

## COSAS QUE PASAN

Eugenio S. Ballesteros

*Compromisos y obligaciones para otros*

Las declaraciones del secretario de Estado de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información, Juan Junquera, asegurando la necesidad de incrementar las inversiones públicas en el sector de las TIC en unos 600 millones de euros con el objetivo de salvar la brecha digital y subvencionar a las compañías que quieran desarrollar el sector parecen un aliciente de envergadura como para que los proveedores de nuestro sector cojan la referencia como un clavo ardiendo más al que agarrarse para intentar cumplir sus expectativas de ventas. Cualquier punto de luz que surja en el mercado respecto a posibilidades de facturación impacta en quienes están involucrados en responsabilidades de ventas, les obliga a reflexionar y definir estrategias y contribuyen a suavizar el estado de ansiedad que les domina. Vender es muy difícil. Aceptando que el secretario de Estado TIC –para quien las TIC son fundamentales, y así lo expresa– afirma lo de los 600 millones de euros porque le han elaborado un exhaustivo informe que así lo determina, y cabe suponer que se lo recomendará a quien le sustituya en el puesto. La credibilidad de la inversión de los 600 millones de euros se podría sustentar en los siete años que el secretario de Estado lleva en el entorno de responsabilidades respecto a las TIC. Es preferible pensar así a tener que sospechar que la ilusionante afirmación para los proveedores TIC es un farol más, una mentira más, de un cargo público.

## El termómetro

**El supercomputador híbrido de CPU y GPU tiene sabor español.** Ingenieros españoles pertenecientes al Barcelona Supercomputing Center trabajan en el proyecto UE Mont-Blanc desarrollando lo que está llamado a ser el primer supercomputador con arquitectura híbrida formada por CPU Tegra 3 de arquitectura ARM, junto con GPU de Nvidia y su tecnología CUDA.

**Los jóvenes españoles pierden el interés en estudiar carreras tecnológicas.** Los grados en Ingeniería Informática y de Telecomunicaciones sufren una caída en el número de matriculaciones desde el año 2004, aunque se ha acrecentado hasta llegar al 10% en los últimos años.

*Cambio en la estructura de los mercados financieros*

La nueva situación económica ha puesto de manifiesto la necesidad de profundos cambios en la estructura y funcionamiento de los mercados financieros. El sistema financiero del futuro se caracterizará por tener menores niveles de apalancamiento, disminuciones en el riesgo de contrapartida, decrementos en los descuadres de liquidez y financiación, apostar por instrumentos financieros más simples y transparentes y disponer de mayor supervisión y regulación, para a su vez calmar a los mercados y animar el consumo y la productividad.

Para abordar con éxito el futuro inmediato al que se enfrentan las entidades financieras, estas deben reforzar la figura y las actuaciones del área de control interno dentro de sus organizaciones, velando por el cumplimiento normativo, el control de riesgos y la auditoría interna como estrategias de salida para devolver la confianza a los mercados y en correspondencia a sus clientes. Sin olvidarnos de la importancia que tiene la gestión del cliente en la captación de nuevos y en la retención de los más rentables a través del uso de la información y la gestión de la misma utilizando las palancas en el área



\*Joan Cardona

de satisfacción y rentabilidad, ante un evidente escenario de pérdida de fidelidad. Para conseguir objetivos a corto, es imprescindible conseguir un equilibrio entre la información a nivel de producto y de clientes, ofreciendo productos que interesen a sus clientes, y no se definan solo desde la perspectiva actual, como se detecta en los primeros pasos de esta nueva concentración financiera.

Como palanca dentro del funnel correspondiente a la innovación, las redes sociales y su asociación con la movilidad deben dar la potencialidad que sus cifras a priori determinan, pasando a combinar modelos de banca de proximidad con modelos personalizados, en donde se debe pensar no tanto en la presencia sino en la capacidad de negocio.

Definir un modelo de gobierno corporativo robusto es la clave que permite a las entidades alinear a las diferentes áreas de la organización con los objetivos de negocio, establecer mecanismos de integración en la gestión de riesgos, definir las herramientas colaborativas que mejoren la eficiencia de los procesos y adoptar una gestión del cambio participativa.

\*Joan Cardona, CEO-socio director de Atmira.

## MANAGEMENT

*Zeerca*

Las aplicaciones para móviles están en auge, la tecnología muy probada y cada vez más extendida con el crecimiento en ventas de los *smartphones*. La información está cada vez más personalizada y acotada físicamente a nuestra localización en cada momento. Se va haciendo realidad el paradigma del teléfono móvil como el dispositivo universal que llevas en tu bolsillo, que empieza a hacer prescindibles muchos de los cachivaches que antes llevábamos y que es el centro de nuestra actividad diaria.

Voy a hablar de Zeerca, compañía fundada por Nacho García y su padre Belarmino García. Nacho aporta excelente *background* e instinto de la sociedad de Internet y Belarmino estructura y soporte del proyecto desde su gran experiencia y éxitos en la economía real. El equipo también mantiene ese mix de perfiles y ellos creen, y yo también, que esa mezcla de "seny" y "state of the art" les va a proporcionar una ventaja competitiva frente a otros proyectos en este segmento de mercado.

Zeerca quiere crear un *marketplace one to one*, con un *personal shoppers* para los clientes y con una potente herramienta de marketing para comercios que estando ubicados en zonas de compras no tienen el mejor emplazamiento ni son capaces de competir con los motores de promoción de los grandes comercios.

Zeerca informa al comprador de promociones que se están produciendo en ese momento cerca del lugar donde él se encuentra y que responden a sus preferencias. El comprador pulsa "Lo quiero" y listo. Así de fácil, sin pagos con tarjetas de crédito ni gastos asociados. Te diriges al local, y enseñando el código de autorización generado por Zeerca, y disponible en tu *smartphone*, el local te aplicará la promoción asociada: sólo en el local harás efectiva la compra.



Antonio Alemán

<http://elmalabar.blogspot.com>