

Día Mundial de Internet



Una red más social

► Suplemento de 8 páginas con información sobre el Día Mundial de Internet ► Incluye algunos textos de las empresas: Globatel, Rafel Amorós y Softline ► Artículos genéricos: La gran red social, Transparencia en la gestión de dominios, Bolsa de derechos digitales, La nube y StreetMatching



Te ofrecemos un selecto **menú**

- ★ TIENDAS ONLINE
- ★ DISEÑO GRÁFICO
- ★ GESTORES DE CONTENIDOS
- ★ MARKETING ONLINE
- ★ POSICIONAMIENTO WEB
- ★ REDES SOCIALES
- ★ L.O.P.D.

¿TE APLINAS?

Soft Line®

www.softline.es
971 911 913

Internet, una red muy social

▶ Google entiende Internet en conjunto como gran red social

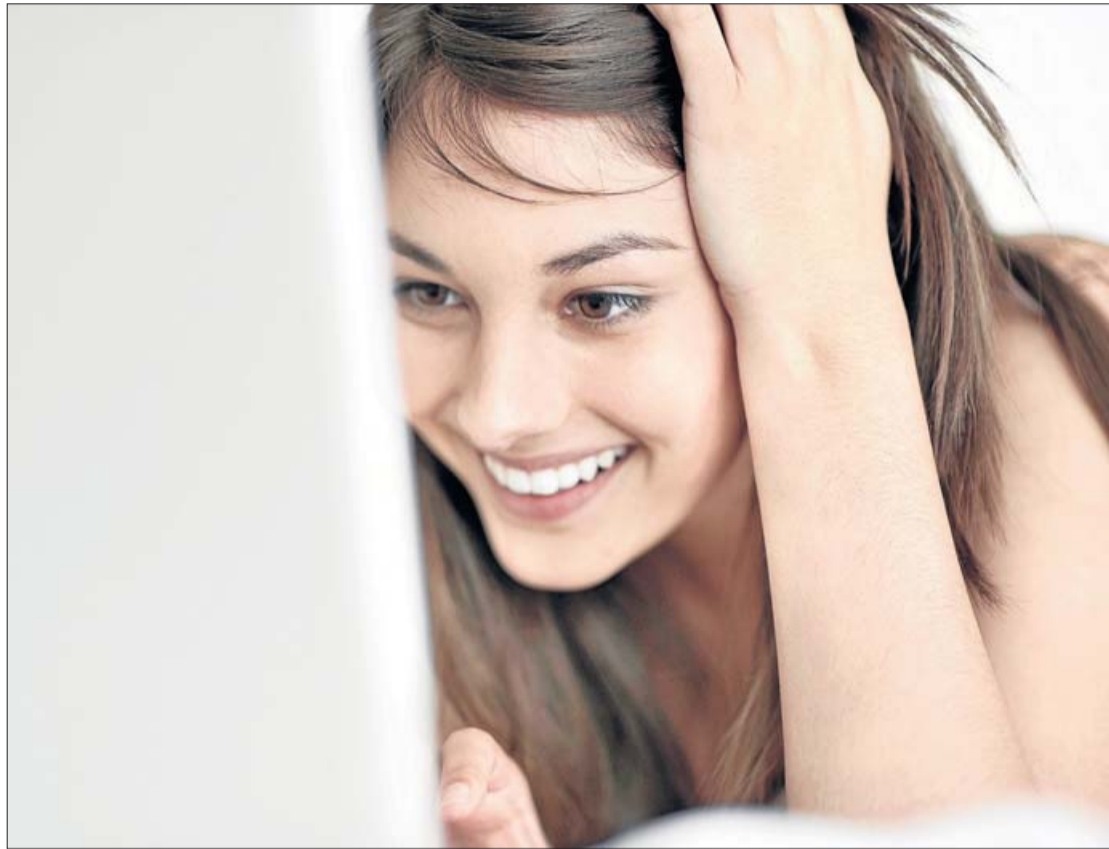
EFE

■ El director general de Google en España, Javier Rodríguez Zapatero, ha explicado que para esta compañía Internet en su conjunto se entiende como una gran red social, y que en esta filosofía se basan sus iniciativas y productos.

En declaraciones a EFE en Barcelona, donde Google ha presentado esta semana la iniciativa "Conecta tu negocio", Javier Rodríguez ha señalado, respecto de la importancia que están alcanzando las redes sociales, que "lo que está ocurriendo en Internet es fascinante, porque la red se está convirtiendo en algo muy social".

"En este sentido -ha añadido-, Google tiene una filosofía clara de entender Internet en sí mismo como una gran red social, y cuanto más abierto sea Internet para potenciar esa capacidad de ser en sí mismo una red social, más beneficios tendremos todos como usuarios y más nos beneficiaremos de la red".

Javier Rodríguez precisa que el reflejo de esta filosofía es que "muchos de los servicios que ofrecemos tienen un componente social altísimo", como Picasa, donde los usuarios pueden compartir fotografías, o YouTube, el portal de vídeos propiedad de Google a través del cual "cualquiera en la red puede compartir esos conteni-



Muchos de los servicios que se ofrecen en la red tiene un alto componente social. INGMAGE

dos, que pueden pasar a Facebook, a Twitter o a un blog".

Fichado en 2008 por Google, cuando era vicepresidente comercial de Yahoo! Europa, Javier Rodríguez Zapatero, que no tiene ninguna vinculación familiar con el presidente del Gobierno -"lo de los apellidos es una anécdota con la que creo que tendré que convivir el

resto de mis días"-, afirma que su compañía sigue planteándose seguir creciendo, incluso en mercados en situación de crisis como España.

"España, con un entorno macroeconómico no especialmente bueno, es un país donde Google sigue muy enfocado hacia el desarrollo de la pequeña y mediana empresa, y a

que sus iniciativas de móviles y sus mejoras en el buscador se sigan implementando, y estamos muy satisfechos con el comportamiento de la compañía", afirma el director general.

En esta estrategia de prestar servicios a las empresas se sitúa "Conecta tu negocio", un proyecto con el que se pretende ayudar a que decenas de miles

de empresas españolas tengan una página web "sencilla y fácil de usar" y puedan beneficiarse así de sus ventajas para dar a conocer sus productos y aumentar su productividad.

Otra novedad ha sido el reciente lanzamiento de Google Shopping, un buscador especializado en productos comerciales que se venden en la red y que muestra qué tiendas disponen de ellos, además de ofrecer una comparativa de precios, un servicio gratuito para las empresas.

Sobre Google Business Photos, una herramienta de Google Maps que permitirá ver imágenes del interior de las tiendas a través del sistema "Street view", Javier Rodríguez indica que "es una de las muchas funciones que estamos lanzando para ayudar a las pymes", aunque asegura desconocer cuándo llegará a España y Europa, tras lanzarse inicialmente en Estados Unidos, Japón y Australia.

Preguntado por si el mayor competidor de su compañía es Apple, Microsoft, Yahoo!, Facebook o Twitter, considera que "probablemente el mayor competidor de Google no lo conocemos hoy, porque estamos en un mundo donde los cambios y el ritmo de innovación es tan grande que pueden surgir ideas que cambien la manera de hacer las cosas en Internet".

Transparencia en la gestión de dominios

▶ La CE y EEUU piden más transparencia de gestión de los dominios de internet

EFE

■ La Comisión Europea (CE) y autoridades de Estados Unidos abordaron en Bruselas la gestión de la ICANN, el organismo regulador de los dominios de internet, y coincidieron en que es necesario incrementar su transparencia y responsabilidad, informó hoy el Ejecutivo comunitario.

La vicepresidenta de la CE y titular de la Agenda Digital, Neelie Kroes, se reunió con el subsecretario de la Administración Nacional de Telecomunicaciones e Información (NTIA, dependiente del Departamento de Comercio estadounidense), Larry Strickling.

Según un comunicado de la Comisión, se abordaron diferentes asuntos relacionados con garantizar un modelo de gestión de internet que involucre a múltiples actores del sector privado, un sistema que tanto Bruselas como Washington defienden desde hace años.

Entre otros asuntos, coincidieron en la importancia de reforzar la transparencia y responsabilidad de la gestión corporativa interna de la ICANN (Corporación de Asignación de Nombres y Números en Internet).

En concreto, abogaron por

que ese organismo tenga más capacidad para responder a los países que planteen preocupaciones sobre políticas públicas en su Consejo Asesor Gubernamental.

También señalaron la necesidad de que la ICANN progrese en sus decisiones sobre los dominios de nivel superior de códigos de países.

Asimismo, Kroes y Strickling hablaron sobre la próxima concesión del contrato sobre las funciones de la Autoridad de Asignación de Números en Internet (IANA), un acuerdo vigente actualmente entre la ICANN y Estados Unidos.

Las dos partes acordaron trabajar estrechamente en los preliminares de la próxima reunión de la ICANN, que se celebrará del 19 al 24 de junio en Singapur, para insistir en la necesidad de que la dirección de esa corporación responda "adecuadamente" a las recomendaciones del Consejo Asesor Gubernamental, cuando éste considere la expansión de dominios de nivel superior.

También apuntaron como una "prioridad" la rápida implementación de todas las recomendaciones concluidas a finales del año pasado por el equipo de revisión de la res-

ICANN (asignación de nombres y números) es el organismo regulador de los dominios de internet

El objetivo es garantizar un modelo de gestión de internet que involucre a los actores del sector privado

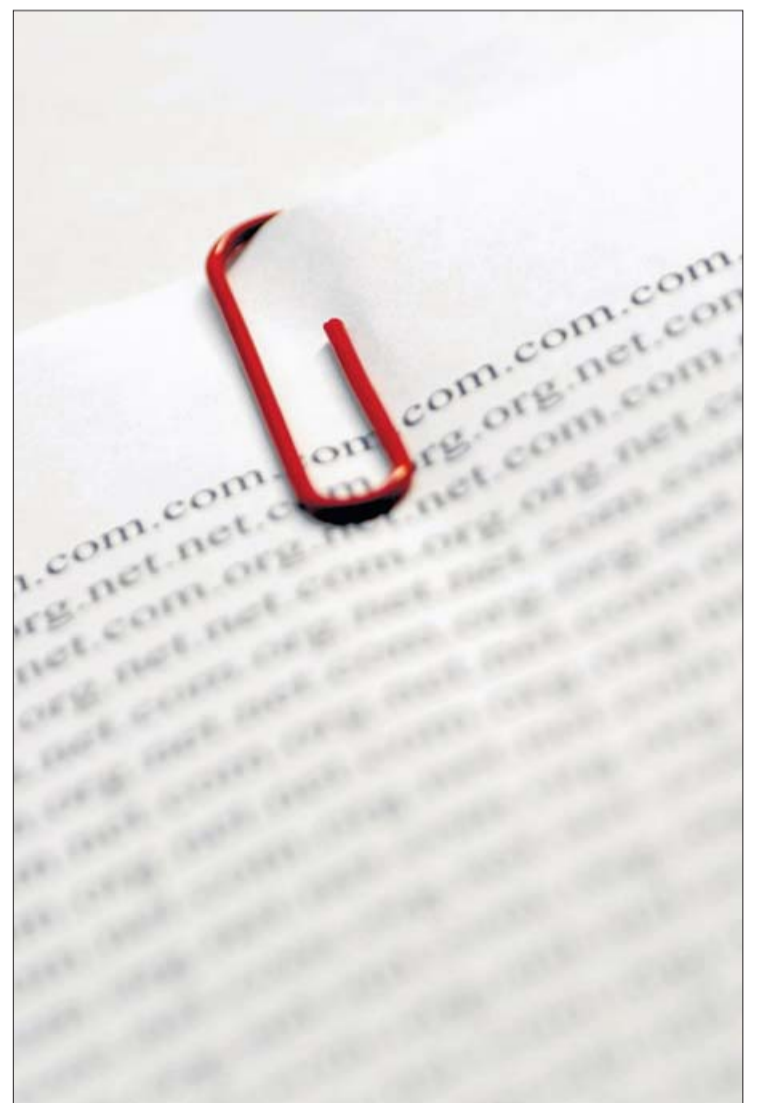
ponsabilidad y la transparencia.

La Comisión recordó que el Gobierno estadounidense recopila opiniones en todo el mundo sobre cómo el contrato para las funciones de la IANA debe contribuir a la mejora de la gestión de los nombres de dominio a nivel global.

Kroes se ofreció a acoger este año en Bruselas un foro abierto para discutir estos asuntos con todas las partes interesadas.

La ICANN, creada en 1998, es una corporación sin ánimo de lucro con participantes de todo el mundo, cuyo objetivo es mantener la seguridad en internet y que la red sea estable e interoperativa.

No controla los contenidos ni el acceso a internet, pero gracias a su papel coordinador de los nombres de dominio contribuye a su expansión y evolución.



ICANN tiene como objetivo mantener la seguridad en internet.

Antonio Marqués

► DIRECTOR GENERAL DE GLOBATEL

Globaltel, hoy, es capaz de ofrecer Internet al 100% del territorio balear

Globaltel es una compañía de telecomunicaciones y nuevas tecnologías que, con capital mayoritario mallorquín, ofrece todo tipo de soluciones en materia de comunicación, telefonía e Internet, tanto a particulares y empresas como a colectivos y organizaciones.

D.P. PALMA

■ -¿Qué ofrece Globaltel a sus clientes?

-Todo lo que quiera o necesite. Actualmente tenemos más oferta de productos que las grandes compañías, desde telefonía fija, móvil o IP hasta Internet a través de *Wimax*, Satélite o ADSL, pasando por la creación de zonas *Wifi*, centralitas telefónicas o envío de SMS masivos. Esto nos permite crear un paquete de servicios adaptado a las necesidades reales de cada cliente y, al tener tecnología propia, como por ejemplo una plataforma IP, con una factura única.

-Se está hablando mucho ahora de la comunicación a través de telefonía IP, ¿qué valor añadido para el cliente de Globaltel ofrece este servicio?

-Globaltel no se limita a dar voz IP, telefonía por Internet, sino que al tener su propia plataforma tiene la autonomía para dar todos los servicios de telecomunicaciones y telefonía por el precio de la voz, incluyendo servicios como centralita, Fax o la integración con otras aplicacio-

"En Globaltel apostamos por una forma de entender la comunicación más personal, amable y sencilla"

nes de software. En resumen damos más servicios con mayor ahorro.

También quiero destacar que dicha plataforma, cuya inversión ha ascendido a más de 250.000€, es fruto de la unión entre Globaltel y la compañía de ingeniería, también mallorquina, e-Concept. La experiencia de ambas compañías, tanto a nivel comercial como técnico ha posibilitado una plataforma abierta, flexible y adaptable a cualquier necesidad del cliente.

-¿Es esto lo que diferencia a Globaltel de otras empresas?

-No sólo nos diferenciamos en productos y servicios. Apostamos por una forma de entender la comunicación más personal, amable y sencilla. Más cercana, en definitiva.

Nuestro objetivo es que la persona que acuda a nosotros se sienta cuidada, que tenga facilidades y respuestas cuando las necesita. Nos gusta conocer a nuestros clientes por su nombre y darles un trato personalizado....

-Pero el trato personalizado, por lo general, es sinónimo de aumento de coste

-No, en este caso no, y a eso iba. La diferencia principal, como te he dicho antes, es



"Nuestra IP ofrece autonomía para dar todos los servicios de telecomunicación con mayor ahorro".

que al tener infraestructura propia podemos dar toda clase de servicios mucho más económicos que otras compañías. No cobramos suplementos raros y nuestras tarifas, además de más bajas, son más transparentes y totalmente adaptadas a cada cliente. Nuestra filosofía es "dinos que necesitas y diseñamos tu propia tarifa"

-¿Agradece el cliente ese trato personalizado a menor precio?

-Sin duda, Globaltel ofrece algo difícil de encontrar en el mercado, capacidad de gestionar de forma conjunta las necesidades de comunicación (asesoramiento, instalación, mantenimiento y facturación) a menor precio y eso los clientes lo agradecen.

Además, tenemos la ventaja que ante cualquier gestión o duda el cliente solo tiene que llamar a su asesor, siempre el mismo y que le conoce, y no a una máquina fría que se limita a enviarte a diferentes departamentos también fríos y opacos.

-¿Cuál es el perfil del cliente de Globaltel?

-Tal y como te decía antes te-

nemos capacidad para dar servicio integral tanto a particulares como a empresas, medianas y grandes. Podemos facilitar desde una conexión de banda ancha para una persona como una centralita para 300 habitaciones.

Prueba de nuestro compromiso con la realidad de las Islas es, por ejemplo, que tengamos un departamento especializado en dar servicio al sector hotelero. Desde 2005 hemos ido firmando acuerdos con las distintas Federaciones Hoteleras de Balears, FEHM, ASHOME y FEHIF, hasta que este año, por primera vez, se ha firmado un convenio conjunto con las tres federaciones con el objeto de darles servicio en condiciones muy ventajosas a todos sus asociados.

-Hablamos de un sector que crece sin parar. ¿Como afronta Globaltel esta realidad?

-Con ilusión y trabajo. Ya hemos dado los pasos para afrontar el crecimiento frenético del sector de las comunicaciones y responder a nuestros clientes con eficacia. Por eso hacemos de nuestro negocio algo personal, para cre-

cer junto con ellos y prever las necesidades que tendrán en el futuro.

-¿Cuáles son esos futuros proyectos?

-Posicionarnos como empresa de referencia en el sector cuidando a nuestros clientes, manteniendo su fidelidad, y ofreciendo productos que aporten valor añadido como la citada voz IP o el servicio de Internet por satélite que nos permite llegar al 100 por 100 del territorio de Balears.

Apostamos por el crecimiento de las Islas por ello nuestro objetivo es estar siempre a la vanguardia para ofrecer a nuestros clientes las mejores soluciones, hoy y mañana.

Ya, por último, dentro de nuestro plan de expansión, destacar la apertura de varias delegaciones en la Península durante el segundo semestre de este año.

MÁS INFORMACIÓN

Globaltel
Gremi Passamaners, 5, 1º Ofic. 2.
Polígono Son Rossinyol
☎ 971 434 224
🌐 www.globatel.net



GlobalTEL

SERVICIOS INTEGRALES DE TELEFONÍA



Hacemos de la comunicación algo personal

VISÍTANOS EN www.globatel.net

Bolsa de derechos digitales

▶ Un informe propone crear en Londres una bolsa de derechos digitales

EFE

■ Un informe de próxima publicación sobre propiedad intelectual propondrá al Gobierno británico crear una bolsa de derechos digitales, según adelanta hoy el "Financial Times".

Ese paso convertiría al Reino Unido en un nudo global para las compañías de contenido digital más innovadoras en sectores como el musical, el cinematográfico o los videojuegos, señala el informe.

Aunque las pequeñas empresas de nuevas tecnologías (*start-ups*) se felicitarían seguramente de una bolsa de ese tipo, los estudios cinematográficos, los sellos discográficos y otros propietarios actuales de contenidos podrían mostrarse reacios a poner sus fondos a disposición de una bolsa digital, comenta el periódico.

El informe lleva el nombre del director del equipo que lo ha elaborado, el profesor Ian Hargreaves, presidente de economía digital en la Facultad de Periodismo de Cardiff.

El impulsor de la idea fue el propio primer ministro británico, David Cameron, según el cual Google no habría podido nacer en el Reino Unido porque el actual régimen de Internet representa un obstáculo para los elementos más emprendedores en ese campo.

Los beneficios para los creadores de contenidos que ten-



La banda de rock Radiohead vende directamente sus álbumes como descargas digitales.

dría esa bolsa serían mejor acceso a los mercados, un puntual registro de los derechos de propiedad y un mejor entendimiento de las condiciones bajo las cuales se otorgarían las licencias, señala el informe en cuestión.

Algunas empresas emergentes del sector digital basadas en el Reino Unido, como

Spotify y Last.fm, llevan tiempo quejándose de las dificultades de conseguir derechos para la distribución en línea de música o películas.

Así, las negociaciones de Spotify con las empresas discográficas para lanzar su servicio pionero de *streaming* musical (sin descarga) duraron dos años.

La actual confusión sobre las leyes que regulan el *copyright* y la lucha contra la piratería han llevado a soluciones inéditas como la decisión de la banda de rock Radiohead de vender directamente sus álbumes como descargas digitales.

El informe Hargreaves propone "aprovechar la actual

Spotify y Last.fm tienen dificultades para conseguir derechos para la distribución en línea de música o películas

El informe Hargreaves pretende convertir al Reino Unido en el mejor lugar para negociar esos contenidos

ventaja competitiva" de este país en "contenido creativo para convertirse en líder en servicios relacionados con las licencias en los mercados de contenido globales: es decir convertir al Reino Unido en el mejor lugar del mundo para negociar esos contenidos".

El profesor Hargreaves cree que ello podría tener para Gran Bretaña una "importancia comparable con el tiempo" a la que ha logrado en la provisión de servicios financieros.

El Reino Unido quiere reducir su actual dependencia del sector financiero y aspira a potenciar la biotecnología y las llamadas industrias creativas.

Según el informe Hargreaves, el Gobierno debería dejar que la industria cree una bolsa digital, pero debería nombrar a un máximo responsable del sector encargado de supervisar el diseño y puesta en marcha de esa bolsa y utilizar su influencia para convencer a las empresas de sus ventajas".

Migración a la nube

▶ Las tecnológicas escenifican la migración de los servicios informáticos a la nube

EFE

■ Los recientes anuncios de Amazon y Google escenifican la más que anticipada migración de los servicios informáticos a la nube que aterriza ya en los hogares dispuesta a cambiar un mundo que aún funciona a base de descargas.

Esas compañías de internet lanzaron en el último mes y medio dos plataformas para que los usuarios alojen sus archivos y su música en la web, o lo que es lo mismo, en unos enormes centros de datos protegidos por fuertes medidas de seguridad llamados a reemplazar paulatinamente a los discos duros caseros.

Google Music Beta, presentado el martes, y Cloud Drive y Cloud Player de Amazon, han vieron la luz en marzo, han puesto de forma gratuita (hasta el momento) a disposición de los internautas un almacén virtual para alojar miles de canciones y documentos para que sean accesibles desde cualquier dispositivo con conexión a internet.

Si bien la idea no es nueva, ya que existen numerosas empresas que ofrecen servicios parecidos, el movimiento de esos dos gigantes de internet resulta sintomático del horizonte hacia el que se dirige la

industria tecnológica.

Hasta la fecha, Microsoft y Google han abanderado el desarrollo de servicios en la nube, el primero más enfocado en sus clientes en empresas y el segundo en soluciones al consumidor final a través de las cuentas de correo Gmail, ambos respaldados por su más amplia red de centros de datos que les da cierta ventaja competitiva.

Amazon cuenta también con una importante logística que no solo usa para su negocio de venta en la red, sino que alquila parcelas de ciberespacio donde reside páginas como HootSuite, Foursquare y Quora.

La red social Facebook está invirtiendo millones de dólares en la construcción de centros de datos para poder seguir creciendo, lo mismo que Yahoo!, que actualmente está atravesando un período de ajustes internos, y al igual que Apple, que todo apunta que pronto desvelará su estrategia en la nube.

Los analistas del sector aseguran que la empresa de Steve Jobs estrenará esta primavera un nuevo centro de datos en Carolina del Norte que tuvo un coste de 1.000 millones de dólares y es cinco veces más gran-

de que sus principales instalaciones, actualmente situadas en Newark, en California.

Ese complejo permitirá a Apple expandir su presencia en la nube y lanzar el rumoreado iCloud, una versión del gestor y tienda virtual iTunes fusionado con su software de aplicaciones en la nube MobileMe, hasta ahora de pago y que sincronizaba el email, el calendario y los contactos de los usuarios entre dispositivos.

Apple dejó de vender MobileMe en febrero, un gesto que se entendió en el mercado como una medida previa a la llegada de iCloud que podría ser anunciada durante la Conferencia Mundial de Desarrolladores de Apple que abre sus puertas el 6 de junio en San Francisco.

La apuesta de los creadores del iPhone por competir en la nube es tal que, según publicó en abril The Wall Street Journal, pudo pagar hasta 4,5 millones de dólares a una compañía sueca para comprar el dominio icloud.com.

El florecimiento de servicios en la nube camina en paralelo con el éxito en el mercado de los dispositivos móviles que están sustituyendo a los ordenadores personales como



Los discos duros quedarán obsoletos en breve.

la principal vía por la que los usuarios consultan internet diariamente.

Estos aparatos, pequeños y ligeros, nacen con sistemas operativos nuevos y más sencillos que confían en programas externos para poder operar entre ellos y con los orde-

nadores personales tradicionales.

Una especie de híbrido entre ambos es Chromebook, un modelo de portátil presentado por Google el miércoles que funciona con software en la nube, pensado para subir contenidos más que para bajarlos.

Redes sociales y portales de opinión como instigadores de la calidad

D.P. PALMA

■ Nos encontramos a las puertas de una nueva temporada turística que, por diversos motivos, como puedan ser la subida de precios de los destinos competidores, o los conflictos sociales en otros, se aventura mejor que la anterior.

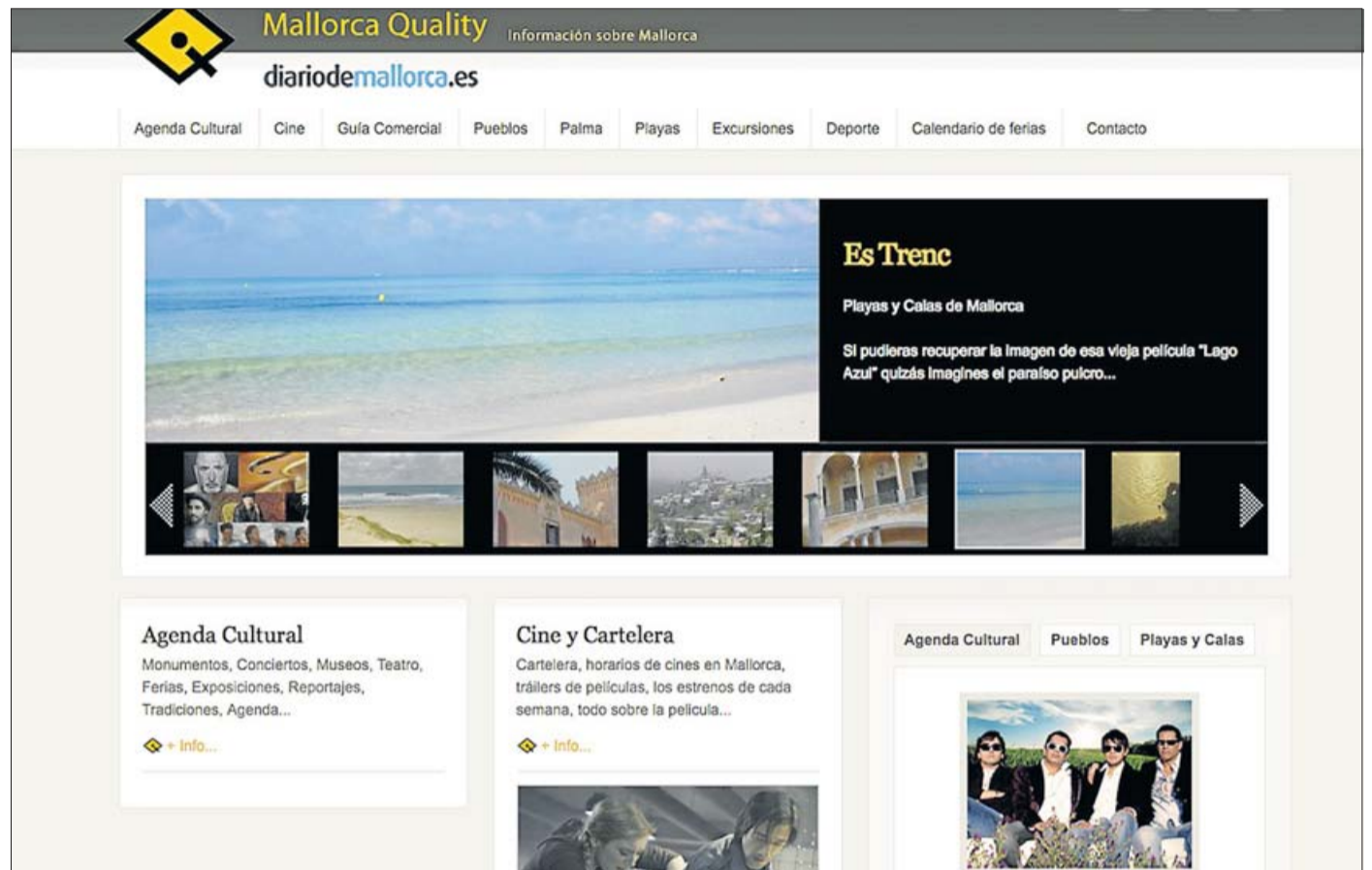
Durante las últimas semanas el tema más comentado en reuniones o simples charlas informales con gerentes y directivos del mundo hostelero balear, ha sido el de los portales de opinión o las redes sociales "Esto son 4 frikies", "Solo escriben lo malo" "Yo no hago caso de estas cosas", al ver simplemente su parte mas negativa, las críticas ante un mal servicio y/o producto.

Y la verdad, es que, aunque muchos no lo crean están de suerte, pues redes sociales y portales de opinión no solo nos aportan críticas, sino que también ofrecen una oportunidad de mejora. Es una herramienta para que los clientes puedan manifestar sus opiniones y consejos, que sean prescriptores para futuros clientes. Se trata de la evolución del Boca a Boca (me disculparán, pero la expresión del Boca Oreja me parece lamentable). Nos indican donde estamos fallando y donde debemos mejorar.

Deberíamos tener en cuenta que la comercialización de nuestros negocios (sea cual sea), año tras año, va adquiriendo un rumbo más electrónico y que la principal fuente de información que reciben los turistas, son opiniones de clientes que ya han recibido nuestro servicio. Ha llegado el momento de plantearnos cómo debemos cuidar a cada uno de nuestros turistas, ya que un turista descontento es un arma de doble filo que no solo no volverá, sino que puede influenciar en otros muchos posibles clientes a través de opiniones, fotos y actualizaciones, disuadiéndolos de la idea de venir a nuestro hotel.

Es hora de que nos quitemos la venda de los ojos y demos la importancia que realmente tienen los comentarios que nos llegan, contestemos esos comentarios (ya sean positivos o negativos), interactuemos con el cliente... no solo por el cliente con el que estamos hablando, sino por los miles que vayan a ver esa conversación. Con el boom que estamos experimentando de las redes sociales, estamos condenados a vivir en un Gran Hermano constante, donde cualquier cliente puede reflejar el verdadero producto que está recibiendo, justo en el mismo momento que lo está recibiendo con un simple toque de Smartphone.

Para un destino turístico como el nuestro, es de vital importancia recuperar actitudes como la ATENCIÓN, la HOSPITALIDAD y la



La comercialización de los negocios va adquiriendo un rumbo más electrónico. ARCHIVO

MÁS INFORMACIÓN

Rafel Amorós Maura

Asesor Hotelero

☎ 971 727 095

🌐 www.rafelamoros.blogspot.com

🌐 www.twitter.com/RafelAmoros

SONRISA y el hacer de ellas nuestra principal carta de presentación ante nuestros clientes. Para nosotros deber ser tan importante la satisfacción de un trabajo bien hecho como salir bien en la foto que nuestro cliente nos está haciendo minuto a minuto.

Y ahora me dirijo a usted que está leyendo estas líneas, le invito a formar parte activa de este cambio del que todos nos beneficiaremos, comente en portales de opinión, comparta experiencias, critique actitudes de la oferta... las empresas deben ser tan dinámicas como el ser humano, si no, están condenadas al fracaso.

La historia ha querido dar una nueva oportunidad al turismo balear, y debemos aprovecharla.



Los Smartphone nos permiten vivir conectados al momento. ARCHIVO

CONCESIONARIO OFICIAL FIAT

LIQUIDACIÓN FURGONETAS



Fiat Fiorino 9.068 € + IVA

NUEVAS A ESTRENAR
con aire acondicionado



Fiat Doblò 10.170 € + IVA



VEHÍCULOS DE OCASIÓN, todos con A/A y 12 meses de garantía:



OPEL COMBO
AÑO 2005
4.660 € + IVA



PEUGEOT PARTNER
AÑO 2006
5.762 € + IVA



RENAULT KANGOO
AÑO 2007
5.930 € + IVA



CITROËN BERLINGO
AÑO 2007
6.440 € + IVA

AUTOVENTA MANACOR Políg. Industrial de Manacor Tel. 971 846 076 - 971 846 145 - 971 846 212
CITYCAR 2000 INCA C/ Quarter, 15 - Políg. Industrial (junto al tanatorio) Tel. 971 501 103 - 971 507 200

SOFT LINE & FEDERACION BALEAR DE GOLF, socios tecnológicos.

SOFT LINE y LA FEDERACION BALEAR DE GOLF han llegado a un acuerdo de colaboración. Por una parte, como socio tecnológico, SOFT LINE aporta a la Federación desde el día 01 de Abril de 2011 la última tecnología de una compañía líder en el sector de la informática y las comunicaciones. Por otra parte, la FBG favorece su incorporación dentro del deporte del Golf a través del patrocinio de las competiciones que forman parte del calendario anual de la FBG. SOFT LINE se convierte en el PATROCINADOR PRINCIPAL DEL TROFEO FEDERACIÓN BALEAR POR EQUIPOS, competición que convoca a gran número de federados en el Marriott Golf Son Antem.

SOLUCIONES UNIFICADAS

Como parte del acuerdo y atendiendo a la tecnología, SOFT LINE ha diseñado un "proyecto totalmente personalizado" que tiene como objetivo la implantación de SOLUCIONES UNIFICADAS que integren completamente las redes de voz, datos y vídeo. Para ello se lleva a cabo la instalación de una única infraestructura de cableado que nos permite diseñar un sistema seguro y flexible y que incluye TELEFONÍA VoIP, SERVIDORES DE FICHEROS Y APLICACIONES y SOFTWARE DE GESTIÓN CRM.



El resultado final revertirá en una mejora productiva con una alta reducción de costes operativos que proporcionará a la FBG una mejor comunicación con sus socios (Federados) así como una mayor eficacia en las tareas de gestión interna del día a día. La movilidad y la total integración del sistema permiten obtener mayor rendimiento en la gestión interna (Administración) así como una colaboración mejorada entre usuarios, que se traduce en mayor productividad y en claro beneficio de la imagen corporativa.

Al mismo tiempo, la comunicación con el socio (federado) se amplía y mejora sustancialmente gracias a la implementación de herramientas de "Software a medida- CRM", que gestionarán y administrarán toda la información. El sistema está avalado por Un Gran Equipo Humano compuesto por Técnicos de Hardware, Software y Sistemas altamente cualificados con un objetivo bien definido previamente: proporcionar a la FBG la cobertura y la atención que precise en cada momento. A su vez, SOFT LINE cuenta con el total apoyo de partners como CISCO, GATEWAY, McFEE, EPSON, BULL,...



Siguiendo en la línea de colaboración y *atendiendo al Federado*, SOFT LINE proporciona desde este mes y como parte del acuerdo, unas **CONDICIONES ESPECIALES** que se publicarán en la página de la FBG a partir del día 20 de Junio.

"SOFT LINE, un Gran Equipo Humano a su Servicio. Cuando y donde usted nos necesite".

NO PROBLEM
NO ПРОБЛЕМ

Soft Line
971 911 913

SOFTWARE | HARDWARE | PROGRAMACIÓN | INTERNET & COMUNICACIÓN | REDES | ASESORIA | SAT | www.softline.es

StreetMatching, ligar en la red

► El servicio sirve de punto de encuentro entre personas que ya han coincidido

OTR/PRESS MADRID

■ StreetMatching es un servicio que quiere ayudar a los usuarios a contactar con aquellas personas con las que han coincidido pero no han tenido valor para entablar conversación. Utiliza la web y el móvil como herramienta para ligar, sí, pero a partir de un contacto real.

Disponible desde hace algunos meses, su objetivo es hacer que "el hecho de cruzar miradas y sonrisas con una persona no quede ahí".

Uno de los creadores del portal, Eduardo Antoja, habla del espíritu detrás de StreetMatching. "Nosotros hicimos una web y una aplicación para 'smartphones' que permite ponerse en contacto a personas que se han gustado en la calle, en un bar, es decir, fuera de la red". Así es como define Antoja StreetMatching, en entrevista a Portaltic.

El servicio permite a los usuarios señalar un sitio y un momento en el que han visto a alguien de su interés. Si las dos personas señalan ese interés, StreetMatching les abre la posibilidad de contactar por mail.

Hay dos pilares fundamentales que sostienen StreetMatching: que el contacto "se produzca primero en la calle" y la privacidad. De esta forma, Arjona diferencia entre su servicio y otros como Match.com o Meetic.es. "No somos competencia de las páginas de contacto, nosotros no buscamos, encontramos". En este caso, se trata de adaptar la tecnología a algo tan habitual como cruzar una mirada con alguien. "La tecnología no sustituye al contacto físico, nosotros creemos que ayuda"; según Arjona "complementa el hecho real".

Gracias a esta web y a su aplicación móvil, los usuarios podrán romper su timidez y contactar con personas con las que no han podido hacerlo en un primer momento. Siempre es más fácil crear un marcador en un mapa que entablar una conversación con un desconocido.

La confidencialidad es el otro pilar del servicio. "Si no hay coincidencia no ponemos en contacto a nadie. Mantenemos la privacidad, nadie ve a nadie si ambas personas no han registrado un flechazo", explica Eduardo Antoja.

De esta manera, los usuarios no exponen sus datos y solamente se pone en contacto a las personas que hayan mostrado un interés mutuo.

Además, el servicio no informa de cuál de las dos personas ha dado el primer paso, haciendo que el contacto empiece de cero.

5.000 usuarios en su primer mes

Los usuarios se han dado cuenta rápidamente de las nuevas posibilidades que ofrece Street



Imagen de la web.

etMatching. Una prueba de ello es el éxito de su primer mes de vida. "Estamos sorprendidos porque ya tenemos cerca de 5.000 usuarios. Hemos tenido 25.000 visitas únicas y ya ha habido coincidencias, más de 60 personas, lo que supone 30 encuentros", ha confirmado Eduardo Antoja.

En StreetMatching, se denomina flechazo cuando una persona indica su interés por otra. Si este interés es común, se registra en dos usuarios un interés recíproco en un mismo sitio en un lapso de tiempo común, se les pone en contacto. Por ahora este tipo de coincidencia se ha producido en 30 ocasiones, pero desde Street Matching se muestran ilusionados de que el número aumente por el volumen de flechazos que registran.

"Lo que nos preocupó desde el principio era ver que no se trataba de un usuario que registrase 100 flechazos y luego cien usuarios que no registran. Normalmente el máximo de flechazos de un usuario activo es de cinco, lo que quiere decir que el tráfico no es solo de un usuario. La distribución es uniforme entre usuarios".

Los datos de StreetMatching permiten hacer un perfil de los usuarios y sus ubicaciones. "Ahora mismo tenemos más chicos. Al principio se apuntaron muchas más chicas, tal vez porque vendemos algo que tiene una parte de romanticismo importante. Sobre la edad, el público principalmente se mueve entre los 25 y los 35 años", ha explicado Eduardo Antoja.

Por territorios, según los datos de la com-

pañía, los usuarios de Barcelona, Madrid y Valencia son los más activos y los que notifican más flechazos, aunque Eduardo Antoja ha destacado que el servicio tiene muchos seguidores "en México y otros países de América Latina".

StreetMatching ha estado disponible únicamente en español hasta la semana pasada. Actualmente se ha ampliado a inglés, francés, portugués, italiano y catalán. Con esta medida, el número de usuarios potenciales se amplía a prácticamente todo el mundo.

Un servicio con los SmartPhones como arma secreta

StreetMatching nació como una página web, pero rápidamente los responsables del portal han visto que los 'smartphones' son una herramienta que puede mejorar su rendimiento de forma considerable. "La interacción de los usuarios gracias a los 'smartphones' es prácticamente instantánea porque se puede registrar un flechazo en tres segundos y si la otra persona también lo hace, prácticamente en el acto se pueden empezar a mandar correos electrónicos", ha explicado Eduardo Antoja.

Las posibilidades de los nuevos teléfonos móviles, combinadas con el servicio, hacen que las posibilidades se multipliquen. Eduardo Antoja ha confirmado que StreetMatching todavía puede evolucionar mucho y que gracias a los dispositivos móviles, "la evolución natural será hacia la mensajería instantánea". Por el momento el servicio cuenta con

aplicación móvil para dispositivos de Apple. "Le hemos dado mucha importancia al 'look' y al tema gráfico y nos sentíamos más cómodos con las guías de uso de iPhone", explica Antoja. El equipo de StreetMatching se confía usuarios de iPhone y también por ello comenzaron preparando la aplicación móvil para esta plataforma. En cualquier caso se confirman novedades próximas.

"Hemos registrado peticiones de usuarios para sacar la aplicación en otras plataformas. A nivel de público objetivo es casi más importante tener aplicación en BlackBerry", explica Eduardo Antoja. Los desarrolladores del servicio están ultimando el desarrollo y Eduardo Antoja ha asegurado que "en breve se lanzará la aplicación para Android". Los que usuarios con Android pueden estar tranquilos porque también se prepara una aplicación para su sistema.

Un futuro más social y con descuentos

StreetMatching solamente tiene un mes de vida, pero Eduardo Antoja ha confirmado que ya piensan en el futuro. "Respetando las dos líneas fundamentales, contacto real y privacidad, veremos lo que se nos ocurre. En el futuro podríamos ver comentarios de los flechazos pero sin identificar quien los hace ni dónde han tenido lugar, una fórmula de interacción anónima", explica el creador.

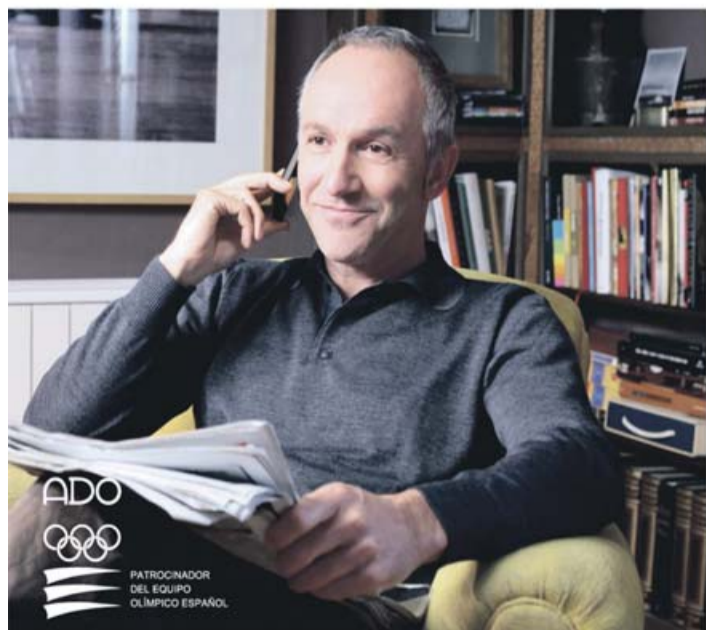
La idea es aumentar las posibilidades sociales del servicio de una forma que los usuarios puedan aportar contenidos sin faltar a las bases fundamentales del proyecto.

"Estamos desarrollando una serie de herramientas que están relacionadas con crear comunidad, más hacia la red social. Vemos que los usuarios, más allá de limitarse al flechazo, quieren interactuar entre ellos".

La idea de hacer más social el servicio está acompañada de seguir la tendencia actual de los servicios de geolocalización, las ofertas y descuentos. Desde StreetMatching consideran que este tipo de servicios será una de sus actividades en el futuro.

"Vemos el futuro muy ligado el tema de los descuentos a la geolocalización". Eduardo Antoja ha confirmado que StreetMatching estudiará la posibilidad de ofrecer servicios de este tipo a sus usuarios en el cliente. Al poner en contacto a personas, el servicio podría ofrecer descuentos para parejas, una forma económica de potenciar un posible primer encuentro.

En este sentido, el equipo de StreetMatching lo tiene claro. "Lo inteligente es integrarse con un sistema de ofertas ya existente. Hay plataformas que ya están funcionando muy bien en este sentido y lo lógico es trabajar como marketing afiliado".



"Amb Endesa tenc la tranquil·litat de gaudir sempre de les millors solucions"

CLICK

Et proposam un tracte
902 760 975
www.endesaonline.com



actitud blava és donar-te cada dia més. Parla amb nosaltres i podràs millorar les condicions del teu contracte i triar l'oferta que et convé més. Consulta les condicions d'aquestes ofertes a www.endesaonline.com

llum · gas · persones





Te ofrecemos un selecto **menú**

- ★ TIENDAS ONLINE
- ★ DISEÑO GRÁFICO
- ★ GESTORES DE CONTENIDOS
- ★ MARKETING ONLINE
- ★ POSICIONAMIENTO WEB
- ★ REDES SOCIALES
- ★ L.O.P.D.



Soft Line[®]

www.softline.es
971 911 913

¿ TE APLINTAS ?