

ENTREVISTA CON IVAN TWOSE, DIRECTOR GENERAL DE COMEGPS TEAM

## “Con el roadbook no hay que interpretar el mapa, tan sólo seguir las indicaciones”

CompeGPS Team comercializa navegadores para todo tipo de actividades al aire libre

Para un senderista es importante tener bien indicado el camino, la distancia restante y desnível que le queda. Un geocacher querrá introducir sus comentarios en los caches que visite. Cada deporte al aire libre tiene unas necesidades distintas, pero todos los que practican deportes outdoor requieren poder contar un localizador para saber su posición correcta. CompeGPS Team comenzó su actividad empresarial en 2001 comercializando el software de visualización de mapas digitales que Ivan Twose creó en sus ratos libres. Hoy en día, la empresa supera el millón de euros de facturación, cuenta con 20 trabajadores y cubre las necesidades de navegación de actividades tanto en la carretera, el campo, el aire o incluso el mar.



### ¿Qué les llevó a especializarse en GPS de montaña?

El primer punto de comercialización de nuestros productos fue el control de competiciones de parapente, debido a mi afición a este deporte. Poco después empezamos a ver el potencial de nuestras soluciones para otras actividades como el senderismo, la bicicleta de montaña o el 4x4. Siempre hemos tenido una relación muy cercana con el mundo del deporte. Es una parte esencial de la empresa que nos permite ofrecer productos que se ajusten a lo que necesitan los practicantes. La mayoría de nosotros somos también usuarios, así que nos es más fácil dar un extra un trabajo que coincide con nuestra afición.

### ¿Qué diferencias hay entre un GPS de carretera y uno de montaña o especializado para hacer actividades al aire libre?

Las zonas de práctica de actividades al aire libre habitualmente no disponen de información utilizable para el cálculo automático de la ruta, de modo que la cartografía sólo servirá de referencia visual. Para disponer de asistencia a la orientación hay que utilizar referencias posicionales (waypoints, rutas y tracks) que puede crear el usuario mismo u obtener de diversas fuentes como amigos, páginas web o foros de Internet. La navegación de carretera aprovecha la información más detallada que ofrecen los mapas vectoriales V-maps para calcular automáticamente la ruta que debemos seguir ofreciendo una orientación.

### Convertir el iPhone en un GPS

El gran desarrollo de los dispositivos como el iPhone han provocado que, paralelamente, la tecnología también haya evolucionado para proveer aplicaciones compatibles. Así, CompeGPS ha desarrollado el software TwoNav, que se puede instalar en otras plataformas que sus GPS de Aventura o Sportiva. “Recientemente hemos publicado las versiones de nuestro software para iPhone e iPad. Ha sido nuestra primera experiencia en el mundo Apple y está resultando muy positiva, y actualmente estamos trabajando también en una solución para teléfonos Android”, comenta el director general de la empresa, Ivan Twose.



### CompeGPS Land

CompeGPS Land es un software que permite sacar el máximo partido a las salidas al aire libre. Las numerosas herramientas de preparación, navegación y análisis de que dispone son la base perfecta para que cualquier aficionado o profesional de los deportes al aire libre (senderismo, ciclismo de montaña o carretera, 4x4, esquí, etc.) pueda conseguir el mejor rendimiento y grandes dosis de diversión. “Es una base para preparar tranquilamente las salidas desde casa, con una pantalla grande, conexión a Internet y montones de herramientas para pasar al GPS todo lo que se necesitará en el campo. De vuelta a casa podremos analizar el ‘track’ guardado con nuestros pasos, verlo en 3D, etc.”, explica Ivan Twose, director general de la empresa. CompeGPS Land es una aplicación de visualización de mapas digitales y gestión de datos GPS con una gran versatilidad que permite que sea utilizado tanto por excursionistas para preparar sus rutas como por profesionales de SIG en la edición de mapas vectoriales.

ción detallada a través de las calles y utilizando indicaciones visuales y de voz.

### En los GPS para actividades al aire libre, la duración de la batería es, junto a la precisión, uno de los handicaps a superar. ¿Cómo lo consiguen?

Incluimos baterías potentes. Además, nuestro software TwoNav dispone de funciones para optimizar el ahorro de energía, como el apagado de pantalla automático, regulación del brillo, autoapagado del GPS al pararnos, etc. Todo ello con el objetivo de aguantar sin problemas una larga jornada de aventuras. Sobre la precisión, hemos desarrollado un sistema de ‘imán’ que mantiene la posición sobre la carretera a pesar de los errores del GPS. También podemos solucionar las limitaciones de retraso y frecuencia de señal mediante un sistema de ‘suavizado’ que predice posiciones futuras. En la montaña estos sistemas no se pueden aplicar, por lo que detectamos las situaciones de mala señal GPS y las filtramos para dar un resultado ajustado a la realidad.

### ¿Y cuál es la clave para disponer de los mejores mapas?

Cada cliente tiene necesidades, preferencias y recursos dis-

información más o menos detallada de toda una zona, con todos sus caminos, curvas de nivel, ríos, etc. pero sin indicarnos cuál es el camino correcto. El roadbook incluye solamente el contenido de interés para orientarnos durante la excursión actual, de modo que no hay que interpretar el mapa, tan sólo seguir las indicaciones en cada momento. Nuestro concepto de roadbook digital se basa en un track que marca el camino concreto a seguir y al que se le añaden croquis y descripciones para evitar perdernos en los puntos complicados de la ruta.

### ¿Y crean esos roadbooks ustedes mismos?

Los contenidos del roadbook suelen venir de editoriales que tengan ya roadbooks en formato papel o de empresas de turismo rural interesadas en ofrecer nuevos productos a sus clientes. Nosotros les damos todas las facilidades para que sus contenidos puedan ser digitalizados y comercializados por ellos mismos o también por nosotros en nuestra web. El objetivo es que cualquier usuario pueda realizar una ruta desconocida sin perderse, ya sea utilizando un GPS de la empresa de turismo rural, uno propio, o el software TwoNav instalado en su teléfono móvil o PDA.

### ¿Quiénes son sus principales clientes?

Tenemos distribuidores en Europa que realizan la distribución a tiendas especializadas en actividades de outdoor como senderismo, Btt, quads, pesca, trail y 4x4. En España la distribución la llevamos directamente nosotros, porque nos gusta tener contacto con los canales y conocer así mejor sus necesidades. Siempre es importante conocer de primera mano cuáles son las demandas de los clientes. En los últimos meses hemos recibido muchas peticiones sobre geocaching, una actividad que está en auge en todo el mundo.

### ¿Y qué respuesta tienen para esa demanda del mundo del geocaching?

Últimamente hemos estado trabajando en herramientas específicas para geocaching. Actualmente estamos en fase de pruebas y la siguiente versión ya será completamente adaptada a esta actividad. Esperamos publicar una actualización del software TwoNav a finales de este mes.

### ¿Qué importancia tiene el departamento de I+D en su empresa?

Podemos decir que el 50%. El desarrollo de nuevas soluciones en toda la variedad de ámbitos en los que nos movemos es la actividad principal de la empresa. Desde la definición de cuáles deben ser esas soluciones y cómo deben funcionar hasta su implementación por nuestro equipo de programadores. Una de las facetas más bonitas de nuestra empresa es la de controlar prácticamente todo el ciclo de vida del producto, desde que el usuario final nos comunica la necesidad, se define e integra en el desarrollo existente, se prueba y se publica, llegando al usuario de nuevo, cerrándose el círculo.

### ¿Qué ventaja tienen los roadbooks digitales?

Un mapa ofrece la



www.compegps.com  
www.TwoNav.com

ENTREVISTA CON ARTURO ARANGUREN, DIRECTOR GENERAL DE DENE B

## “Lo importante es añadir las funcionalidades geográficas allí donde aportan valor”

Deneb lleva más de 15 años ofreciendo soluciones avanzadas de operativa territorial

El geomarketing permite analizar la situación de un negocio y sus futuras posibilidades gracias a la localización exacta de los clientes y los posibles competidores sobre un mapa, ayudando de esa manera a la toma de decisiones de los empresarios. Deneb, una empresa participada por Corporación Caja Navarra e Ibermática, quiere ser el referente en los mercados español y latinoamericano en el sector de GIS y movilidad para clientes institucionales y grandes corporaciones.

### ¿Qué valor aporta el geomarketing y cuál es el perfil de sus clientes?

El geomarketing es una herramienta que aporta información crucial a las organizaciones para la toma de decisiones de negocio apoyadas en variables espaciales (datos con componente geográfico). Creada a partir del marketing y elementos de localización geográfica, permite analizar la situación de un negocio mediante la georeferenciación exacta de sus clientes, datos asociados a ellos, sucursales, puntos de venta, ubicación de centros de la competencia, datos sociodemográficos y económicos, etc. Con estas herramientas se obtiene una perspectiva novedosa y muy detallada sobre las capacidades de una empresa, es decir, sus ventas, su servicio logístico, su base potencial de clientes, etc. Por ello, se las suele denominar con sus siglas en inglés GBI o Geographic Business Intelligence.

El perfil de nuestros clientes es bastante amplio. De hecho, el GBI es útil para toda empresa que opere so-



bre un territorio extenso. Entre nuestros clientes destacan los sectores de banca, seguros y empresas de retail.

### Ustedes se definen como una empresa que llena “un vacío en el mercado”. ¿Cuáles son estos productos innovadores que ofrecen?

Nuestras soluciones se basan en integrar el geoposicionamiento dentro

de los procesos de las empresas, mejorándolos y permitiendo nuevas posibilidades. Ello se logra gracias a que los datos de que dispone la empresa se pueden contextualizar en base a la posición geográfica. Esta filosofía la aplicamos tanto a los sistemas corporativos centralizados como de forma especial a los sistemas móviles. Lo importante es considerar el

proceso completo de la empresa y añadir las funcionalidades geográficas allí donde aportan valor. Con la popularización de los “smartphones” estamos apostando por tecnologías de tipo PUSH que permiten hacer llegar información a los equipos móviles de forma automática en base a la ubicación del usuario y de sus filtros personales. En el área de geomarketing disponemos de Dashboard-GBI, un cuadro de mando muy completo que combina funcionalidades de GBI, estadísticas multinivel y una serie de capacidades de simulación de escenarios extremadamente potentes. Todo ello siempre presentado sobre una base territorial que puede llegar a un gran nivel de detalle. Este producto se integra con nuestra suite de productos de movilidad MARCO POLO (Sistema de tipo FIS o Field Information System, orientado a trabajos de campo) y PERSEUS que es un servidor de realidad aumentada.

### ¿Cuáles son sus acuerdos de partnership más destacados y por qué se imponen como algo imprescindible en el sector de las telecomunicaciones hoy en día?

Deneb apuesta por socios tecnológicos de referencia en el mercado de las TI, por ello utiliza en sus desarrollos las tecnologías más demandadas por sus clientes. Entre nuestros partnership principales se encuentran: IBM, teniendo en Deneb su primera referencia “Smart Planet” en España; RIM, BlackBerry Alliance Program; Microsoft y HP. Asimismo, también participamos en varias comunidades de software Open-Source, donde colaboramos activamente.

www.deneb.biz

ENTREVISTA CON DAVID NOGUÉ Y MILENE FULTE, FUNDADORES DE PLANOL.INFO

## “La consulta móvil supone un salto cualitativo, sin posible vuelta atrás”

Desde 2005, Planol.info ordena y localiza la información del comercio urbano y la publica en mapas y guías web

Activar la cámara del móvil y que, gracias a una aplicación, nos indique dónde está el restaurante más cercano o qué comercios hay en un radio de un kilómetro. Lo que hace unos años podía parecer ciencia ficción, ahora, empresas como Planol.info hacen que sea real. Los principales clientes de esta empresa son los ayuntamientos y las asociaciones de comercio de la región metropolitana de Barcelona y, desde 2009, la firma también ofrece sus servicios en el estado brasileño de São Paulo.



### La Associació Catalana de Tecnologies de la Informació Geospacial publicó un estudio en 2006 en el que constataba un aumento de ventas de sistemas de geolocalización tanto en empresas públicas como privadas. ¿Cuántos años después, ¿se mantiene la tendencia?

Se mantiene. Nuestra empresa no ha parado de crecer a pesar de la crisis económica y ahora ya estamos ofreciendo servicio en toda Catalunya. En 2009 también abrimos una oficina en São Paulo para trabajar con los ayuntamientos de allí.

### ¿Qué les representa como empresa ser socio corporativo de la Associació Catalana de Tecnologies de la Informació Geospacial?

Puesto que somos pocas las empresas del sector TIG y nos conocemos todos, es importante tener una sola voz para interactuar con las administraciones y, sobretodo, difundir

nuestra actividad entre un público cada vez más amplio.

### Ustedes trabajan mayoritariamente con las instituciones públicas. ¿Cuáles son sus demandas?

Los ayuntamientos están interesados en el desarrollo de la administración electrónica. Si puede ser, con software libre, sin coste de licencia. Buscamos la participación de los departamentos municipales y de entidades ciudadanas y supramunicipales en la creación de mapas de la ciudad. Hemos colaborado con ayuntamientos como los de Cornellà de Llobregat y Sant Adrià de Besòs, entre otros.

También hay trabajo en recoger, procesar y publicar la información del comercio urbano. El último encargo que hemos realizado fue un censo del comercio y los locales vacíos para Mollet del Vallès, por encargo de MercaMollet, que servirá de base para el nuevo servicio de asesoramiento y estudio de mercado

para los operadores comerciales que quieran establecerse en la ciudad.

### ¿En los últimos años ha crecido la demanda de este tipo de tecnología aplicada a dispositivos móviles?

Cada vez es más el público que accede a la información a pie de calle, desde un dispositivo móvil, y puede contrastar la calidad de los datos que le servimos con lo que tiene a su alrededor.

### ¿Qué salto cualitativo significa para sus clientes contar con este tipo de tecnología?

A nuestros clientes les interesa mucho que la información que publicamos sea de calidad, con localización precisa y fecha de elaboración reciente. Es muy importante que el usuario final, el ciudadano, pueda apreciarla, contrastándola a pie de calle usando un soporte móvil. Imagínese que un usuario da por buena una información que servimos en

su móvil, camina 500 metros para encontrar un servicio o un comercio que le hemos indicado y que no está ahí, o que estuvo pero ya no está... supondría un descrédito para la fuente de información. Ahí es donde la consulta móvil supone un salto cualitativo, sin posible vuelta atrás.

### ¿Qué otro tipo de servicios ofrecen?

Ahora mismo estamos trabajando en servicios de realidad aumentada para móviles iPhone y Android. El usuario puede ver información del comercio superpuesta en la cámara de fotos de su teléfono móvil. Puede saber los comercios que tiene a su alrededor, en su entorno inmediato hasta 1.000 metros.

### En pocos años el sector ha evolucionado mucho. ¿Qué esperan para dentro de cinco años?

Dentro de cinco meses esperamos que eicos.planol.info, nuestro nuevo servicio de catalogación y localización del comercio urbano, funcione

“Es muy importante que el usuario final, el ciudadano, pueda apreciar la calidad de la información, contrastándola a pie de calle usando un soporte móvil”

a pleno rendimiento. Lo que pasará dentro de cinco años supone todo un ejercicio de imaginación, pero ahí estaremos, adaptando nuestros servicios en tanto que empresa de I+D+i. Esperamos que la fascinación por lo nuevo vaya de la mano de la preocupación por la calidad de la información, por servirla adecuadamente en cada contexto.

www.planol.info