

> **MI TWITTER**
Elena Benito

«30.000 millones perdidos en innovaciones que ya existen»

PÁGINA 8

> **PERSONAJE ÚNICO**
Juan Tatay

El 'aglutinador' de los 'maqueros' cree que la web social es una «moda masiva»

PÁGINA 8

> **Javier López Tazón**
Aprovechar el conocimiento

PÁGINA 8

> **Miguel Ángel Sánchez**
El despertar del consumidor 3.0

PÁGINA 2

Microsoft permitirá emitir facturas por el móvil gracias a una tecnología alicantina

> **Telefonía** / La multinacional elige a la compañía No Excuse Accounting para colocar su sistema de contabilidad para 'smartphones' en el Windows Phone 7. Por **Miquel Hernandis**

Que el director del Windows Phone 7 –el nuevo sistema operativo para móviles de Microsoft–, Brandon Watson, reconozca que tu aplicación haga algo único y te anime a conquistar el mercado americano no es algo que te suceda todos los días. Como tampoco es habitual que de entre 3.500 empresas que se presenten a un encuentro europeo de *start-ups*, te escojan entre las 18 más prometedoras.

Pero ambas cosas te pueden pasar si trabajas duro para ello, como es el caso de No Excuse Account-

ing. Esta sencillez de manejo fue la que atrajo a la Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos que buscaba ofrecer a sus 500.000 afiliados un sistema que exprimiera las nuevas tecnologías pero no por ello requiriera de avanzados conocimientos informáticos. Así, junto a Microsoft, que quiere demostrar que es capaz de ofrecer para los móviles la misma experiencia que ofrece a los usuarios de PC, ofrecerán el llamado teléfono del autónomo. Un dispositivo que correrá con Windows Phone 7, incluirá el Office para celulares e iFacturas, de forma que los trabajadores por cuenta propia no necesiten nada más para gestionar sus asuntos en cualquier momento y en cualquier lugar.

SIGUE EN PÁGINAS 4 y 5



Los fundadores de la empresa. / B. P.

> **DESDE EL EXTERIOR**

Brasil aprende a rentabilizar la sabana tropical con biotecnología

El Cerrado, una ecorregión de sabana tropical de Brasil, ha pasado de ser una zona con tierras ácidas a una de las principales exportadoras agrícolas del mundo. La biotecnología, unida a la extensión de sus campos y la disponibilidad de agua, es la responsable de un cambio económico y social revolucionario. La empresa pública Embrapa ha experimentado con semillas y bacterias para convertir el área en un espacio cultivable.

ting, una empresa hispano noruega especializada en contabilidad que reparte su sede entre La Vila Joiosa, Alicante, y Hamar, Noruega. Preocupados por conseguir facilitar la vida al autónomo, ahorrándole tiempo y dinero, crearon iFacturas. Se trata de un programa que permite organizar la contabilidad sin tener conocimientos previos de ella, de la misma forma sencilla en que redactamos un correo o enviamos una foto con el móvil.

PÁGINA 6



E. M.

El antes y el después de la cerámica con luz. La empresa castellanense TAU Cerámica ha inventado el primer material de este tipo que absorbe la luz y la desprende en la oscuridad. Una propuesta muy práctica, por ejemplo, para iluminar espacios públicos cerrados, como una estación de metro, durante posibles incidencias o apagones. Para exteriores, el proyecto está enfocado como solución de vanguardia para *smartcities* o ciudades inteligentes.

PÁGINA 2

Kelme da un respiro al tobillo con dos varillas en las plantas

> **CALZADO** / El sistema de cambrillones que usa la firma ilicitana en la Gravity MC permite un mejor movimiento del pie sin sobrecargas

Kelme ha diseñado el sistema Motion Control que aúna dos nuevas tecnologías para controlar el movimiento de las zapatillas deportivas. Con *Steady Bridge* y *Free Torsion*, la marca ilicitana reduce el brazo de palanca de las fuerzas de reacción del suelo respecto al tobillo.

Kelme, junto al instituto de calzado Inescop, ha logrado separar en la suela del deportivo la parte delantera de la trasera y para evitar que el pie se abra ha diseñado

el *Steady Bridge* que da soporte estructural. Con esta solución, la zapatilla es probablemente la que mayor torsión del pie permite a la vez que protege el arco plantar por sobrecarga. «El zapato se autocontrola porque no tiene que esperar a que se produzca la pisada para que se estabilice», explica Gaspar Morey, responsable del análisis funcional del calzado de Inescop.

Para ajustarse a distintos tipos de apoyo, el diseño incorpora dos

líneas cruzadas que aseguran la deformación deseada en la zona con contacto postero-lateral, sea cual sea el apoyo de talón. En este sentido, Kelme ha recurrido al uso de cuña de materiales más blandos estratégicamente ubicados, junto con la implementación de dibujos estructurados en la entresuela. Por su parte, la empresa de calzado ha solucionado el problema de la amortiguación con el sistema *Progressive Damping*.

PÁGINA 3

LA VENTANA DE ITI

La informática que conecta con la sociedad

Por José Duato

Nuestra sociedad ha cambiado mucho en las últimas décadas, debido sobre todo a los servicios ofrecidos a través de internet (redes sociales, comercio electrónico o videoconferencia IP). Nunca se habían producido tantos avances en tan poco tiempo. Y son muchos los servicios que se introducirán próximamente (receta electrónica, telediagnóstico, telecirugía, etc).

Lo que ha propiciado esos cambios ha sido el impresionante avance en la informática: se han desarrollado terminales (PC's, portátiles, móviles...) cada vez más potentes y de menor consumo de energía; diseñado servidores de internet con mayor capacidad de cálculo y de almacenamiento; y, lo más importante, se han desarrollado numerosas aplicaciones que ofrecen servicios de gran utilidad social.

De hecho, la informática se ha convertido en una herramienta transversal fundamental, como el lenguaje o las matemáticas. En un futuro cercano no se concebirá que una persona carezca de conocimientos básicos de informática, como hoy en día no se concibe que no sepa leer y escribir. En el extremo opuesto, la informática está complementando las técnicas tradicionales de ensayo en laboratorios de investigación y los procesos de diseño industrial, mediante el uso de computadores y supercomputadores para modelar sistemas muy complejos y obtener resultados más rápidamente y con un coste muy inferior. En un país desarrollado, la formación en informática debería ser obligatoria en ESO o bachiller; su conocimiento es fundamental para desarrollar cualquier actividad.

Conscientes de estos cambios, de la necesidad de intercambiar ideas y resultados científicos, y de influir en el desarrollo empresarial, en la opinión pública, e incluso en las decisiones políticas sobre las tecnologías de la información y su impacto en la sociedad, los profesionales de la informática en el mundo académico en España unieron fuerzas, impulsando el Congreso Español de Informática (CEDI). Tras los debates en sus dos anteriores ediciones, se ha creado la Sociedad Científica Informática de España (SCIE), para canalizar las citadas acciones e inquietudes.

«En un país desarrollado, la formación en informática debería ser obligatoria en ESO o bachiller»

La tercera edición del CEDI se celebra esta semana en la Universidad Politécnica de Valencia. El objetivo fundamental será profundizar en las relaciones entre el mundo académico y el empresarial, fomentando la transferencia del conocimiento hacia las empresas para conseguir mejores productos a precios más competitivos. Intentar generalizar una práctica de gran interés para la sociedad, en la que algunos grupos de investigación pioneros ya han obtenido grandes éxitos.

José Duato es presidente del Comité Científico de CEDI.



Una muestra del nuevo producto cerámico de TAU, con luz y sin ella. / EL MUNDO

> EL INVENTO

Cerámica con luz propia para jugar con sombras

TAU crea el primer material cerámico que se ilumina en la oscuridad y ahorra energía. Por M. Climent

Si un día se encontrase en medio de un apagón en una estación de metro, un centro comercial o una discoteca, ¿se sentiría angustiado por la oscuridad? La empresa castellonense TAU ha inventado una solución cerámica para este tipo de problemas que además ofrece una serie de funciones complementarias a los productos tradicionales. Afterdark es el nombre del primer material cerámico foto luminiscente cuyo aspecto varía en función de la luz del entorno.

El producto tiene incrustados componentes químicos en la matriz cerámica que captan la energía de la luz, la acumulan y la devuelven al exterior en la oscuridad, tal y como indica Javier Portolés, director de Innovación de TAU. El resultado es una apariencia siempre nueva y cambiante. Una opción muy jugosa para la arquitectura, el urbanismo y el interiorismo de vanguardia que se pueden aprovechar del «increí-

ble juego de luces y sombras» de Afterdark. «Esta solución es capaz de provocar efectos ornamentales muy impactantes», apunta Portolés. Por ejemplo, en el entorno constructivo puede orientarse para «destacar un edificio en el skyline, sin consumir electricidad».

El material cerámico además de estético, también es funcional. La luz que desprende el producto se puede aplicar en entornos urbanos y espacios públicos en caso de incidentes como un apagón o una eva-

El aspecto del material varía según la luz, así siempre es nuevo y cambiante

cuación. «Muchos accidentes en evacuaciones se producen por el caos que provoca la oscuridad», explica Portolés. Afterdark se iluminaría en el momento del apagón, «provocando una sensación de seguridad».

Esta solución cerámica ha sido ideada para fomentar la eficiencia energética. La posibilidad de acumular energía para cederla posteriormente al entorno supone un importante ahorro energético en el acumulado del tiempo, contribuyendo a evitar consumos eléctricos de fuentes tradicionales. «Con Afterdark se obtienen ahorros que no se consiguen ni con los led's», comenta el director de Innovación. Por su parte, los pigmentos utilizados para crear el efecto luminiscente también respetan el medio ambiente, ya que su composición y aplicación en el material es inocua para el entorno.

El nuevo producto de TAU cumple así funciones hasta ahora desconocidas para la cerámica y, además, conservando todas sus propiedades. Afterdark mantiene la resistencia a la acción del desgaste, la inalterabilidad al paso del tiempo y la facilidad en la limpieza que caracterizan a los materiales cerámicos porcelánicos.

CRÓNICAS

DESDE EL MIT

El despertar del consumidor 3.0 en el mercado

Por Miguel Ángel Sánchez

El manifiesto Cluetrain afirma que los mercados son conversaciones. El mundo es plano y el intercambio de información entre empresa, consumidor y medios de comunicación es más horizontal que nunca. Durante estas vacaciones tres comunicadores patrios siguieron al pie de la letra el lema de *mantenella* y *no enmendalla*, enrocándose en un mensaje que los hechos habían invalidado. La gota colmó el vaso y una miriada de enojados ciudadanos reprendieron su actitud en Facebook y Twitter. Uno hizo caso omiso, otro se mantuvo en sus trece y el tercero reconoció que, aunque seguía pensando que algo olía a podrido, se había excedido. En pocos días su audiencia aumentaba dos dígitos.

El consumidor del siglo XX asumía cínicamente su alienación, pero su homólogo del siglo XXI comienza a despertar, consciente de que el poder decisorio de su elección de consumo mueve billones y afecta a la vida de personas en todo el planeta. Necesita sentirse escuchado. El iPhone demostró que ya no buscamos satisfacer una necesidad, sino a la vez obtener un sentimiento de pertenencia a una comunidad con la que podamos identificarnos con orgullo.

Hace poco Sophie Agbonkhesse defendía su tesis —disponible *online* como es norma en el MIT— en el Master en Gestión de la Cadena de Suministro (SCM). Analizando la sostenibilidad de diferentes marcas globales mencionó a Nike, y recordé su travesía por el desierto en los 90 tras varios reportajes que denunciaron la explotación infantil en fábricas de Camboya y Pakistán. Inicialmente Nike se lavó las manos aduciendo que ellos sólo compraban allí sus productos: al no poseer las fábricas ni estar éstas en USA, no podían controlarlas. Pese a su elevado presupuesto publicitario las ventas decayeron, y finalmente Nike adoptó un estricto código de conducta, obligando a cualquier proveedor a respetar una serie de garantías laborales que mejoraron la vida de millones de trabajadores de países en vías de desarrollo.

Los consumidores premiaron a Nike por escucharles, admitir su error y esforzarse por enmendarlo, en lugar de tratarlos como niños y contratar a un director

Los clientes obligaron a Nike a tomar un código de conducta tras conocerse los casos de explotación

de Hollywood y una estrella de la NBA para protagonizar un nuevo spot publicitario. Los periodistas que destaparon el caso demostraron que la prensa no ha perdido poder, sino al contrario. Ahora llega a un público más amplio, siempre que su trabajo sea relevante y de calidad. No hace falta ganar un Pulitzer, o destapar un Watergate, para cambiar el mundo. La gente encuentra nuevas formas para expresar lo que quiere. Escuchar nunca ha sido más fácil, y así ganamos todos.

Miguel Ángel Sánchez Valero es investigador valenciano del MIT.



Un técnico compara el diseño de la suela del modelo GravityMC con el del ordenador en la sede de Inescop en Elda. / CRISTÓBAL LUCAS

> CALZADO

Kelme pone alas a los tobillos con dos varillas

El sistema de cambrillones que usa la firma en la Gravity MC permite un mejor movimiento del pie mientras evita las sobrecargas. Por **M. Hernandis**

Este 2010 es el año que la compañía ilicitana Kelme se ha marcado como el año del cambio. Culpa de ello la tienen dos zapatillas, la Gravity MC y la Star 360°. De esta forma el cambio será «conseguir calzado de primer nivel», no ya sólo nacional sino internacional, como describe Carlos García Cobaleda, consejero delegado de la firma. Para conseguir ese objetivo «retomamos la colaboración que teníamos con Inescop», el Instituto Tecnológico del Calzado y Conexas de Alicante, señala Cobaleda.

Uno de los primeros retos que tenían que superar era el tiempo de desarrollo que se marcaron, como explica Luis Miguel Botella, manager del departamento de Producción, «las multinacionales suelen dedicar entre 18 y 24 meses para lanzar un modelo nuevo, la Gravity ha salido en la mitad».

Para lograrlo, «la implicación absoluta», como señala Cobaleda, fue uno de los requisitos imprescindibles.

Gaspar Morey, responsable del análisis funcional del calzado de Inescop, destaca cómo eso fue básico para conseguir que este modelo reuniera «todo el conocimiento actual sobre biomecánica de calzado de carrera», ya que «normalmente en la realización de una zapatilla los fabricantes hacen mucho más caso al departamento de marketing y al de diseño» y eso supone que, al final, «la biomecánica sea sólo un 10% del proceso de desarrollo».

Juntos idearon el sistema *Motion Control* que aúna las tecnologías *Steady Bridge* y *Free Torsion*. Así, el control del movimiento se traduce en reducir el brazo de palanca de las fuerzas de reacción del suelo respecto al tobillo. Para ello se separa en la suela la parte delantera de la trasera, «pero si se dejara así, como hizo la Adidas Torsion en el 91, provocaría problemas, que el pie se abriera», señala Morey, «por ello inventamos el *Steady Bridge* (dos cambrillones de material más rígido) para dar apoyo

estructural». El concepto del *Steady Bridge* hace que esta zapatilla sea probablemente la que mayor torsión del pie permite, sin menoscabo de la protección del arco plantar por sobrecarga. Gracias a la libertad que este modelo da al pie en su torsión, se logra junto con otras tecnologías ya conocidas un buen control de movimiento y con ello protección del corredor y soporte al rendimiento.

Como explica Morey, «de esta forma, el zapato se autocontrola. Es decir, estabiliza de entrada, no tiene por qué esperar a que se produzca la reacción [la pisada] para que se estabilice». Y así, «que permita la torsión, hace que se reduzca la sobrecarga en el retropié».

A mayor estabilización dinámica corresponde un menor gasto de energía, siempre y cuando se respete el movimiento natural de la carrera. Para estabilizar el tobillo, se buscó incrementar la deformabilidad postero-lateral, con el objeto de reducir los momentos pronadores —que el primer contacto del pie con el suelo sea con la parte delantera— y plantaflexores alrededor del tobillo producidos en el instante del impacto del talón en el suelo. Para ajustarse a distintos tipos de apoyo, el diseño incorpora dos líneas cruzadas que asegurarán la deformación deseada en la zona con contacto postero-lateral, sea cual sea el apoyo de talón. Para lograr la deformabilidad postero-lateral deseada, también se ha recurrido al uso de cuña de materiales más blandos estratégicamente ubicados, junto con la

implementación de dibujos estructurados en la entresuela.

Tras solucionar estos aspectos, otro que querían resolver era el de la amortiguación. Y para ello idearon el *Progressive Damping* que se basa en la unión de piezas con tres densidades a lo largo de la suela. Una de ellas «se encarga de absorber las transmisiones de fuerza que se perciben como desagradables», según Morey. Alternando espumas más blandas y más duras en diferentes lu-

La zapatilla que consigue que te quedes pegado a la carretera

Junto a las tecnologías de *Motion Control* y *Progressive Damping* se han incluido otras que permiten desde una mayor flexibilidad a un drenaje que consigue que uno se quede pegado a la carretera. Esto se obtiene mediante el sistema de drenaje K-Grip, que optimiza la adherencia sobre asfalto y asegura la estabilidad en suelo mojado y con Trk System, que gestiona las diferentes densidades de materiales empleados y la disposición de las ranuras con salidas laterales.

Gracias al otro sistema desarrollado, el K-Flex, se consigue la flexibilidad necesaria en el momento de la carrera, como aseguran desde Kelme. Se trata de unas piezas integradas transversalmente en la suela, detrás de las cabezas metatarsianas, que definen una zona de flexión que proporciona más velocidad y un mayor aprovechamiento de la energía elástica. Como explica Gaspar Morey, «tener

estas piezas mal dispuestas hace que se gaste más energía y es importante para rodar bien con el zapato. En este caso están dispuestas para obtener la flexibilidad adecuada a los corredores de media y larga distancia».



gares de la suela se eliminan más frecuencias de estas fuerzas. Para el talón se usó el *Flot System*, una pastilla de gel que resiste elevadas presiones y que cubre una amplia gama de pesos y con el *Forefoot Damping*, se cubrió la parte delantera.

TENDENCIAS DEL MERCADO

Cuesta lo mismo...

ANA NIÑO

Vuelta a casa... vuelta al cole... al trabajo y... al consumo. Quien más y quien menos empieza el curso comprando y yo, como un ciudadano más, me he aplicado en hacer bien la tarea. Así que miro, comparo, leo, presto atención a la publicidad —que ha cambiado de formatos, pero no ha muerto ni mucho menos— y me doy cuenta de que algunas marcas y productos están haciendo muy bien las cosas. Sus productos parecen más apetitosos y sugerentes y de repente, se cuelan en mi lista de intenciones de compra.

Supongo que soy un consumidor sor-

prendido por los cambios en marcas como Victoria o Gioseppo. Diseños *trendy* avalados por los más *cool*, catálogos para todos los gustos y precios competitivos. Y todo aderezado con algo de estrategia de comunicación y, deduzco, muchas relaciones públicas para hacer llegar sus productos hasta consumidoras que antes no conseguían alcanzar.

Con esta apuesta, estas empresas demuestran cómo una marca puede envolverse en un halo de tendencia revitalizadora y seducir a nuevos ojos. Vamos, *branding* en esta-

do puro. En el caso de Victoria, la creatividad en las últimas colecciones ha conseguido hacer de sus zapatillas un comodín combinable con cualquier estilismo de esos que salen en las revistas, pero por un precio mucho más asequible que el de un bolso de Hermés (que también sale en las mismas revistas, por cierto). Las bambas de toda la vida quedan bien y no cuestan demasiado, así que es lógico que veamos muchas más zapatillas que bolsos de esos por la calle.

Supongo que los CEO y directivos de estas empresas compartirán conmigo una de las máximas, en mi opinión, de la competitividad: hacer las cosas mejor, cuesta casi lo mismo, pero vale mucho más. Estas marcas de calzado valenciano son un ejemplo de cómo invertir en diseño y *branding* —como estrategia global y a pesar del pesimismo



ambiental— permite multiplicar el valor de un producto sin disparar su precio. Pero ojo, que no hablamos del diseño en un sentido puramente industrial. Hablamos de diseño como cultura de trabajo y de hacer de la imagen una forma de innovación en todo el proceso de trabajo de la empresa: desde

el diseño hasta la comercialización, e independientemente de que se fabriquen zapatos, chapa o tornillos.

El cómo de las cosas es un factor decisivo en la relación con los consumidores y lo único malo de esta fórmula es que sienta precedente y, una vez arrancada, no se debe parar. Pero incluso en esto es positiva. Renovarse una y otra vez es otro aliciente más para innovar.

> TECNOLOGÍA

Gates ya puede hacer facturas con el móvil

La alicantina No Excuse Accounting crea una aplicación que genera recibos al instante a través del 'smartphone' y que ha convencido a Microsoft para comercializarla entre los autónomos de EEUU

VIENE DE LA PÁGINA 1

No Excuse Accounting, NEA, acaba de presentar en Noruega su aplicación gratuita iFacturas en la App Store de Apple. Se trata de un programa pensado desde cero en exclusiva para que funcione en teléfonos inteligentes y que es capaz de gestionar la contabilidad y la creación de facturas sin tener conocimientos previos al respecto, como nos explica Antonio Revaliente, su director de marketing. Su utilidad y facilidad de manejo ya han hecho que Microsoft España y la Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos, ATA, la escojan para destacarla como herramienta básica de lo que promocionarán este otoño como teléfono del autónomo.

Este será un dispositivo que funcionará con el sistema operativo para móviles Windows Phone 7 y que se ofrecerá a los 500.000 miembros de ATA con una tarifa especial de datos y con descuentos

del 50% en los servicios que usen en el caso de iFacturas.

NEA es una empresa hispano-noruega cuya sede se reparte entre La Vila Joiosa, Alicante, y Hamar, Noruega. Dirigida por Morten Jacobsen, su objetivo radica en crear herramientas de contabilidad y facturación accesibles y simples. Por ello han creado una aplicación que aprovecha las características de los dispositivos móviles en ese sentido. Según señala Revaliente, «hemos sabido olvidarnos del desarrollo pensando en PC y centrarnos en la accesibilidad y simplicidad de los dispositivos móviles». Precisamente una de las cualidades que más valoraron en ATA, pues «Francisco de Palacio, su director de Relaciones Institucionales me comentó que les gustó porque los autónomos, por lo general, no se llevan bien con los ordenadores. Sin embargo, hay algo que sí saben manejar y llevan siempre encima: su *smartphone*».

Así, la directora de proyectos Anne Dahl se encargó de que, en esta primera versión de la aplicación pensada para el sistema iOS del iPhone, Begoña Fontanet, res-

Su iFacturas se ofrecerá con el 'teléfono del autónomo' que promocionará ATA

«Los autónomos no se llevan bien con los ordenadores, pero sí con los 'smartphones'»

ponsable de la interfaz de usuario, consiguiera que crear un listado de clientes sea igual que añadir un nuevo contacto en la agenda y, de la misma forma intuitiva, consultar

las facturas realizadas sea tal y como pasamos fotografías en un álbum. El ingeniero informático Antonio Climent, lidia con los diferentes sistemas operativos del mercado móvil y aprovecha las capacidades del dispositivo para que busque al cliente más cercano lo haga automáticamente el programa basándose en las coordenadas del GPS, de forma que no haya que perder tiempo tecleando en la búsqueda; y que la cámara de fotos permita reflejar el antes y después de un servicio o mostrar el producto que se va a cargar al cliente. Incluso cuando se ha de facturar por tiempo de servicio, es tan sencillo como activar el cronómetro que lleva el programa, que calcula el salario por hora correspondiente.

Y una vez generada la factura, es tan sencilla de enviar, como una foto del móvil. En este punto es donde el director financiero Hans Kolstad decidió que se aplicara la

CONTABILIDAD

El estándar internacional

► UN MISMO LENGUAJE.

Antes del año 2000 la contabilidad de cada país usaba un idioma diferente. Para corregir esa situación la Unión Europea impulsó un proceso con el objetivo de conseguir la estandarización de todos los libros mayores del mundo ante el OMG (Object Management Group) que fue aprobada por el IASC (Comité Internacional de Estándares Contables). En aquel proceso Morten Jacobsen representó a la UE. Diez años más tarde, que los libros mayores de un japonés o un noruego cumplan con los mismos criterios de cara a su interpretación, le permite a su aplicación con solo cambiar el idioma del interfaz trabajar en todo el mundo.



Los miembros españoles de NEA, Begoña Fontanet, Antonio Revaliente y Antonio Climent, muestran su aplicación móvil. / ERNESTO CAPARRÓS

BIODIVERSIDAD DIGITAL

Computación postcolonial

ADOLFO PLASENCIA

Seguro que habrá intentado atrapar el significado de las dos palabras del título juntas que, muy probablemente, no habrá leído contiguas en una misma frase hasta ahora. Es un ejemplo de lo que está ocurriendo con los términos propios de la informática. Si describo el contexto de a qué se refiere la expresión que forman juntas esas dos palabras se sorprenderá mucho más. El título *Computación postcolonial* encabeza un trabajo de investigación informática avanzada de 2010 y se describe como: «computación generativa de modelos de cultura, desarrollo (de informática) como pro-

grama histórico o temporal, relaciones económicas desiguales y epistemologías temporales». Intento describir qué está pasando en el proceso *cultural* ligado a la informática, que evoluciona vertiginosa y exponencialmente.

Comprobado que La Ley de Moore (cada 18 meses los chips duplican su capacidad de cálculo al tiempo que disminuyen a la mitad su tamaño y su precio), se lleva cumpliendo en la práctica 50 años, caemos en la cuenta sobre lo que afirmó Ray Kurzweil: «todo el conocimiento digitalizado y el relacionado con él, pasa a un proceso de evolución acelerada de es-

cala exponencial». Es decir, conocimiento y cultura ligados a la informática (una *commodity* 'horizontal' que afecta a todos los campos y profesiones).

En el pasado, todo ello era cosa sólo para muy iniciados, especialistas. Ahora no. Nos afecta a todos, a nuestro trabajo y a nuestras empresas. A nuestra economía. A nuestra vida cotidiana y a nuestro ocio. Y a algo más que no podremos obviar: a nuestra forma de ver el mundo hoy, y por lo tanto, a nuestra capacidad de comprenderlo y de sobrevivir en esta realidad de *Beta Perpetua* (O'Reilly), por usar una expresión de origen informático.

Podría parecer que describo cosas muy lejanas. Pues no, todo lo contrario: esta misma semana en Valencia, en la UPV y en otros escenarios de la ciudad tiene lugar un importantísimo multi-congreso de Informática, el CEDI 2010 Valencia, además de otorgarse los Premios Nacionales de Informática. Para que vea



que no exagero con el título de la columna, entre las áreas que van a presentar avances están, por ejemplo, el Congreso de Metaheurísticas, Algoritmos Evolutivos y Bioinspirados o el Simposio de Lógica Fuzzy y Soft Computing.

Si cree que todos estos raros términos no le afectan en su día a día está completamente equivocado. No hay ninguna ciencia cuyas innovaciones 'desemboquen hoy de forma tan inmediata y 'disruptiva' en la vida cotidiana como las de la informática. Como subraya el catedrático de leyes de Stanford, Lawrence Lessig: «el código [informático] es la tecnología que hace que los ordenadores funcionen. Estas máquinas definen y controlan cada vez más nuestras vidas. Determinan cómo se conectan los teléfonos y qué aparece en el televisor. Controlan la información que un ordenador remite al fabricante. Estas máquinas nos dirigen. El código dirige estas máquinas».

estrategia *freemium*. Si descargar la aplicación es gratis, y manejarla también, el coste se establece en el envío de esa cuenta al cliente. En la versión noruega, el envío por correo electrónico cuesta un euro y si es por papel, cuatro. Para la versión española, aún no está cerrado y dependerán de la respuesta del mercado nórdico.

En las próximas versiones, que ya están preparando en WP7, un «sistema con el que es muy fácil trabajar» como explica Climent, piensan incluir la capacidad del GPS de recordar la ruta seguida para poder cobrar el kilometraje y que la cámara funcione como escáner de códigos de barras para que agregar productos a la factura sea aún más instantáneo. Más tarde se podrá realizar incluso la declaración trimestral del IVA, sin tener que recurrir a un ordenador, y

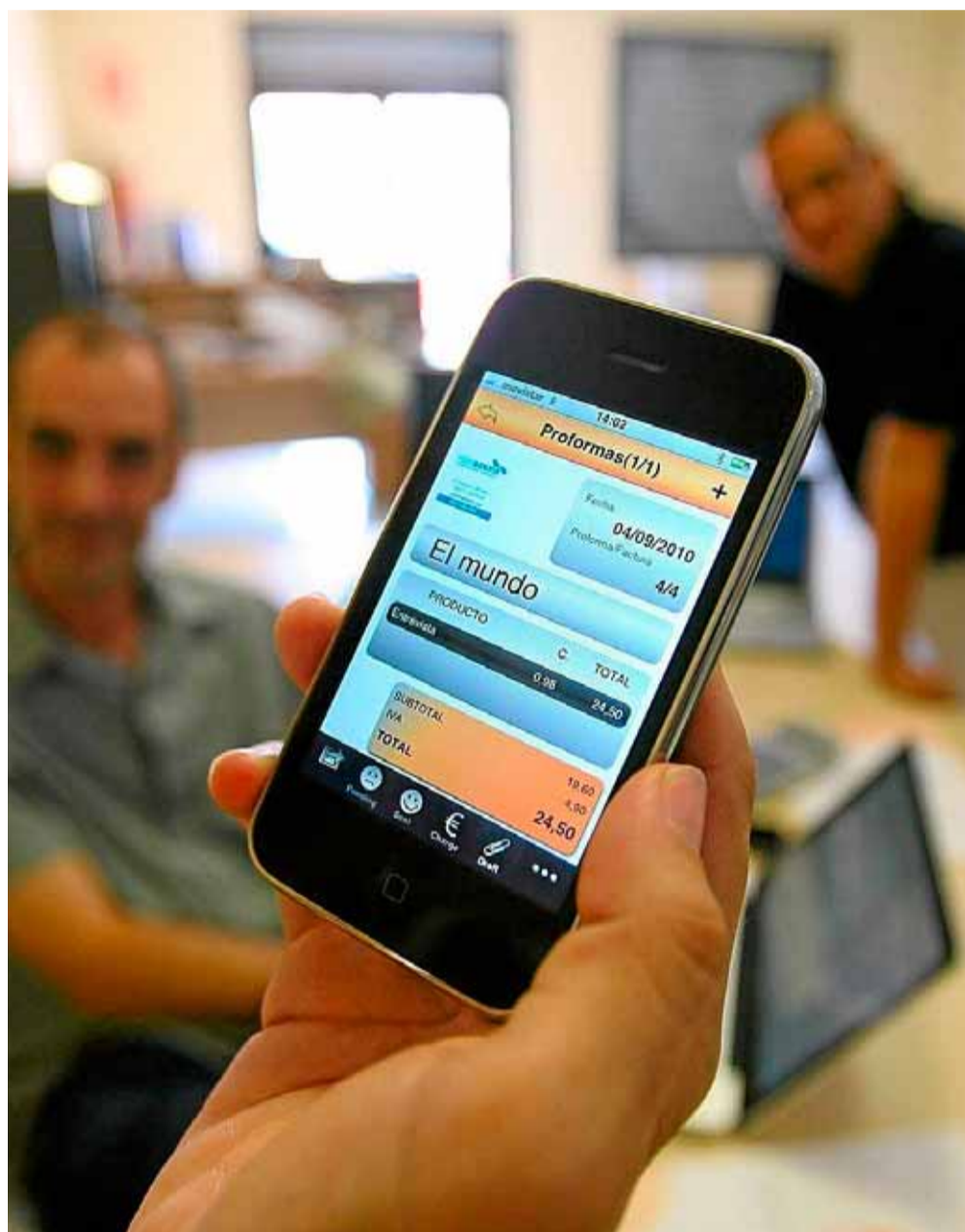
Su aplicación consigue un ahorro de tiempo del 20% en la gestión de la contabilidad

Brandon Watson, director de WP7, les ha animado personalmente a conquistar EEUU

enviarla directamente a Hacienda o bien al asesor financiero, si realmente deseamos que alguien nos revise la contabilidad, el cual podrá consultar las facturas emitidas y recibidas desde una web.

La rapidez en la realización de los servicios es uno de los puntos fuertes de este proyecto, y uno en los que más inciden. «Cuando acudimos al European Microsoft Bizspark Summit de París, destacábamos que los autónomos pierden un 20% de su tiempo con la creación de las facturas» explica Revaliente, «cosa que con este producto se ahorran, pues iFacturas te permite tener ese recibo en menos de un minuto y en el mismo punto de servicio, uno de los factores que más apreciaron los americanos, pues como nos dijeron, cuando antes lo envías, antes lo cobras».

El encuentro parisino, celebrado este pasado mayo, no fue el primero al que acudían a mostrar su trabajo, pero sí fue fundamental para sobresalir entre la competencia.



Ejemplo de cuenta realizada mediante la aplicación iFacturas. / ERNESTO CAPARRÓS

Allí 3.500 empresas solicitaron participar y ellos fueron de los 18 «privilegiados», como ellos mismos

Su sistema de trabajo se basa en el 'cloud computing' que usan Facebook o Twitter

destacan, que consiguieron hacerlo. Partían de una buena base, pues en marzo la consultora de Silicon Valley Guidewire Group les había señalado en su lista de las cien empresas tecnológicas de nueva creación más prometedoras del mundo, *Innovate! 100*. También fue en la

capital francesa donde Brandon Watson, director de WP7, les animó a dar el salto al mercado americano, «donde no hay nada como lo nuestro, puesto que lo más parecido es Freshbooks pero no ofrece el mismo concepto», y les urgieron a hacerlo en nueve meses máximo. Aunque no solo piensan en el mercado anglosajón, España era un lugar muy importante desde el que empezar, no solo porque parte del equipo es español, sino porque «nos facilita el camino para conquistar el mercado hispano, con más de 80 millones de usuarios potenciales en total».

Esta forma de trabajar en la nube 2.0, como denominan los expertos a las aplicaciones basadas exclusivamente en Internet, «al esti-

lo de Facebook o Twitter» describe Morten Jacobsen, es la que ellos buscaron desde el principio. Por

Guidewire les ha escogido para su lista de las 100 nuevas empresas más prometedoras

eso escogieron las tecnologías de *cloud computing* de Windows Azure, lo cual les sirvió para acudir al Bizspark Windows Azure de Nueva York, «donde demostramos que nuestra aplicación de facturación ya funcionaba en tiempo real y sin errores» cuenta Revaliente. Fue en

la Gran Manzana el lugar en que conocieron a cargos relevantes de la compañía de Redmond «que nos facilitaron los contactos con Microsoft España y Noruega».

De esta forma, a pesar de haber iniciado su proyecto empresarial en la rival Apple, «porque el iPhone se trataba del *smartphone* más consolidado en el momento», se decantaron por Microsoft «porque confiamos en ellos y en WP7. Sabemos el esfuerzo económico y tecnológico que están realizando y el interés que están mostrando en aplicaciones de valor como iFacturas». Más adelante, «cuando se consolide el modelo de negocio», desarrollarán la versión para «Android, iPad y otros que irán apareciendo en el mercado con total certeza».

'SMARTPHONES'

La última esperanza

► WINDOWS ESPERA GANAR MERCADO EN LOS MÓVILES. En una situación donde el mercado está más que dominado por sus adversarios, Microsoft ha aprendido la lección. Tras el fracaso de Windows Mobile, el gigante de Bill Gates sabe que si quiere robar clientes a sus competidores debe abandonar los modelos pasados y sorprender con algo 100% nuevo. Ese es el espíritu con el que nace Windows Phone 7, la última bala de la marca para *tumbar* a Nokia, Apple y Google en la carrera del *smart-phone*. Microsoft ha invertido en el desarrollo interno de Windows Phone 7 más de 10 millones y medio horas y alrededor de 1000 dispositivos probados diariamente. Una solución que está pensada únicamente para pantallas táctiles, conexión permanente a internet, y la integración de otros productos de la marca como los juegos de Xbox, la música de Zune y el buscador Bing. Cambia todo, pero sobre todo, la apariencia del escritorio. La pantalla de inicio estará continuamente actualizándose a través de una serie de iconos. El software abandona la estructura tipo Windows y aplica un sistema completamente nuevo basado en escritorios extendidos. Desde la pantalla de inicio, se puede acceder a diferentes compartimentos —que Microsoft ha bautizado como *hubs*— con el objetivo de reunir con el contenido de la web, aplicaciones y servicios en una sola vista. La multinacional ha definido seis apartados: personas, fotos, juegos, música y vídeo, mercado y oficina (integra el Office). El nuevo sistema operativo ya está siendo adaptado y desarrollado por las grandes operadoras y fabricantes de móviles, de hecho, para el próximo mes de octubre se esperan las primeras ventas. La última esperanza de Windows está cerca.



> DESDE EL EXTERIOR / EL CERRADO (BRASIL)

● La empresa pública Embrapa importó y desarrolló nuevos productos para reducir la acidez de los terrenos tropicales y favorecer el crecimiento de los cultivos ● Los investigadores brasileños adaptaron por primera vez las plantaciones de soja al clima tropical del Cerrado



Campo de soja en el estado brasileño de Mato Grosso, en el Cerrado, con la sabana tropical, al fondo. / EL MUNDO

> AGRICULTURA

Brasil cosecha éxitos con 'biotech'

Un plan de agricultura, basado en la investigación y modernización de las técnicas, convierte a este país en uno de los principales exportadores alimenticios del mundo. Por **M. Climent**

Las tecnologías de la energía, las TIC o la nanotecnología son sectores que se asocian instintivamente con innovación. Una verdad a medias porque no todo lo *tecnológico* es innovador ni todo lo tradicional deja de serlo. Véase en caso de Brasil. El país latinoamericano ha sido capaz de renovar por completo su agricultura y colarse en el clásico *big five* de exportadores de grano (Estados Unidos, Canadá, Australia, Argentina y la Unión Europea). Sus ventajas naturales unidas a un interés por la biotecnología para transformar a fondo el sector han convertido a Brasil en uno de los referentes agrarios del planeta.

En 2050, la población mundial pasará de los siete billones actuales a los nueve. Para entonces será necesario un productor de alimentos rentable, con tierra y agua suficientes para satisfacer la demanda, capaz de sostener grandes ganados y poco dependiente de los subsidios estatales. Brasil encaja perfectamente en el perfil. Dispone de más espacio para el cultivo que cualquier otro país, de hecho, supera a Rusia y Estados Unidos juntas, tal y como afirma *The Economist*. Según la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), cuenta con un potencial de tierra apta para el arado de cerca de 400 millones de hectáreas, de las que

+INFO

Embrapa ha logrado superar su categoría de empresa pública para convertirse en un referente mundial sobre agricultura, sobre todo, tropical. Su papel es tan variado que pasa desde crear nuevos tipos de semillas o diseñar envoltorios comestibles para alimentos que cambian de color cuando no queda comida, hasta liderar un laboratorio de nanotecnología que fabrica tejidos biodegradables extra fuertes. Además, ha cambiado el Cerrado en un espacio cultivable.



sólo se están utilizando 50 millones.

Algo similar ocurre con la disponibilidad de agua. Brasil tiene más de 8.000 billones de kilómetros cúbicos de agua renovable cada año, casi la misma cantidad que toda Asia. Con estas ventajas naturales,

¿por qué hasta hace 30 años Brasil era un gran importador de agricultura? Por la acidez de las tierras y la falta de un motor de empuje del sector. Ahora, ya ha superado ambas carencias y se alza como el primer gigante agrícola tropical.

La renovación de la agricultura brasileña tiene como protagonista al Embrapa (Empresa Brasileña de Investigaciones Agropecuarias). Esta empresa pública nació en 1973 y desde entonces se ha convertido en la institución líder mundial de estudios tropicales. Su mayor azaña ha sido la de transformar el área del Cerrado, una amplia ecorregión de la sabana tropical en un espacio cultivable.

Antes de la creación del Embrapa, el Cerrado estaba relegado a área no apta para la agricultura. La acidez de las tierras y la pobreza de sus nutrientes hacían prácticamente imposible que se pudiera cultivar. Hasta que la empresa brasileña emprendió una serie de iniciativas para cambiar lo que muchos habían dado por imposible.

El mayor problema resultaba de la acidez del campo. Embrapa cubrió las tierras con cantidades industriales de cal para reducir los niveles. A finales de los 90, se esparcieron 16 millones de toneladas de cal sobre los campos del Cerrado, una cantidad que subió hasta los 23 millones en 2003 y

2004. Además, los científicos del Embrapa crearon nuevas variedades de bacterias capaces de mantener el nitrógeno en legumbres, reduciendo así la necesidad de fertilizantes. Por otro lado, la empresa importó de África un tipo de hierba conocido como *brachiaria*. Su equipo inventó una variedad, la *braquiaria*, que produce entre 20 y 25 toneladas de hierba por hectárea para adecuar zonas de pastos y aumentar los ganados.

Los investigadores adaptaron por primera vez los cultivos de so-

Embrapa inventó una variedad de hierba que permite adecuar las zonas para los pastos

ja al clima tropical desarrollando nuevas variedades más tolerantes a la acidez de las tierras. También aceleraron los tiempos de crecimiento de los cultivos para disponer de dos cosechas al año. Otra técnica nueva fue la de cortar las plantas por el tallo y dejar las raíces en una especie de alfombra orgánica que mantiene los nutrientes para las próximas cosechas. Con esta línea de iniciativas, en apenas 30 años Brasil ha pasado de depender agrícolamente de otros países a controlar el mercado agrario mundial.

POP UPS

NOTICIAS...

...EN BREVE, cinco valencianas se la juegan con sus TIC y los mejores en realidad aumentada se reúnen en Valencia.



Feria SIMO Network de 2009.

■■ SIMO Network

Un total de cinco empresas de la Comunidad Valenciana de reciente creación (cuatro de Valencia y una de Castellón) han presentado su candidatura a la V edición del Premio Vivero, en el marco de la Feria Internacional de Servicios y Soluciones TIC para empresas, SIMO Network. Una cita que busca ofrecer reconocimiento y apoyo a las jóvenes empresas españolas de base tecnológica, con potencial de éxito en el mercado. Los ganadores estarán presentes en SIMO Network 2010, del 5 al 7 de octubre en Ifema, disponiendo así de una plataforma de lanzamiento.

■■ INSTITUTO ai2

El Instituto de Automática e Informática Industrial (Instituto ai2) de la Universidad Politécnica de Valencia abordará mañana 7 de septiembre en una jornada las oportunidades de innovación mediante realidad aumentada con el fin de presentar las posibilidades de esta tecnología en sectores como el patrimonio histórico, la enseñanza, el entretenimiento, la televisión, el medio ambiente o el turismo, entre otros. Participarán siete expertos del Instituto ai2, de la empresa valenciana Brainstrom, o de Novarama Technology.

■■ AIDICO

El Ministerio de Ciencia e Innovación ha concedido a Aidico (Instituto Tecnológico de la Construcción) el reconocimiento para la creación de una Oficina de Proyectos Europeos para potenciar la participación española en el 7º Programa Marco. El desarrollo del programa, que abarca del 2007-2013, busca posicionar a Europa como la economía del conocimiento más competitiva y dinámica del mundo. La nueva oficina de Aidico dará soporte a la construcción, pirotecnia y la industria del agua, tanto en la Comunidad Valenciana como en el ámbito nacional.

A PARTIR DEL DOMINGO 12 DE SEPTIEMBRE

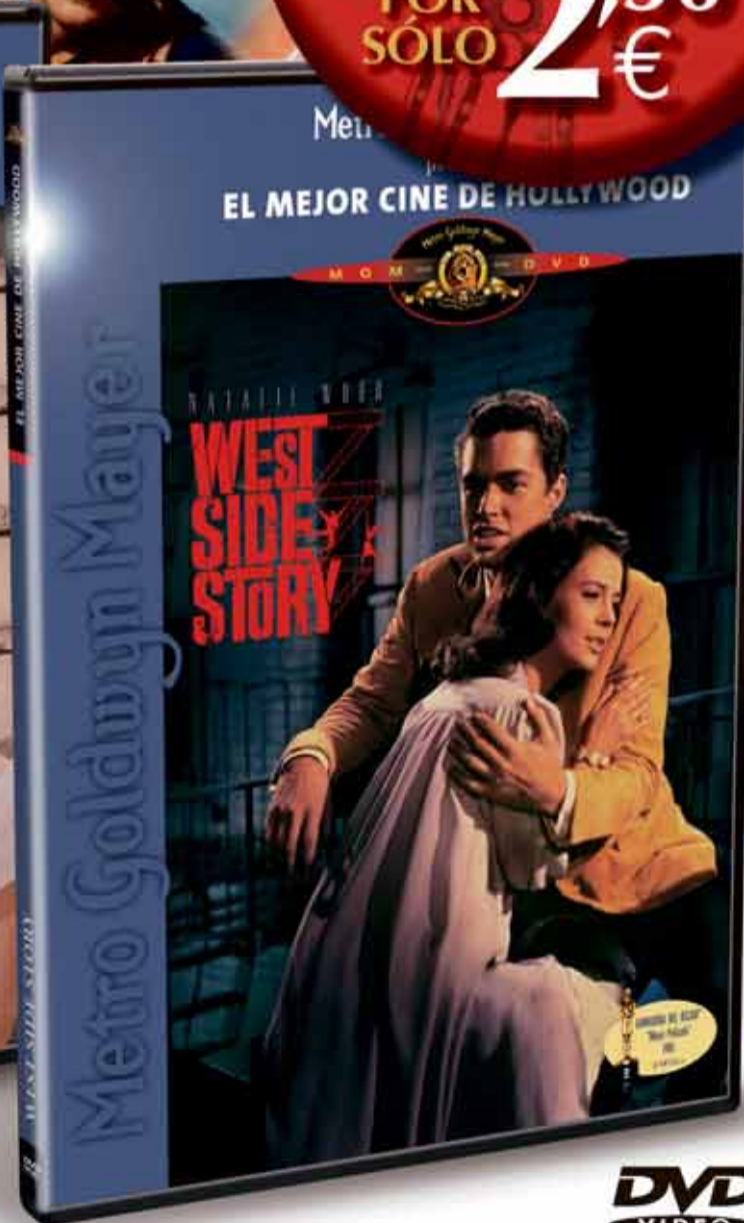
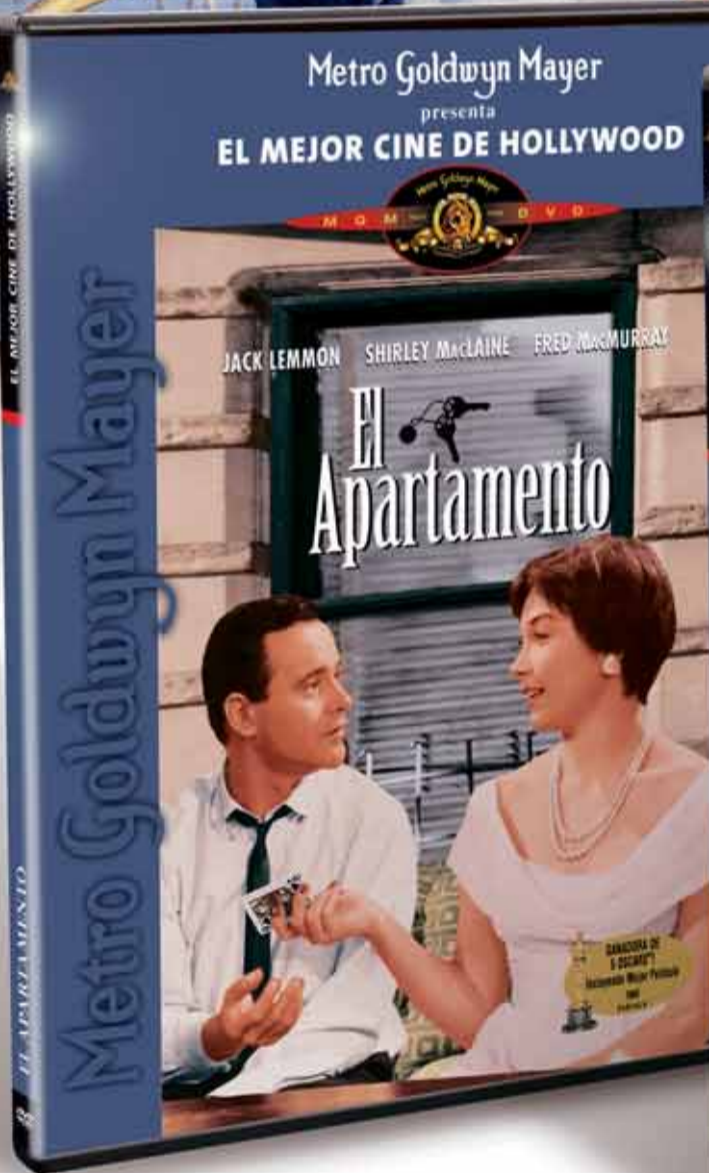
METRO GOLDWYN MAYER Y EL MUNDO PRESENTAN EL MEJOR CINE DE HOLLYWOOD

DOMINGO 12

Primera entrega

2x1

POR SÓLO **2,50 €**



Promoción válida en todo el territorio nacional.

West Side Story Director: Robert Wise y Jerome Robbins

Reparto: Natalie Wood, Richard Beymer, Russ Tamblyn, Rita Moreno y George Chakiris.

Sinopsis: Basada en Romeo y Julieta, de W. Shakespeare, pero adaptada a los tiempos modernos: en Nueva York, dos bandas de jóvenes, los Sharks, puertorriqueños, y los Jets, estadounidenses, son rivales y viven en disputas. El conflicto surge cuando María, hermana del jefe de la pandilla puertorriqueña, Bernardo y Tony un ex miembro de los Jets, se enamoran.

El Apartamento Director: Billy Wilder

Reparto: Jack Lemmon, Shirley Maclaine, Fred MacMurray, Ray Walston Jack Kruschen y David Lewis.

Sinopsis: Baxter es un empleado contable de una empresa de seguros. Ha descubierto la forma de "ascender", que consiste en ceder su apartamento por horas a varios directivos, para que ellos lleven a sus amantes de turno. Tiene que solucionar los pequeños problemas que le ocasionan los usuarios del apartamento y se enamora de la amiga de su jefe. Un día se le presenta un problema difícil de resolver.



CADA SÁBADO Y DOMINGO
UNA NUEVA ENTREGA POR **2,50 €**
ELMUNDO.es

Atención al cliente e información de suscriptores 902 99 99 46
PARA MÁS INFORMACIÓN CONSULTE NUESTRA WEB
www.elmundo.es/promociones



> PERSONAJES ÚNICOS / Juan Tatay

El 'aglutinador' de los 'maqueros' valencianos, y a la vez gran crítico de las redes sociales, triunfa diseminando innovación desde Kanteron Systems con tecnología punta de imagen digital para los sectores de la sanidad y las ciencias de la salud. Por **Adolfo Plasencia**

Redes sociales «sobrevaloradas»

En el gran cuadro que preside la sala donde dialoga con Juan Tatay, un gran rótulo de grandes letras en rojo y negro dice: «Overflow» (algo así como desbordamiento por flujo de información). Nos encontramos en Kanteron Systems, empresa de soluciones de alta tecnología para el sector sanitario, que él dirige y que ha conseguido, primero, el Premio a la empresa innovadora con mayor potencial de crecimiento en la Comunidad Valenciana y, en la fase nacional en Barcelona, ha acabado primer finalista en la competición Emprendedor XXI, tras Ikerchem, del sector químico-farmacéutico, y por delante de la prestigiosa Bubok, una editorial 2.0 de autopublicación de libros.

Juan Tatay es muy activo entre los usuarios del Mac en Valencia, para los que lleva



Juan Tatay, director de Kanteron Systems, en su empresa. / A. P.

«Las webs sociales no ayudan a crear mejores contenidos, sólo son una moda masiva»

años organizando reuniones de usuarios como las que en California realizan los clubs de *alfa-geeks*. «Sí, —dice sonriendo—, en el fondo a los *maqueros* nos sigue gustando reunirnos con los que comparten nuestra minoritaria elección, un poco como malditos incomprendidos». Una de las acusaciones que ha habido en relación a la tecnología Mac ha sido que no se lleva bien con el trabajo de empresa, le digo. «Nuestro trabajo en Kanteron lo desmiente. Aquí desarrollamos aplicaciones y hacemos innovación en servicios con ordenadores Mac, siempre con una filosofía de código

abierto y multiplataforma», responde.

Con alguien con mucha informática y comunicación digital en su día a día, es imposible no tratar la socialización tecnológica. Sobre temas de moda, como la web 2.0, la web social o las redes sociales, Juan confiesa que «aunque participo en casi todos ellos, para mí son temas demasiado sobrevalorados, sobre todo por los medios, y creo que ahora es realmente una moda masiva». «Hablamos de *internet fashion victims*, víctimas de las modas de internet.

Twitter, Facebook, incluso Flickr, son sitios para contar lo que ya podías contar o compartir desde tu blog o página personal. Las redes sociales no te ayudan a crear mejores contenidos», apunta. Un punto preocupante para Tatay es que «una gran mayoría de usuarios de redes sociales no sabe, por ejemplo, cosas esenciales como qué significan los RSS o la *neutralidad en la red* y lo que es peor, ni lo saben, ni les importa; la mayoría son parte de una pura sociedad de consumo». Sin embargo, el empresa-

rio reconoce que existen una serie de tecnologías surgidas de este fenómeno, como la suscripción o la agregación de contenidos, que promueven «usos más inteligentes e interesantes de internet». «El poder de la red está fuera de toda duda, sólo hay que usarla para bien», concluye.

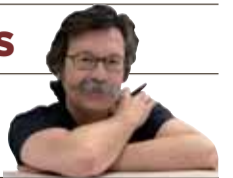
Sobre Kanteron, Tatay la define así: «llevamos libertad a las tecnologías de la información en el ámbito sanitario y de las ciencias de la salud». A su entender, lo más innovador de su caso es el modelo de negocio, y su valor añadido el de desarrollar aplicaciones escaladas y personalizadas, trabajando con estándares y software libre. Su éxito se hace visible, por ejemplo, con el acuerdo de subcontratación al que han llegado con IBM para implementar una solución personalizada y escalada para sus clientes. «Ya estamos operando internacionalmente en Sudamérica,

«En Kanteron desmentimos que la tecnología Mac se lleva mal con las empresas»

compitiendo con multinacionales como Agfa, Philips, Siemens o General Electric». Recientemente han desarrollado Arsor, un pionero sistema de realidad aumentada para quirófanos, y están investigando en otros proyectos de integración de información. «Somos una joven pequeña empresa valenciana, que nació en 2005, pero actuamos en el mercado global. Hemos triplicado la facturación, duplicado la plantilla en el último año; a pesar de la crisis, estamos exportando tecnología, y estamos tratando de gestionar lo mejor posible este crecimiento», destaca el director de Kanteron.

> MATERIA GRIS

Javier López Tazón



Aprovechar el conocimiento

Recuerdo una comida con Sony de hace unos diez años. Ya nos habíamos recuperado sobradamente de la crisis del 92 y estábamos a punto de entrar como caballo desbocado en la de 2000. Sé que era una comida con representantes europeos, pero no logro enfocar el tema concreto. Yo estaba en la misma mesa que la entonces jefa de prensa de la casa y en esa dispersión de temas que se suelen plantear surgió el mantenimiento de la planta de Sony en Cataluña. La contestación, dentro de la diplomacia que requiere un asunto así y máxime con una crisis asomando las orejas en el horizonte cercano, fue que no se había planteado, que no se había oído nada de prescindir de ella y que, por supuesto, seguiría la actividad. Así fue durante otros diez años, hasta ahora. Aunque no creo que sea la crisis económica actual la que haya llevado a Sony a abandonar la producción de televisores en España, sino que obedece a un planteamiento estratégico de mayor calado.

Pero si traigo el fin de la fabricación de televisores de Sony en España a esta columna no es por el cese de la actividad sino por cómo se va a continuar. Parece que la compañía japonesa va a traspasar la planta por un precio simbólico a los grupos familiares catalanes Ficosa y Comsa-Emte. Durante un periodo de transición, las instalaciones de Viladecavalls producirían para Sony —parece que pretende centrarse en el diseño y comercialización y externalizar la fabricación— para ir reconvirtiéndolas en un centro orientado hacia otros sectores en alza: energías renovables y coche eléctrico, que constituyen dos de los sectores que más han aparecido en este espacio. (Y lo que te rondaré).

Si la cosa sale bien, sería un buen modelo para replicar. Y hay que pensar que no tiene por qué salir mal. El valor profesional de la planta catalana es altísimo: en torno a los dos centenares de ingenieros, mucha materia gris entrenada como para desperdiciarla.

Y ya que estábamos con Sony, no me resisto a trasladarles un reto que han planteado en la Red la filial europea de esta compañía y WWF. El proyecto se llama Open Planet Ideas (www.openplanetideas.com) y no es otra cosa que una incubadora de comunidades *on line* cuyo objetivo es impulsar el desarrollo de aplicaciones tecnológicas medioambientales. Las pro-

El valor profesional de la planta catalana es altísimo: dos centenares de ingenieros

puestas que se presenten serán votadas y seleccionadas por las propias comunidades participantes y un panel formado por expertos de Sony y de WWF y los que se consideren más interesantes y viables serán puestos en marcha.

Sin salir de casa, Telefónica también se apunta a fusionar tecnológicas y medio ambiente y ha organizado unas jornadas para, literalmente, «posicionar a las TIC en el centro de la solución al cambio climático».

Sea quien sea el que tenga la solución, por favor, que no se lo piense mucho más y que la aplique ya. Nos va en ello el Planeta.

javier.lopez@elmundo.es

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

«30.000 millones en innovaciones que ya existen»

Málaga. Al módico precio de 1.786 euros. Mentas brillantes. Caché de oro.

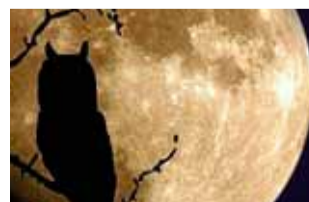
@lunes ¡Madre mía! Cito: «Las empresas europeas pierden 30.000 millones de euros trabajando en innovaciones que ya existen»... *No comments*.

@martes El 24 de septiembre se celebra en Madrid: La noche de los investigadores: los investigadores mostrarán

sus trabajos a los ciudadanos.

@miércoles Jornadas de Innovación Universitaria: 6 y 7 de septiembre en la Universidad Europea de Madrid. Más o menos: ¿qué hemos hecho desde Bolonia?

@jueves El World Economic Forum ha publicado su lista de las 31 *startups* más innovadoras. Me parece que no he visto ninguna española.



@viernes Pregunta @amfumero: Si todos somos innovadores y emprendedores, ¿cuál es el valor añadido de la innovación o del emprendimiento? Sigue en @elmundoinnova

MIL TWITTER

...ESTA SEMANA. La sección recoge mensajes en Twitter sobre innovación, en 140 caracteres. Por **Elena Benito**

@sábado ¿Te sale un competidor pequeño pero grande? Cómpralo. Eso hace Google (la última, la sueca Angstro). Y así, el sueño de todo *emprendedor de la red*.

@domingo El Ser Creativo: I Congreso de Mentas Brillantes. 21-23 octubre,