

JOSÉ MARÍA PRADOS, DIRECTOR DE MARKETING DE GRUPO TREVENQUE ¿Cuáles es la clave del éxito de una empresa con más de 20 años de experiencia en el sector TIC? «Desarrollar el modelo de negocio que realmente quieren y necesitan nuestros clientes»

«Acercamos la tecnología a su empresa»

ALMERÍA

J. E. R. Ninguna empresa puede ya vivir de espaldas a la tecnología. Presente en cada proceso de trabajo, determina cuál es su velocidad de crecimiento. Grupo Trevenque, con 22 años de experiencia en el sector TIC, se afianza como el compañero de viaje que todo negocio necesita para seguir caminando hacia el éxito.

La hoja de ruta es clara: «acercamos la tecnología a las empresas con la innovación y la excelencia profesional como los combustibles que hacen posible», afirma el director de Marketing de Grupo Trevenque, José María Prados, para quien la «honestidad, la confianza y el compromiso con nuestros clientes» son también piezas insustituibles en este motor. Y para ello, «trabajamos continuamente en la mejora y búsqueda de soluciones tecnológicas avanzadas que satisfagan las necesidades reales de cada empresa», destaca Prados.

Es decir, Grupo Trevenque, con más de 90 profesionales altamente cualificados, ofrece siempre un servicio tecnológico integral: desde la consultoría y el asesoramiento para determinar qué solución es la que más le conviene, hasta la im-

plantación de sistemas de gestión, infraestructuras tecnológicas y su mantenimiento, comunicaciones e internet, 'cloud computing', formación especializada, desarrollo web y comercio electrónico.

En definitiva, «todo aquello que la empresa necesite tecnológicamente hablando en cada momento», destaca José María Prados. De este modo, «facilitamos a cualquier empresa, sin importar su volumen de trabajo, facturación o número de empleados, la gestión



José María Prados, director de marketing de Grupo Trevenque. IDEAL

¿QUIÉN Y QUÉ?

- www.trevenque.es
- Tlf: 958 15 30 30
- Facebook /GrupoTrevenque
- Twitter /@GrupoTrevenque

de su negocio, ayudándole en la toma de decisiones y contribuyendo a que aumenten su productividad», resume Prados, para quien la suma de todos esos factores también aporta «tranquilidad y ahorro de tiempo, ya que la empresa puede despreocuparse de todo lo relacionado con los servicios técnicos e informáticos y dedicarse a su trabajo».

Porque «la tecnología aplicada a las empresas no sólo redundará en beneficios económicos, sino también sociales. Así contribuimos a fortalecer tejidos empresariales más productivos, competitivos, eficientes y humanos», añade el responsable comercial y de marketing de Grupo Trevenque.

INNOVACIÓN Y CALIDAD

Para Grupo Trevenque la calidad es sí mismo una actitud y un método de trabajo, «de ahí que forme parte de nuestra estrategia, y a través de las normas y certificaciones establecidas por nosotros mismos y nuestros partners tecnológicos como Microsoft, logramos que se refleje en todos nuestros servicios, pero también en nuestro trato con el cliente», explica José María Prados, para quien esos niveles de ex-

celencia sólo se pueden conseguir a través del análisis, la corrección, las ganas de mejoras, es decir, «siendo muy exigentes con nosotros mismos».

Por otra parte, la innovación no sólo resulta de un continuo proceso de investigación y mejora. En este sentido, el equipo de trabajo joven, dinámico e implicado, juega un papel muy importante, puesto que está continuándose formándose, al tanto de cualquier novedad, y aportando nuevas ideas», explica Prados.

Porque «solo si contribuimos a que nuestros empleados estén satisfechos podremos obtener clientes satisfechos. Y todo eso, al final, redundará en beneficios y productividad, para Grupo Trevenque y para nuestros clientes», añade el director de marketing.

LAS CIFRAS

- **Trayectoria.** 22 años de experiencia.
- **Profesionales.** Más de 90 empleados, de los que el 76% es menor de 45 años.
- **Expansión.** Con clientes en 15 países de Europa y Latinoamérica, tiene sedes en Granada, Málaga, Madrid, Valladolid y México DF.
- **Liderazgo.** Produce el 70% del software editorial y de empresas de ayuda a domicilio en España.

LAS CLAVES

- 1** I+D. La innovación está inmersa en todos los procesos de trabajo y aptitudes de la empresa.
- 2** Diversificación. Abarca todos los sectores empresariales, aunque lidera a nivel nacional la producción de software editorial y de servicio de ayuda domiciliaria.
- 3** Experiencia. Ser partner de las principales multinacionales tecnológicas y exigentes certificados de calidad así lo acredita.
- 4** Equipo humano. El 72% tiene una titulación superior.
- 5** Internacionalización. La facturación en el extranjero se ha multiplicado por diez en el último año.

ÁREAS DE NEGOCIO

- 1** Infraestructuras y servicios. Virtualización, soporte técnico, copias de seguridad, seguridad, teletrabajo, etcétera.
- 2** Desarrollo Web. Comercio electrónico, marketing online, posicionamiento SEO, etcétera.
- 3** Factoría de software. Gesad, Geslib, Geseduc y Gesedi como sistemas de gestión propios y desarrollo de cualquier ERP personalizado.
- 4** Internet y comunicaciones. Hosting, housing, cloud computing, etcétera.



Cloud Center Andalucía: donde las empresas llegan a lo más alto

Los servicios de 'cloud computing' son el futuro tecnológico de las empresas. Por ahorro, conectividad, eficiencia y seguridad. Grupo Trevenque, consciente de que la 'nube' ofrece ventajas competitivas a las que las empresas no pueden renunciar, creó en 2012 Cloud Center Andalucía, el centro de datos neutro de mayor capacidad e innovación de Andalucía y en el que ya se alojan grandes empresas nacionales como Covirán o Paleva Biosearch.

CCA ofrece a las empresas las máximas condiciones de seguridad para albergar, gestionar y acceder a la información de su empresa desde cualquier lugar. Conectividad 100% que redundará en eficacia y productividad.

Ubicado en un bunker y con medidas de seguridad 'antidesastres', asegura un servicio Non Stop, sin cortes ni incidencias, lo que aumenta las oportunidades de negocio de las empresas, que, además, de ahorrar hasta un 80% en consumo energético, pueden adaptar el caudal y la capacidad de los servidores en función de las necesidades que tengan en cada momento.

I Encuentro de Networking

Domingo
16 de noviembre
de 2014

CAPACIDAD DE CONVOCATORIA

IDEAL Almería mostró una vez más su compromiso con el tejido empresarial

P 2y3

OPORTUNIDADES

Una fórmula novedosa para iniciar contactos que fructifiquen en futuros acuerdos

P 2y3

OPINIONES

Los participantes ven muy positivo este formato de encuentros, novedoso para la provincia.

P 6, 8, 10 y 12

Nuevos clientes al alcance de la mano

La I edición del Encuentro Networking en Almería reunió a medio centenar de empresarios en busca de expandir su negocio.



Los empresarios disfrutaron de un descanso alrededor del excelente desayuno que preparó el equipo de Hotel Nuevo Torreluz. J. E. R.



PARA RETOMAR FUERZAS El desayuno y el cóctel se convirtió en 'otra manera de contactar'

También hubo un ambiente relajado



Patxi Alcázar, Juan Francisco Medina y Jesús Torre.



Francisco Javier De Linaza y Rafael Alarcón.



Sacramento Benitez y Antonio Úbeda.



La charla entre empresarios fue muy distendida.



Nadie se resistió al gazpacho de cereza.



Representantes de Asempal y Northgate.



Profesionales de Cajamar y el PITA.



En el cóctel continuaron las conversaciones.



Equipo de profesionales de IDEAL. J. E. R.

Una herramienta al servicio de la comunicación

Innovar en comunicación es una de las bases del trabajo diario de IDEAL, líderes en prensa escrita en Andalucía por difusión y número de lectores y que en la faceta digital ha logrado posicionarse, gracias a la labor del equipo de profesio-

cionales que lo integra, entre las diez webs de contenidos periodísticos de habla hispana más visitadas en el mundo. Su apuesta por las nuevas tecnologías no tiene límite y su intención de mejorar tiene como objetivo conseguir una sociedad informada y formada. El equipo de este periódico estuvo acompañando a los empresarios en este primer Encuentro Networking celebrado

en la provincia de Almería. Departamento comercial y el área de redacción, encabezados por la delegada comercial en Almería, Maitte Blasco y el delegado del diario en Almería, Angel Irubide, respectivamente, trabajaron durante toda la jornada junto a los compañeros de Granada desplazados, para que los participantes contaran con el ambiente propicio para hacer negocio.

talle como se desarrollaría la jornada, el encuentro comenzó con un video de presentación en el que el protagonismo era para los ocho patrocinadores, cada uno con una actividad y naturaleza distinta, lo que enriqueció el evento. Así se presentó al resto de las más de cuarenta empresas presentes el trabajo y las oportunidades que ofrecen las ocho 'cabeceras' del networking. En este punto, ya se vieron empresarios lápiz en mano tomando las primeras notas de todas las ventajas que concentran los servicios y productos de estos patrocinadores.

A continuación, dentro de la dinámica de desarrollo del Networking, explicada por el se definieron ocho grupos en los que cada una de las entidades que mantenían el patrocinio eran las encargadas de visitar las diferentes mesas para que los demás empresarios tuvieran mayor información del trabajo que realizan.

Se podría decir que oficialmente, en este punto, se dio por final-

izada la primera parte del encuentro. Pero la realidad fue otra puesto que, durante el descanso, en el que se disfrutó del desayuno, los profesionales no fueron capaces de hacer ese 'break' entusiasmados por el formato que, en este momento, ya les planteó la oportunidad de idear sobre la marcha su pequeña campaña de marketing de cara a la segunda parte del evento. Así, durante ese descanso, los empresarios continuaron en su labor de seguir conociendo a sus compañeros de Networking, y de mejorar si cabía la presentación que posteriormente realizaron en un 'todos contra todos'.

Llegó el momento del bis a bis en el que todos, el centenar de empresarios que se dieron cita, trataron de aprovechar al máximo el tiempo disponible con cada uno de los participantes. El 'SpeedB2B', fórmula adoptada para esta fase del encuentro, hace que de una forma rápida los empresarios puedan detectar el interés recíproco entre ambas partes en continuar man-

teniendo el contacto posteriormente, y así establecer vínculos que derivan en acuerdos comerciales.

Llegó así esta ronda en la que se respiró infinita concentración. Multitud de pequeñas entrevistas coordinadas en las que se agotaron todas las tarjetas de visita -más bien cambiaron de mano- sucedieron hasta que todos hablaron con todos.

CRECIMIENTO

Este formato de citas favorecen, a juicio de algunos de los presentes, el crecimiento empresarial, ya que a la vez de que los profesionales se topan con futuros compañeros de viaje, aún potencian clientes, también encuentran en otras empresas productos y servicios que necesitan en su funcionamiento interno, o que les abre la ventana a una optimización de sus recursos, o simplemente, surge una idea que desarrollar de forma individual o en conjunto. Además de potenciar el negocio, genera vías de colaboración.

SATISFACCIÓN

Una gran oportunidad para sembrar en la red del tejido empresarial

ALMERÍA

J. E. R. El encuentro se desarrolló dentro de los cánones que marca el tejido empresarial, la profesionalidad ante la oportunidad de hacer negocio. El evento, dejó muy buen sabor de boca, y lo que es más interesante para los empresarios, una nueva red de contactos para hacer negocio. Algunos de ellos ya han dado continuidad al trabajo iniciado en el networking y durante la presente semana se han entrevistado en profundidad con algunos de los empresarios que conocieron en la cita.

EL AVAL DEL VETERANO

El I Networking organizado por IDEAL Almería no fue el primer evento de estas características que organizó el diario puesto que en Granada y Jaén ya tuvo lugar en varias ocasiones. De hecho, empresas que participaron en citas anteriores, conocedoras de la productividad que ofrece,

no quisieron perderse en un escenario como Almería. Entre las características y ventajas que señalaron algunos de los empresarios que participaron en el evento organizado por IDEAL, destacó el coste de que hace viable 'visitar' a casi un centenar de empresas a las que ofrecer el trabajo que realizan, en tan solo una mañana, cuando llevaría días o meses hacerlo, además del coste de desplazamiento, entre otros, que supondría para cada una de ellas puesto que no todas las participantes se encuentran ubicadas en la provincia de Almería, lo que abre aún más las perspectivas de expansión tras su paso por el Networking de IDEAL.

Algunos empresarios, sorprendidos por la fórmula, y entusiasmados por la apertura que ofrece en el mercado, manifestaron a la conclusión de la jornada su predisposición a repetir en un II Encuentro.



Dos empresarios acercan posturas. J. E. R.





TIEMPO Los empresarios sacaron jugo a los minutos disponibles en cada entrevista

Rafael Alarcón
*Instituto Internacional
San Telmo*

«Hay que organizar más eventos de este tipo, en Almería, y en otros lugares, por lo que invito a IDEAL a que siga trabajando en iniciativas como esta». Rafael Alarcón entiende que puede ser más gratificante aún si se aplica la experiencia de organizaciones anteriores y se depuran así cuestiones que puedan ser mejorables. «Hay que seguir fomentando que las empresas interactúen y se conozcan».



Encarnación Castellón
DKV

Había participado antes, cuenta Encarnación Castellón, en otros encuentros empresariales similares, pero «menos dinámicos, con la participación de menos entidades, y sobre todo sin la intensidad que ofreció este networking». A la organización del evento le otorga una «nota muy alta». Y es que, dice que le sorprendió mucho como se desarrolló todo. Ahora, «lo importante es que se trabaje sobre el terreno explorado y continúen las relaciones entre las empresas participantes».



José María Prados
Grupo Trevenque

«Establecer contactos reales con las empresas y compartir experiencias enriquece a todos los niveles, no sólo creando oportunidades de negocio, sino aprendiendo de otras compañías que se enfrentan al igual que la tuya a constantes procesos de cambio. Eventos como éste, más allá de interesantes o productivos, son necesarios para fortalecer y dinamizar el tejido empresarial andaluz».



Francisco Javier De Linaza
Almerimatik
Sistemas Informáticos

«Estaría encantado de repetir participación en el próximo evento de estas características que organice el periódico». Francisco Javier De Linaza alaba la organización del evento. «Para mí ha sido una buena e interesante experiencia». A partir de ahora, concluye el gerente de Almerimatik, «hay que materializar el trabajo realizado en el encuentro».





caso la evolución ha sido de más del diez puntos.

Otras cifras destacadas en el comercio electrónico son el 19% de las empresas de la UE27 que compran por internet y el 13% de las compañías que venden por dicho canal. En los últimos años «el avance es positivo. Consolida poco a poco el comercio electrónico como un canal alternativo de distribución, con mayor importancia en momentos de crisis económica, por sus reducidos costes de explotación». Episcopo añade: «Para que el crecimiento siga por una buena senda, es preciso que las empresas recurran a compañías especializadas en el despliegue y puesta marcha de soluciones de comercio electrónico. Un porcentaje elevado de los fracasos en eCommerce, se deben al no haber contratado los servicios de un proveedor adecuado».

No existen diferencias significativas a nivel autonómico y provincial en cuanto al uso de la TIC por parte de las empresas o particulares. La diferencia se sitúa en las empresas TIC de la provincia de Granada, donde existe un muy alto nivel de especialización y capacitación para prestar este tipo de servicios, «muy por encima de la media nacional».

Los principales beneficios detectados por las pymes usuarias debido a la implementación de soluciones TIC y Cloud son el ahorro en tiempo (71%) y el ahorro en costes (63%). Además, en la mitad de los casos (48%) consideran que las soluciones TIC y Cloud han causado

una mejora en la productividad general de la empresa.

Las Tecnologías de la Información y Comunicación aportan un valor real a las empresas y la sociedad en general, que se materializa, en muchos casos en ahorro de costes y tiempo de dedicación y procesos. En este sentido, en momentos de dificultad económica, cualquier ahorro, sobre todo en el mundo empresarial es bienvenido. De hecho la industria TIC granadina es una de las pocas que ha seguido creciendo año tras año, a pesar de la situación, y es de las pocas que sigue creando puestos de trabajo en la provincia.

Lo último que ofrecen las TIC a las empresas está siendo todo lo que tiene que ver con el uso de dispositi-

El ahorro en tiempo (71%) y en costes (63%) son los principales beneficios del uso de TIC

EN BREVE

97,5%

de las empresas cuentan con conexión a internet, cifra que se ha incrementado

95%

de los empresarios actuales utilizan la telefonía móvil en sus negocios

71%

de las empresas tienen página web; el año anterior la estadística era del 67%

14,2%

de las sociedades realizan ventas a través del sistema de comercio electrónico

300

empresas TIC en Granada que ofrecen más de cuatro mil puestos de trabajo directo

tivos móviles y el concepto del trabajo desubicado (desde cualquier lugar). «Son las últimas novedades tecnológicas que más demanda están teniendo nuestras empresas, en gran medida motivado por el avance de este tipo de tecnologías y el bajo coste de los dispositivos como smartphones, iPhone, tablets e iPad, y la reducción de tarifas de banda ancha de datos».

Por otra parte, el uso del móvil por las empresas andaluzas y granadinas sube. La región es una de las principales comunidades autónomas con mayor número de firmas que utilizan la telefonía móvil. El 95% usa estos dispositivos frente al 93,8% del conjunto nacional. Estos índices de uso de la tecnología móvil demuestran la creciente evolución de las TIC.

El uso de las nuevas tecnologías ha experimentado una creciente evolución, marcado en negativo por la crisis, pero en una medida muy menor a otros sectores.



Acceso a la empresa desde cualquier lugar. :: IDEAL

Granada, a la cabeza en la gestión de servicios en la 'nube' para empresarios

La provincia cuenta con el mayor centro de gestión de datos de Cloud Computing

:: A. G. P.

El impacto estimado que la inversión en el negocio asociado al Cloud Computing tendrá, en un año, en los principales indicadores macroeconómicos, se traduce en: generación de más de 3.049 millones de euros en términos de Producto Interior Bruto, mantenimiento de 65.000 puestos de trabajo y retorno total a la hacienda pública de 678 millones de euros.

En cuanto al impacto social, el Cloud Computing ha facilitado servicios y plataformas que en poco tiempo se han convertido en las mayores palancas de cambio social de las últimas décadas como redes sociales, almacenamiento virtual, telefonía móvil y ofimática en la nube y contenidos digitales.

En este sentido, Granada se encuentra en una situación privilegiada, contando el más grande centro de datos de Cloud Computing de Andalucía y entre los más grandes de España.

En un estudio realizado por Eticom en Andalucía, el 84,9% de las empresas consultadas afirma conocer el modelo Cloud Computing, frente a un 15,1% que declara su desconocimiento del mismo. Un análisis más detallado de las respuestas revela que es en las provincias de Almería y Jaén, con un 94,4% y un 92,9% respectivamente, donde existe un porcen-

El 84% de las empresas conocen cómo funciona el modelo Cloud Computing y solo el 15,1% lo desconocen

taje mayor de empresas que tienen conocimiento de Cloud Computing. Granada también está a la cabeza mientras los menores porcentajes se registran para las provincias de Huelva (66,7%) y Córdoba (78,3%). Teniendo en consideración el número de trabajadores, el porcentaje de empresas que conocen las tecnologías Cloud es mayor en las pequeñas empresas (86,6%) y en las microempresas (85,8%) que en las grandes (62,5%) y en las medianas (71,4%).

El 42% de las empresas consultadas ha desarrollado algún proyecto utilizando tecnologías Cloud Computing. Desglosando por provincias, Jaén (con un 50%), Granada (con un 46,9%), Sevilla (con un 46,8%) y Málaga (con un 46,6%) son las que cuentan con un mayor porcentaje de empresas que señalan haber desarrollado proyectos utilizando tecnologías Cloud Computing, mientras los menores porcentajes se tienen para las provincias de Almería (16,7%), Huelva (22,2%) y Córdoba (34,8%).

En el caso de tener en consideración el número de trabajadores, el porcentaje de empresas que han desarrollado algún proyecto utilizando tecnologías Cloud Computing es mayor en aquellas que tienen entre 51 y 250 trabajadores, con un 57,1%, seguidas de las que emplean a entre 11 y 50 personas, con un 56,7%. Los menores porcentajes se tienen para las empresas con menos de 10 trabajadores (34,8%) y las de más de 250 empleados (37,5%). Respecto a la facturación, cabe destacar que para el 70% de las empresas consultadas los proyectos Cloud representan menos del 20% de su facturación. En el extremo opuesto se encuentra un 2% de empresas, para las que estos proyectos suponen más del 80% de la facturación.

Del análisis de la tipología de proyectos desarrollados se deduce que los más destacados son los relacionados con nuevas aplicaciones o productos realizados por un 59%.