

El uso racional de las TIC es “una herramienta estratégica fundamental en las empresas”, afirma Chicho Sanz

Quick Multimedia apuesta por la especialización en el asesoramiento TIC

N.G. / Pamplona

Tener y gestionar mucha información e invertir recursos en comunicación a través de las TIC (tecnologías de la Información y la Comunicación), no significa aumentar la competitividad y productividad de la empresa. La incorporación de las TIC en el tejido empresarial no es la “panacea” en el sentido que tenemos que discernir qué información es relevante, cómo nos afecta, qué queremos comunicar y así, poder tomar decisiones acordes con el plan estratégico de la empresa.

Una economía más global, un entorno más competitivo, la necesidad de diferenciarse, de innovar, de una formación continua, hacen que las empresas deban estar continuamente adaptándose a esos cambios. De este modo, la revolución tecnológica que se ha sufrido en estos últimos años (avance imparable en el uso de internet, acceso a banda ancha, telefonía IP, VoIP, comercio electrónico, teletrabajo,...) no puede resultar ajeno a las empresas y es importante que éstas incorporen las nuevas tecnologías de la información y la comunicación a su actividad ordinaria. Sin embargo, el grado de implementación de las TIC en las empresas difiere en función del tamaño de las mismas: cuanto mayor es el tamaño, mayor es la inversión en TIC. Por este motivo, contar con empresas especializadas en el sector TIC resulta claramente algo imprescindible en estos momentos.

Concienciación

El campo de actuación está delimitado y “tenemos que concienciar y asesorar a las pymes: que conozcan las posibilidades de estas nuevas tecnologías”, afirma Chicho Sanz, gerente de Quick Multimedia quien apunta además que “aquí entra en juego un aspecto esencial: la inversión requiere una ‘meditación’ previa ya que no podemos ‘matar moscas a cañonazos’ sino que tenemos que ser coherentes con la estrategia empresarial del cliente”. Así, este responsable apunta a



Chicho Sanz, gerente de Quick Multimedia

... hoy las tareas son más complejas y requieren amplia formación y especialización”

“Hace diez años desarrollábamos un trabajo más multidisciplinar, sin embargo...”

que “antes de abordar un proyecto multimedia tenemos que conocer lo que hace la empresa: sus productos, posicionamiento, clientes, proveedores, estructura organizativa, procesos, etc. También hay que establecer qué busca y cuáles son sus objetivos en productividad, ventas, mejora de imagen o información, entre otros, sin olvidar las competencias con la que cuenta la empresa, su mercado, oportunidades, uso actual de las tecnologías.... Y, en función de todas esas variables, elaborar un Plan Estratégico”. De ahí que la oferta de las empresas

plio equipo de colaboradores que engloba a analistas, consultores, periodistas, filólogos, programadores, ingenieros de sistemas, fotógrafos, diseñadores, publicistas, especialistas en audiovisuales, abogados TIC... “Sirva como ejemplo todos los aspectos que contemplamos al realizar un proyecto web: usabilidad, accesibilidad, navegabilidad, hosting, arquitectura, contenidos (actualización, gestión), medi-

das de seguridad, CRM (sistema de gestión de las relaciones con los clientes), comercio electrónico, integración de la gestión de la relación con los clientes al ERP de la empresa (planificación de los recursos de la empresa, sistema de gestión del flujo de información de la propia empresa), inserción en buscadores, promoción del sitio, plan de comunicación y diseño (como soporte de la comunicación), tema legal (adaptación a la normativa legal TIC; a nivel jurídico, al crear una web, existen dos leyes que afectan de manera directa a esta cuestión: la LSSI (Ley 34/2002 de 11 de julio de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico) y la LOPD (Ley Orgánica 15/1999 de 13 de diciembre de Protección de Datos de Carácter Personal) ... En definitiva, son muchos los aspectos que hay que tener en cuenta y que requieren formación continua, experiencia y especialización contrastada”, concluye Chicho Sanz.

Productos y Servicios

- Quick Multimedia es una empresa especializada en desarrollos multimedia, que cubre las diferentes necesidades de comunicación de las empresas, asesora en la gestión y optimización de la inversión en comunicación y apuesta por soluciones personalizadas para los clientes en distintos campos:
 - Proyectos web (corporativas, autoadministrables, actualización de contenidos por parte del cliente, boletines electrónicos,...).
 - Multimedia y e-business.
 - Estudio y diseño de intranets y extranets (integración de la gestión de la información de las relaciones externas de la empresa con la gestión propia de la empresa).
 - Comunicación, marketing on-line, e-learning.
 - Digitalización y gestión documental.
 - Asesoramiento jurídico TIC.

“...Quick, la multimedia en Navarra. Nuestros clientes, nuestra mejor referencia durante estos 10 años...”

Nueva Gestión
Recibe todos los días nuestro
Boletín de Noticias
de lunes a viernes a las 8.00

Exclusivas empresariales,
Agenda de eventos,
Bases de datos, alertas,
Confidenciales...

Tribuna

Chicho Sanz

Socio-Director de Quick Multimedia (www.quickmultimedia.es)

Convertir Internet en un elemento de rentabilidad y gestión para su empresa

Empezamos por un momento la vista atrás. Al principio, no hace tantos años, no crea, la primera "moda" que afectó de lleno al mundo de Internet fue: "hay que tener página web". ¿Por qué y para qué? Era lo mismo. Lo importante era que la tarjeta de presentación incluyera una dirección "tres-ve-dobles" para demostrar a los que nos rodeaban que nuestra empresa no perdía el hilo de los nuevos tiempos...

La verdad es que esa primera "locura" duró lo que duró y después de ese primer paso, la gente empezó a preguntarse. "Bueno... Sí... Tenemos página web... pero... ¿para qué? ¿Le vamos a dar algún rendimiento?". A esta preocupación se le sumó el típico comentario que se oía por entonces de "algún experto" en el tema que venía a decir que: "tener una página web sin un objetivo claro y sin actualizar da mala imagen a la empresa". Así que, dicho y hecho, se buscó sistemas para mantener la "web de la empresa activa" mediante foros, espacios reservados para los clientes y demás...

Justo inmediatamente después surgió otra opinión del experto de turno que afirmó entonces que:

"para que una web realmente tuviera un cometido debería ocupar un lugar preferencial dentro del escaparate que representa Internet". De este modo se produjo la "era dorada de los buscadores y el posicionamiento". Todos, empresas, profesionales e incluso particulares con páginas web corrieron como locos a la búsqueda del mejor lugar dentro del buscador de la "doble o" (ya me entienden).

Bien. Hoy ya podemos decir que esa segunda fase dentro del mundo de Internet está a punto de concluir. Por lo tanto, la pregunta que se nos plantea es nítida y es la siguiente.

¿Qué nos queda ahora?: El proyecto de Quick

Tras una primera implantación y un buen posicionamiento, la empresa debe plantearse Internet como una nueva línea de negocio. Dicho de otro modo, la red de redes ofrece a las empresas que sepan utilizar adecuadamente este canal de comunicación de masas una serie de herramientas prácticas y de gestión que, a grandes rasgos, la permitirá dotarse de estos beneficios

1. Mayor relación. La web ha entrado en una segunda fase conocida



como "Web 2.0" en donde todo gira alrededor del usuario. Éste conoce su derecho a poder decidir y, por este motivo, pide a las empresas mayor transparencia y poder participar en el diseño y creación de nuevos productos y servicios.

Eso es lo que se refiere a la relación empresa-cliente. Sin embargo, la "Web 2.0" puede ser una herramienta fundamental para incrementar las relaciones con proveedores, socios, responsables de la empresa... Se abre aquí un abanico de oportunidades tanto de negocio como de nuevas formas de organización de la empresa que las personas que gestionan estas organizaciones no deben dejarlo pasar.

2. Al mismo tiempo, se ha incrementado de forma notable lo que es

la accesibilidad desde cualquier punto. Según los últimos estudios, más de ocho millones de españoles son ya "trabajadores móviles", esto es, desarrollan su trabajo a partir del móvil, la PDA o la Blackberry. De este modo, las posibilidades de interconexión y de actualización de contenidos en tiempo real se han incrementado de forma notable y todo indica que esta tendencia irá al alza en los próximos años. 3. El SAAS, "Software as a service" o "Software como servicio". Es una de las últimas opciones que se ha añadido recientemente a Internet. ¿En qué consiste? Pues, básicamente, permite a las micropymes de Navarra acceder a una serie de herramientas compartidas pero personalizadas que permiten a las fir-

mas que se benefician de ellas incrementar su rentabilidad. Por ejemplo. Nosotros disponemos de un sistema para gestionar los costes de una serie de restaurantes. Así, el restaurante A, el B, el C o el D puede acceder a ese programa de gestión a través de la red con el consiguiente beneficio que obtiene esta empresa. ¿Ventajas? Que esas micropymes no deben preocuparse ni del mantenimiento ni de la actualización de los contenidos del programa ya que el mismo está alojado en uno de nuestros servidores siendo los técnicos de Quick, lógicamente, quienes se encargan de su actualización. Para más información, no dude en consultarnos...

DATOS CLAVE

EMPRESA

Quick Multimedia

DIRECCIÓN

Avda. Pío XII, 15 Trasera
31008. Pamplona. Navarra

TELÉFONO

948 154 156

MAIL

info@quickmultimedia.es

PÁGINA WEB

www.quickmultimedia.es



Bufete
Alberto
PICÓN

Abogados
Especializados
en Nuevas
Tecnologías

NAVIGUE DE
FORMA SEGURA
POR LAS NUEVAS
TECNOLOGÍAS



Servicios

- Asesoramiento Jurídico a empresas.
- Contratos de confidencialidad.
- Regulación del uso de herramientas TIC en la empresa.
- Propiedad intelectual.
- Auditores de Protección de Datos.
- Consultoría y Adecuación de empresas a
 - la ley de protección de datos (LOPD)
 - la normativa del convenio electrónico (LSI)
 - los Sellos de Calidad en Internet

Rebaja del precio del Iphone en Reino Unido

Los rumores de un nuevo modelo 3G del terminal de Apple han desatado unas rebajas anticipadas. Si hace unas semanas el anuncio lo hizo la compañía alemana, Deutsche Telekom, ahora es la española Telefónica la que baja el precio de venta del iPhone en Reino Unido. En concreto, la operadora confirmó que aplicará una rebaja de cien libras, lo que supondrá un precio final de unas ciento sesenta y nueve libras o, lo que es lo mismo, unos doscientos diez euros. No obstante, la oferta de rebaja afectará únicamente al modelo de ocho gigabytes de capacidad y será aplicable hasta el próximo 1 de junio. Pero la rebaja no sólo se aplicará a los que adquieran su terminal a partir de ahora. A todo el que lo haya comprado en los treinta días anteriores también se les reintegrará el importe rebajado.

Las especulaciones de la llegada de un nuevo modelo de iPhone con tecnología de tercera generación han hecho disparar todas



las alarmas. En Estados Unidos, está previsto que el nuevo lanzamiento se produzca en junio. Con la estrategia adoptada por empresas como Deutsche Telekom y Telefónica se pretende dar salida al modelo antiguo antes de que el esperado terminal 3G llegue a las tiendas. Por ahora, el iPhone sólo está disponible en los Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, Francia, Irlanda y Austria. En España, todavía no existe una fecha fija para su lanzamiento, aunque todo apunta a que será después del verano.

Quick Multimedia, empresa especializada en atender las diferentes necesidades de comunicación en las nuevas tecnologías de la Información y Comunicación, TIC, de las empresas (páginas web, marketing on line, plataformas e-learning, entre otras) se instaló hace pocas fechas en una nueva sede situada en la Avenida de Pío XII, número quince bajo con la que, según los gestores de esta firma se busca, sobre todo, mejorar “las condiciones de asesoramiento que, hasta ahora, ofrecíamos a nuestros clientes”. En ese sentido, el socio-director de Quick Multimedia, Chicho Sanz, resaltó de sus nuevas instalaciones que están en un punto “más céntrico” y que se ha duplicado el espacio disponible con respecto a su anterior localización en la calle Miguel Astráin en Azpilagaña y, especialmente, el que en su interior se ha habilitado una nueva área de trabajo que cuenta con los últimos medios tecnológicos con los que se pretende “personalizar y atender mejor las demandas que nos plantean la empresas que dejan en nuestras manos su desarrollo multimedia”, añadió.

A este respecto, Sanz aseguró que la apuesta que realiza su empresa consiste en ofrecer un asesoramiento personalizado por el que “antes de abordar un proyecto multimedia analizamos al detalle lo que hace el cliente y cuáles son sus principales demandas y necesidades”. Del mismo modo, en ese trabajo conjunto también se establecen los objetivos que se pretenden alcanzar con el nuevo

Quick Multimedia se traslada a una sede “más amplia y céntrica”

El objetivo es mejorar las “condiciones” de asesoramiento de los clientes

Imagen de la nueva sede de Quick Multimedia en Pamplona



Se ha habilitado un área de trabajo con los últimos medios para mejorar los desarrollos multimedia que realiza Quick Multimedia

desarrollo tecnológico y, por encima de todo, subrayó Chicho Sanz, “una de nuestras principa-

El uso de las TIC es “una herramienta estratégica fundamental en las empresas”, afirma Chicho Sanz, socio-director

les ventajas con respecto a otras empresas del sector es que ponemos especial énfasis en que el

trabajo que se realice se cumpla la legalidad vigente”, en referencia a la LOPD (Ley de Protección de Datos) y LSSI (normativa que regula los servicios dentro de la sociedad de la información y el comercio electrónico).

Colaboradores

Quick Multimedia cuenta con un amplio equipo de colaboradores que engloba a analistas, consultores, periodistas, filólogos, programadores, ingenieros de sistemas, fotógrafos, diseñadores, publicistas y especialistas en audiovisuales y en la normativa TIC. En definitiva, esta “red de contactos” junto con la experiencia adquirida en estos diez años de duro trabajo en el ámbito de los multimedia hace que los responsables de esta compañía se muestren optimistas ante el futuro que le aguarda a la red. “Sin duda, es el momento de Internet. Tenemos cobertura tecnológica, legal, de seguridad... Nos movemos en una realidad cada vez más apasionante y rica”, concluyó el socio-director de Quick Multimedia.

J.J. / PAMPLONA

CONCIENCIACIÓN

“EN ESTOS años que llevo trabajando en el sector TIC, mi principal cometido ha sido el de educar y concienciar a las empresas con las que hemos trabajado”, afirmó el socio-director de Quick Multimedia, Chicho Sanz. Así, este gestor aconsejó a aquellas empresas que, dentro de un mundo tan globalizado, quieran diferenciarse aprovechando las nuevas tecnologías que recurran a una empresa que conozca el sector y pueda ofrecerles el mejor consejo porque el grado de implementación al que han llegado las nuevas tecnologías hace que “colocar” hoy una página web en el ciberespacio resulte mucho más difícil de lo que se puede considerar en un primer momento. La forma de hacer este trabajo, que parece tan sencillo, ha cambiado radicalmente y lo que valía antes ahora ya no vale. “Hace diez años desarrollábamos una labor más multidisciplinar que ya no sirve porque, en la actualidad, las tareas que nos demandan nuestros clientes requieren una formación y una especialización mayor. De ahí la necesidad de tener un buen partner en este campo”, señaló Chicho Sanz.