirse fuera de su actividad normal. La consultoría lo hace descargándole del trabajo, pero también aportando la experiencia de multitud de casos anteriores, entrando aquí de nuevo en juego el recorrido y pericia de la figura del consultor.

Tras una primera experiencia positiva, lo normal es que la empresa se anime y repita, planteando además nuevos proyectos tomando en consideración las ventajas asociadas.

» prointem
I+D+i

Tel: 91 472 45 67
www.prointem.com

ENTREVISTA ALBERTO NAVARRO DIRECTOR GENERAL DE SELF BANK

“Self Bank es una alternativa de presente a la banca tradicional”

En los últimos años, la banca online se ha convertido en una potente alternativa para que particulares y empresas gestionen de un modo personal y competitivo sus productos de ahorro e Inversión. Self Bank es un ejemplo de éxito de este tipo de entidades. Hemos hablado con Alberto Navarro, su Director General.

¿Cuáles son los orígenes de Self Bank?

Self Bank es un banco online nacido en el año 2009 como resultado de un acuerdo entre sus accionistas, Boursorama (grupo Société Générale) y CaixaBank. El primero posee el 51% de las acciones de la entidad, mientras que el 49% restante está en manos de CaixaBank. Nacimos como un banco de inversión y ahorro 100% online que ofrece a sus clientes todos los productos y servicios habituales de una entidad de este tipo, como cuentas corrientes, tarjetas de débito y crédito, operativa de bolsa o fondos de inversión por poner algunos ejemplos.

¿Qué balance hace de estos cinco años?

Un balance positivo, sin duda. En 2011, Self Bank impulsó un cambio en su estrategia priorizando rentabilidad sobre crecimiento, para poder así fortalecer el negocio durante los años de crisis y contar con una buena posición competitiva de cara al futuro. En estos años nos hemos convertido en una entidad muy sólida y estimamos que en los próximos años duplicaremos nuestros ingresos.

■ “El banco opera 100% online ofreciendo servicios muy competitivos a sus clientes”

¿A qué perfil de cliente se dirigen?

Si tuviéramos que hacer un retrato robot de nuestro cliente medio, éste sería el de un hombre de entre 25 y 55 años, con un nivel cultural medio-alto, que vive en una zona urbana y que tiene unos ingresos de entre 30.000 y 50.000 euros al año.

¿Cómo definiría la filosofía de Self Bank?

Creo que lo que mejor nos define es la búsqueda de la excelencia en el servicio. Todo está diseñado para que el cliente encuentre en nosotros el apoyo que necesita de un modo sencillo y competitivo. No tenemos red de oficinas, así que el contacto con el cliente es fundamental para que entienda que podemos ser su banco de cada día y que somos capaces de poner



todas las herramientas que necesita a su disposición para optimizar el manejo de sus ahorros e inversiones.

Por ejemplo...

El cliente de Self Bank busca una entidad que le permita autonomía a la hora de gestionar su dinero, que pueda hacerlo sin tener que pagar comisiones absurdas y

que le permita invertir en una gran variedad de mercados con un coste muy ajustado, con la tranquilidad de contar con el apoyo de un buen servicio de atención al cliente.

¿Qué diferencia al banco de sus competidores?

Si hablamos de competencia es preciso decir que hay dos tipos. Por un lado, la banca online que ha nacido en ese canal y, por otro, los servicios online que las entidades tradicionales ofrecen en la red, como el Santander, BBVA o Bankinter. La principal diferencia – más allá del modelo de distribución – es que hemos optado por una propuesta de valor que ofrece transparencia e independencia al cliente junto a un excelente servicio al cliente, aspectos que consideramos fundamentales hoy día.

¿A qué se refiere?

A que hoy en día, los directores de las oficinas bancarias de toda la vida han pasado de ser asesores al servicio del cliente a comerciales que pretenden colocar productos financieros creados por el propio banco. En Self Bank no colocamos productos, sino que ponemos a disposición del cliente todas las herramientas necesarias para que sean ellos quienes elijan en qué productos quieren invertir o ahorrar. Nosotros no prestamos ase-

soramiento ni gestionamos Carteras, por lo que es el cliente el que opta por lo que le realmente le conviene. Esto es algo que sólo puede dar la independencia. De ahí que nos autodefinamos como el banco transparente.

¿Limita eso la oferta del banco?

En absoluto. Disponemos de una amplia gama de productos de ahorro e inversión, desde más conservadores a los más arriesgados. El abanico de opciones está ahí, pero son los clientes quienes, en base a sus necesidades y su criterio, deciden dónde ahorrar o invertir. Es por ello que una de las cosas que sí hacemos es poner a disposición de los clientes del banco cursos gratuitos para que esa decisión sea tomada con todas las garantías y con conocimiento de causa.

¿La banca online es una alternativa de futuro a la tradicional?

De futuro no, sino de presente. Self Bank pretende ser el banco de cada día y ya tiene los medios, los servicios y productos necesarios para ello, pero con una estructura que nos permite ofrecer una propuesta de valor muy competitiva, que es inalcanzable para la banca tradicional.

¿También en productos de crédito?

Para los productos de crédito nos apoyamos en la experiencia de nuestros accionistas. En cuanto a los de ahorro, sí son 100% de Self Bank. En este caso, se trata de productos pensados para ayudar a las personas a solventar una realidad que se dará en los próximos años, y es que los nacidos entre los años 60 y 70 tendrán dificultades para recibir una pensión tal como está el sistema actualmente. Por eso es preciso fomentar el ahorro y poner a su disposición servicios y productos que lo faciliten. Ahí es donde estamos incidiendo más.

¿Cuáles son los planes de futuro de Self Bank?

Seguir con este ritmo de crecimiento y mantenernos en punta de un proceso imparable como el auge de la banca online. Un auge que ha venido favorecido por la crisis pero que no será un fenómeno temporal. Para ello, continuaremos ofreciendo una amplia gama de productos y servicios muy competitivos. Queremos convertirnos en una referencia en la banca online en España.

