

EL MUNDO
de CATALUNYA
NÚMERO 95 | MARTES
21 DE ABRIL DE 2015
www.elmundo.es
@innovadores_cat

NODOS/ STALKS

Cinco enfoques
para lograr el
éxito de nuevos
modelos de negocio

PÁGINA 8

>Mario García

*Vulnerables ante los fraudes
con las tarjetas de crédito*

PÁGINA 2

>Javier López Tazón

La tele personalizada

PÁGINA 8



SESAME, un sincrotrón para el desarrollo en Jordania

>**Ciencia**/ El proyecto implica un avance científico sin precedentes en Oriente Medio. Y un trabajo colaborativo global: a encargo del CERN, el laboratorio catalán ALBA es el responsable de la medición de los imanes del sincrotrón jordano.
Por **Paula Clemente** / PÁGINAS 4 Y 5



> NODOS / 5Talks

- «¿Sabéis qué hacen los bancos con vuestro dinero?»
- Economía colaborativa, «un nuevo poder basado en la cooperación»
- «Todos somos más incompetentes de lo que pensamos»

> MATERIA GRIS

Javier López Tazón



La tele personalizada

A nadie se le oculta que llegados a estas alturas de la película, internet, las redes sociales y la capilaridad de dispositivos móviles (tabletas, teléfonos, pero también portátiles) están cambiando desde la forma de comunicarnos hasta la manera de acceder a contenidos que pensábamos inamovibles. Nos sucedió a los periódicos (y todavía nos pasa, así que si alguien tiene una solución, se la compramos sin regatear), pero también a la tele. La única que de momento parece inasequible al desaliento es la radio. Las curvas de penetración continúan estables a pesar de la competencia de servicios en streaming del tipo de Spotify.

Esta semana pasada Accenture ha circulado un estudio en el que se muestra el cambio de hábitos en el consumo de televisión con una marcada tendencia a la baja, excepto en el segmento de población de 55 años o más. En el extremo más joven, el abandono de la tele es espectacular: el 33% de los jóvenes de entre 14 y 17 años elige otros soportes para ver las películas. La cifra de huidos de este medio para seguir eventos deportivos es algo menor en todas las categorías de edad.

Mi teoría difiere un tanto de las líneas que trazan los estudios. Es cierto que los más jóvenes ven sus películas y series en el ordenador, la tableta o el móvil; también es verdad que lo hacen en su cuarto mientras que los padres están viendo la tele en el cuarto de estar. Pero, seguro que preferiría ver las mismas películas y series que ve en una pantalla de cinco pulgadas en otra de 50 pulgadas. De hecho, la crítica más extendida en las encuestas sobre medios es la mala calidad de la distribución a través de internet, el *buffering*, los cortes... En definitiva, que preferirían ver lo que quieren ver y cuando lo quieren ver en una pantalla grande y con una emisión de calidad. El peligro está en confundir el televisor con la tele; el aparato, con las cadenas.

Sea como sea, la televisión cada vez se ve menos del modo tradicional y lo que fue

El peligro está en confundir el televisor con la tele; el aparato con las cadenas

el centro del entretenimiento doméstico por excelencia va a tener que resignarse a compartir espacio con otras pantallas. Ahí está el reto de innovación de las cadenas de siempre (a las que se valora muy por encima de los nuevos distribuidores de contenido), en encontrar vías para introducirse también en las otras pantallas.

javier.lopez@elmundo.es

Javier López Tazón es redactor jefe de *Ariadna*, el suplemento de tecnología de EL MUNDO.



Gabriel Ginebra, Joan Antoni Melé, Manuel Campo Vidal, Albert Cañigueral y Miguel Lozano durante el debate final. EL MUNDO

> EMPRESA

Expertos que inspiran el cambio

Banca ética, consumo colaborativo, gestión de las incompetencias, el poder de la palabra y pasión para lograr el éxito, protagonistas de 5Talks. Por **Meritxell Trinidad**

Cinco charlas, cinco expertos y 15 minutos para cada uno de ellos son suficientes para analizar los nuevos modelos de negocio que se han creado en los últimos años gracias a las nuevas tecnologías y la importancia del liderazgo y la gestión de las personas y del talento en diferentes ámbitos.

«¿Por qué no ayudamos a cambiar el mundo desde la banca?», se pregunta Joan Antoni Melé, ex subdirector general en España de Triodos Bank. «Uno cuando utiliza su dinero hace democracia, favorece a una empresa o a otra, es un voto diario», apunta Melé. Y es que este banquero que no habla de dinero, sino del poder que éste tiene para transformar la sociedad, apuesta por la responsabilidad individual para cambiar la humanidad. «¿Sabéis que hacen los bancos con vuestro dinero?», cuestiona a los asistentes, «hemos colocado el dinero en el centro de la humanidad y hemos perdido de vista el sentido de la vida», sentencia Melé quien explica que

hay que educar a los niños y jóvenes para que pongan la inteligencia al servicio de los demás y conviertan las habilidades de libertad, creación y amor –entendido como generosidad– en capacidades.

Esta última habilidad, la de compartir, forma parte de la nueva manera de pensar que presenta Albert Cañigueral, referente nacional en consumo colaborativo. Cañigueral afirma que «algo está pasando» cuando empresas que no disponen de inventario consiguen los mismos o mayores beneficios que las empresas tradicionales. Pone por ejemplo, la mayor cadena hotelera del mundo, Intercontinental Hotels Group y la compara con Airbnb, las empresas de estructura tradicional contra la nueva manera de hacer. ¿Los resultados? Mayor valor de capitalización bursátil en el segundo de los casos. «Ha surgido un nuevo poder gracias a la capacidad que da la tecnología para coordinarnos», señala Cañigueral y, añade en el mismo sentido, «está cambiando el centro de gravedad». Sin embargo, manifiesta que aún

hay muchos retos para esta transición como «la completa confianza en los demás, la obsoleta manera de regular por parte de los gobiernos, la asimilación de la abundancia de conocimiento y la protección de los derechos para estos nuevos trabajos que se están creando».

«Todos somos más incompetentes de lo que pensamos pero con más potencial del que creemos», así sorprende Gabriel Ginebra, filósofo y doctor en Organización de Empresas. Ginebra cuenta que se buscan empleados mediante un proceso mecánico, «les pedimos requisitos pero olvidamos que luego hay que enseñarles porque todos tenemos incompetencias que tienen solución». Pero añade «lo grave es no reconocerse incompetente porque la conciencia de competencia nos lleva a hacer cosas estúpidas» y además, saber que no sabemos es el primer paso para aprender a saber. En clave empresarial Ginebra opta por «el menos es más». Propone relajarse y pasar de un mundo en el que los jefes van rápido de un sitio para otro, a uno en que

puedan descubrir a sus trabajadores para poder juntos curar las incompetencias.

«El mundo se divide entre quienes saben contar una historia y quién no sabe», con esta frase de Gabriel García Márquez, Manuel Campo Vidal, periodista y comunicador, muestra la importancia del poder de la palabra. «Nadie nos ha enseñado a utilizar bien la palabra y por eso estamos en inferioridad de condiciones cuando damos conferencias» asegura Campo Vidal. «En ellas los españoles no son los que más destacan porque lo que consideramos realidad es la percepción de ella y si alguien se percibe como el mejor es el mejor aunque no lo sea». El periodista advierte de la importancia que tiene la comunicación para cualquier sector.

Otro poder, el de la mente y el cuerpo, viene de la mano de Miguel Lozano, apneísta profesional. Lozano sugiere que la pasión es la causa directa del éxito en el trabajo y cree que el entrenamiento, el conocimiento y la seguridad son claves para conseguir superar los retos.