



ca un móvil económico es difícil determinar que no sea sólo un punto de partida para un ataque más complejo. Los atacantes podrían utilizar otro tipo de vulnerabilidades para expandirse por la red de la organización, mantenerse ocultos y llevar a cabo acciones diferenciadas, como el robo o manipulación de la información», revelaba Fernando Sánchez, director del Centro Nacional de Protección de Infraestructuras Críticas (Cnpic) en un reportaje del número de agosto de la revista *Actualidad Económica*.

Detrás de casos de fuga de información sufridos por empresas como la alemana ThyssenKrupp, Boeing, ésta durante seis años, o el constructor francés de submarinos DCNS podría haber ataques mediante APT.

Ahora bien, a pesar de que este tipo de ataques se han incrementado con los años, «los APT no son tantos como para ser responsables de todos los robos de patentes que se denuncian cada año», puntualiza Albors.

Y es precisamente en la guerra por las patentes donde las empresas tecnológicas generan agrias tensiones sobre sus derechos de explotación de un determinado ingenio. Un caso reciente de dos gigantes pleiteando por presuntas copias de patentes de diseño lo protagonizó de nuevo Apple frente a Samsung en el que se considera el mayor juicio de los últimos tiempos por patentes. En 2012, la multinacional coreana fue condenada a pagar 800 millones de euros por violar tres patentes de diseño y tres de *software* de Apple en algunos de sus terminales Galaxy. Años después, la Corte Suprema de Justicia de EEUU desestimó el dictamen que obligaba a pagar 333 millones de euros por la violación de las patentes de diseño. Sin embargo, la cul-

pa por violar patentes de *software* se mantuvo. Ésta es una de peculiaridad en el sistema de patentes de EEUU, que permite registrar *software*.

En cambio, en el sistema europeo esto no es posible, lo que se traduce en que innovaciones en materia de *apps* no se puedan patentar y su arquitectura debe pasar a ser secreto industrial de la compañía. Según fuentes de la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM), «registrar una patente de *software* tiene ventajas como el derecho exclusivo de explotación del producto, pero la empresa debe publicar el invento. El secreto industrial no tiene esta obligación».

Este factor, a su vez, hace especialmente atractivos los secretos industriales de las empresas europeas para los foráneos, incluso para sus servicios de inteligencia. El ex analista de la Agencia de Seguridad Nacional (NSA) estadounidense llegó a asegurar que esta institución «no busca la seguridad nacional, sino el espionaje industrial».

A nivel particular, es en las *apps* donde los ciudadanos más perciben la guerra de copias entre las distintas empresas tecnológicas. Por ejemplo, la interfaz de la aplicación de mensajería instantánea rusa Telegram es muy similar a la de la americana WhatsApp, pero esta aplicación propiedad de Facebook ha sido acusada a su vez de copiar muchas de las soluciones de Telegram, como el envío de *gifs* o los *chats* de grupos. Hasta el consejero delegado de Instagram, también propiedad de Facebook, ha reconocido que copia a Snapchat.

Puestos a denunciar copias, lo cierto es que el Apple Lisa que enfrentó a Jobs y Gates *homenajaba*, a su vez, la interfaz gráfica del entorno Xerox PARC. Y también el ratón.

## LA EMPRESA FAMILIAR, ANTE EL DESAFÍO DIGITAL

NÚRIA VILANOVA

TRIBUNA

Las nuevas tecnologías, lejos de destruirlas, harán más fuertes a las empresas familiares. La IV Revolución Industrial no tiene por qué comprometer su viabilidad. En sí misma, esa enorme transformación a la que asistimos es, a la vez, acicate y estímulo para que se modernicen. Un cambio digital que favorecerá que las empresas familiares iberoamericanas sean más productivas y competitivas. Además, es una transformación a la que hay que incorporarse sí o sí: la economía digital ya está aquí, modificando el sistema económico global. No adaptarse a los nuevos parámetros del futuro y nuevos modelos de negocio es suicida.

Pero además de una necesidad, el cambio digital es beneficioso. Las empresas familiares tienen ante sí la oportunidad de hacerse más competitivas para, de manera ágil y eficiente, acercarse más y conocer mejor a sus clientes. Y más productivas para que la digitalización transforme la forma de hacer las cosas (en América Latina se necesitan tres trabajadores para producir lo que hace uno en EEUU). No se trata sólo de producir y trabajar como siempre, añadiendo el elemento digital. El desafío tecnológico implica transformaciones mucho más profundas, de mentalidad y cultura empresarial. De sistema.

Entrar de lleno en el cambio digital no debe desnaturalizar la esencia de unas empresas familiares que son pilares de la economía de los países iberoamericanos: en América Latina, nueve de cada 10 empresas son familiares, generan el 67% del empleo y aportan el 40% del PIB. En Es-

paña, representan el 85% de la red empresarial y el 75% del empleo privado. Actúan como pilares básicos por su mayor compromiso con el entorno, vocación de negocio a largo plazo y sólidos principios en los que asientan su actividad. La estructura social que las caracteriza y el arraigo que poseen en los valores heredados de las familias fundadoras (pilar y origen de estas compañías) son el auténtico motor de su crecimiento.

Más allá de estas ventajas comparativas, las firmas familiares afrontan otros retos importantes, además del digital. Son desafíos propios, diferentes a los del resto de empresas, relativos a la necesaria profesionalización mediante el desarrollo de protocolos de familia, a la separación de las decisiones familiares de las corporativas y al relevo generacional (un 70% no supera el tránsito).

Todos estos retos (como también lograr un crecimiento sostenible, acceso al crédito y mayor internacionalización) pasan por asumir el reto digital. Empresas, finalmente, del siglo XXI. Estos desafíos de la empresa familiar y de sus nuevas generaciones, junto a la necesidad de contar con una agenda digital clara, se examinarán esta próxima semana en Madrid en el I Congreso del Consejo Empresarial Alianza por Iberoamérica (CEAPI), que reunirá a 450 empresarios latinoamericanos y españoles para debatir el futuro económico de la comunidad iberoamericana.

Núria Vilanova preside el Consejo Empresarial Alianza por Iberoamérica (CEAPI) y la consultora Atravía.

### Construcción & Ingeniería

## Vertebra Ingeniería y Construcción, S.A. Constructores en el siglo XXI

Vertebra Ingeniería y Construcción, empresa con vocación de constructor generalista en los sectores de obra civil y edificación, tiene una visión de servicio al cliente en la que el margen empresarial se obtiene por el valor añadido generado en su relación con los agentes del proceso constructivo; desde los proveedores de suelo, hasta los usuarios finales, pasando por inversores, promotores de obra, diseñadores y prescriptores de los distintos productos.

Vertebra, aporta una relación ganar-ganar por el proceso de gestión conjunta con los distintos profesionales de la cadena de valor, "vertebrando" sus funciones dentro del marco normativo con una máxima economía productiva, minimizando los tiempos muertos y los costes innecesarios.

Entre las fortalezas que diferencian a Vertebra de otros competidores están que:

- Los profesionales que gestionan la Compañía y los proyectos cuentan con más de 20 años de experiencia en la construcción nacional e internacional.
- La integración vertical de los proveedores al ser accionistas de la

empresa, lo que proporciona una solvencia técnica y económica que garantiza al grupo como un eficiente operador consolidado fruto de esa integración vertical.

- La experiencia de los profesionales y de sus accio-



nistas no solamente resuelven de una forma satisfactoria las necesidades de sus clientes, sino que les genera nuevas oportunidades de negocio, eliminando las ineficiencias propias de mercados maduros y generando mejores productos con menores costes.

El denominador común de los profesionales que lideran la compañía está en haber trabajado juntos en multinacionales españolas y extranjeras del Sector, siendo su Presidente Francisco Javier Córdoba Donado, Carlos Izarra de la Cruz, es el Consejero Delegado, Francisco J. Pelluz Cuesta, desempeña el puesto de Director de Construcción, todos ellos Ingenieros de Caminos de la UPM, y Beatriz Soblecherro Medina CFO y Directora de Administración. Su dilatada experiencia profesional les ha permitido crear un nuevo modelo de negocio cuya visión es la satisfacción del cliente.

Los cuatro directivos suman el 35% del accionariado de la compañía, estando el 65% restante en manos de empresarios de las diferentes especialidades del Sector, los cuales participan en la ejecución de los proyectos y productos finales, apor-

tando un amplio know how a la estrategia de la compañía y portando a los clientes.

Esta nueva visión y filosofía empresarial ha permitido a Vertebra tener un crecimiento superior al 400% en el último ejercicio, afrontando proyectos por valor de más de 25.000.000 €, siendo sus áreas de actuación la Ingeniería Civil, Residencial, Desarrollo Urbanístico e Infraestructuras y una cartera de proyectos por valor de más de 40.000.000 €.

Entre los proyectos actuales cabe destacar la construcción de 53 viviendas unifamiliares en Tres Cantos, 12 unifamiliares en Getafe, construcción del Colegio Greenwich en Alcobendas y Urbanización del Área homogénea 2.4 de Tres Cantos, entre otros.



grupovertebra.com

REMITIDO

