

A FONDO

Menos ladrillo y más Internet

Antoni Gutiérrez-Rubi

Los ministros de los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) se reunieron en Corea del Sur, el pasado mes de junio, para discutir sobre el futuro de Internet y su papel en la economía global. Bajo el lema de "Convergencia, Creatividad y Confianza", representantes de 42 países, miembros y no miembros de la organización, junto con representantes empresariales, analizaron las fórmulas para promover estos tres valores en el uso global de la red, y suscribieron la Declaración de Seúl sobre el "Futuro de la Economía de Internet", de imprescindible lectura.

Un foro de Organizaciones de la Sociedad Civil contribuyó, también, a dar a la cita económica otros puntos de vista alternativos y complementarios en un marco de franca cooperación, al tiempo que exigían ser parte de un Comité Consultivo permanente, similar al estatus que ya tienen los sindicatos, por ejemplo. La sociedad civil insistió en el principio de la libertad de expresión, la protección de la privacidad y la transparencia, la capacitación digital de los trabajadores, la promoción del acceso universal al conocimiento, la gobernabilidad democrática de Internet, la promoción de estándares abiertos y la neutralidad de la Red, una revisión del concepto de propiedad intelectual y, finalmente, la defensa de la pluralidad, la inclusión y la diversidad digital.

El encuentro de la OCDE pasó, lamentablemente, bastante desapercibido en los medios de comunicación españoles. Pero sólo dos meses después de aquella reunión, es urgente releer sus recomendaciones para encontrar posibles soluciones estructurales para salir de esta crisis, de la que hemos visto -solamente- la punta del iceberg. Esta crisis es más profunda que lo que per-

La economía de Internet y de la sociedad global puede ofrecer nuevas oportunidades de empleo e impulsar la productividad

cibimos y, como en los gigantes gélidos, sólo es visible el 10%. Pero por debajo de las frías aguas, se sumerge el 90% del hielo restante, desafiante y amenazante, para hacernos chocar contra la dura realidad.

Cada día parece más claro que la lectura exclusiva de los indicadores macro económicos y su evolución, como mecanismo de análisis para comprender la situación actual, no nos permitirá entender lo que está pasando realmente y podríamos alejarnos del diagnóstico acertado, que no es otro que el colapso de un modelo global que muestra síntomas de agotamiento con devastadoras

consecuencias para la mayoría de la humanidad, y amenazas muy serias sobre la estabilidad y la seguridad mundiales. Cada vez hay más lúcidas voces, desde las principales corporaciones, que reclaman la urgente e inaplazable necesidad de corregir el rumbo de la economía internacional con cambios profundos en la gobernabilidad de la globalización y en el actual modelo de desarrollo, con su dependencia crítica y suicida de las energías derivadas del petróleo. No se trata de filantropía ni de RSE, estamos hablando de pura necesidad y urgencia.

global de una manera rápida y universal. Anima a los países a adoptar normas y estándares comunes que faciliten la convergencia y mejoren los servicios. Y contempla la introducción por etapas de un nuevo protocolo de Internet (IPv6) y un mayor celo en la protección de datos privados y de la propiedad intelectual.

Las TIC serán determinante para la renovación y reactivación de las economías post industriales. A su vez, será la única opción para las naciones (continentes enteros) que, marginadas del desarrollo en el si-



Los países de la OCDE debatieron recientemente en Corea del Sur sobre el futuro de internet.

pero volvamos a Seúl. Los ministros cerraron la reunión con una declaración conjunta, una hoja de ruta para superar los retos globales, como la recesión económica, los altos precios de los combustibles, el cambio climático y el envejecimiento de la población. Y volvieron sus ojos a la economía digital y del conocimiento como la verdadera economía del futuro. El documento comparte la visión de que la economía de Internet puede ofrecer nuevas oportunidades de empleo e impulsar la productividad y ofrece recomendaciones que deberían tomarse en consideración. Asimismo constata que es imprescindible promover la información de la sociedad

glo XX, puedan "conectarse" con la esperanza y el progreso a partir de las nuevas tecnologías. El futuro de África, por ejemplo, pasa por Internet y las telecomunicaciones. India ya muestra el camino. Llegar al siglo XXI sin pasar por el proceso de industrialización del XX, ésa es la fórmula. La proliferación de call centers, sistemas mantenimiento y reparación de redes online y servicios de gestión de datos globales significan una oportunidad para las débiles economías del mundo. Quizás la única para atrapar el futuro.

En nuestro entorno inmediato, Internet se presenta, también, como la alternativa y la solución en una sociedad donde el acce-

so y el consumo digital superan porcentajes que no paran de crecer. Encontramos empresas que ofrecen servicios online más económicos a los consumidores, para puedan ahorrar en sus compras, removiendo las aguas estancadas del consumo; nuevas fórmulas de creación de valor y de intercambio que rompen la ecuación valor=dinero; y una explosión sin precedentes de la información gratuita para el estímulo empresarial del talento y la creatividad de una "Generación Y" que es, a la vez, emprendedora y consumidora.

España puede perder comba si no renueva su mentalidad y su arquitectura empresarial con nuevas estrategias y productos

Se abre paso una renovada concepción del marketing que combina precisión en la satisfacción del deseo y la necesidad; geoestrategia; ubicuidad permanente; sensibilidad emocional y medioambiental; y culturas long tail. Los mercados son conversaciones y la competitividad se nutre de las redes. "Estar en el mercado" pasa ya, inexorablemente, por tener presencia activa y dialogante en Internet. La publicidad convencional languidece y el valor intangible de las marcas ya es el principal activo de las compañías. Fuera de Internet, el desierto y el vacío, aunque no lo vean. Como los espejismos, que nos hacen creer, enajenados o desesperados, lo que no existe. Las empresas I.O., no sobrevivirán en sociedades 2.0.

La crisis se llevará por delante las empaquetadas de lo físico. Grietas digitales y virtuales desmoronarán las más altas torres para crear nuevas fronteras y nuevos gigantes económicos. Sobre los escombros emergerán nuevas empresas y economías. España, preocupada por el acceso digital (imprescindible), puede perder comba -y el ranking que tanto exhiben nuestros gobernantes- si no renueva su mentalidad y arquitectura empresarial con nuevas estrategias, productos y servicios. La organización empresarial debe de adaptarse a esta realidad para sintonizar mejor con sus sociedades-mercados y reorganizar y promocionar sus talentos internos.

Otra vez, comprendemos, bruscamente lo que nunca deberíamos haber olvidado: la creación de valor, como piedra angular de cualquier actividad empresarial. El ladrillo nos ha llenado los bolsillos y nos ha vaciado bastante nuestras cabezas. Despoblados de talento y con el paisaje torturado, descubrimos el ejército de grúas inertes y andamos silenciosos que nos recuerdan que la fiesta, se acabó.

Expansión

Depósito Legal M-15572-1986
ISSN 1576-3323

GRUPO UNIDAD EDITORIAL

PRESIDENTA
CARMEN IGLESIAS

CONSEJERO DELEGADO
ANTONIO FERNÁNDEZ-GALIANO

Director general de publicidad: Alejandro de Vicente

Directores generales: Luis Enríquez (Prensa); Jaime Gutiérrez-Colomer (Audiovisual); Koro Castellano (Internet); Julián Esteban (Operaciones)

Edita: Unidad Editorial, Información Económica S.L.U.

Director gerente: José Jesús López
Director de Publicidad: Pablo Sempere
Director de Marketing: Pedro Iglesias

DIRECTOR GENERAL EDITORIAL
PEDRO J. RAMÍREZ

DIRECTOR
JESÚS MARTÍNEZ DE RIOJA VÁZQUEZ

DIRECTOR DE REDACCIÓN: Iñaki Garay

SUBDIRECTORES: Manuel del Pozo y Martí Saballs

Redactores Jefes: Mayte A. Ayuso, Pilar Cambra, Roberto Casado, Carlos Cuesta, Juan José Garrido, Augusto González-Besada, Francisco Oleo y José Orihuel (Cataluña)
Expansion.com Vicente Lozano **Empresas** Clara Ruiz de Gauna y Marta Fernández **Finanzas/Mercados** Laura García **Economía** Estela S. Mazo **Especiales** María José Gómez-Serranillos **Fotografía** Rafael Martín **Andalucía** Simón Onrubia **Comunidad Valenciana** Julia Brines **Galicia** Abeta Chas **C. Europea** Ramón Rodríguez Lavín **Nueva York** Gemma Martínez **Londres** Roberto Casado

MADRID. 28033. Avenida de San Luis, 25-27, 1.ª planta. Tel. 91 443 50 00. **Expansion.com** 902 99 61 11. BARCELONA. 08017. Avda. Diagonal, 640. Edif. 3-4.ª planta. Tel. 93 227 67 00. Telefax 93 227 67 61. BILBAO. 48013. Camino Capuchinos de Basurto, 2. Tel. 94 473 91 50. Telefax 94 473 91 64. VALENCIA. 46004. Plaza de América, 2, 1.ª planta. Tel. 96 337 93 20. Fax 96 351 81 01. SEVILLA. 41011. República Argentina, 25. 9.ª planta. Tel. 95 499 14 40. Fax 95 427 25 01. VIGO. 36202. López de Neira, 3, 3.ª. Oficina 303. Tel. 986 22 79 33. Telefax 986 43 81 99. BRUSELAS. Bd. Charlemagne, 46. 1000 Bruselas. Tel. (322) 2311932. Fax (322) 2309303. NUEVA YORK. 1330. Avenue of the Americas, 8.ª. New York, NY 10019. Tel. (212) 641 65 96. Fax (212) 641 65 97. LONDRES. Financial Times. Number One Southwark Bridge. London SE1 9HL. Tel. 44 20 78733369. Fax 44 20 78733731.

PUBLICIDAD: JEFE DE PUBLICIDAD: Jaime Sánchez. Tel. 91 443 56 24. **COORDINACIÓN:** Esteban Garrido. Tel. 91 443 52 58. Fax 91 443 56 47. **MADRID:** Avenida de San Luis, 25-27, 1.ª planta. 28033 Madrid. Tel. 91 443 65 12. **BARCELONA** Jefe de Publicidad: Alicia Montegudo. Avda. Diagonal, 640. Edif. 3-4.ª planta. 08017 Barcelona. Tel. 93 227 67 11. Fax 93 227 67 62. **BILBAO:** Juan Luis González Anduiza. Camino Capuchinos de Basurto, 2. 48013 Bilbao. Tel. 94 473 91 02. Fax 94 473 91 56. **VALENCIA:** José Vicente Sánchez Beato. Pasaje Dr. Serra, 1, 2.ª. pta. 5. 46004 Valencia. Tel. 96 351 77 76. Fax 96 351 81 01. **ANDALUCÍA:** Silvia Torres. Avda. República Argentina, 25, 9.ª. B. 41011 Sevilla. Tel. 95 499 14 40. Fax 95 427 25 01. **A CORUÑA:** Miguel Vizu. C/ Juana de Vega, n.º 10 bis -5.ª planta. 15003 A Coruña. Tel. 981 20 85 37. Fax 981 22 84 59. **VIGO:** Manuel Carrera. C/ López de Neira, 3, pl. 3, ofc. 303. 36202 Vigo. Tel. 986 22 91 28. Fax 986 43 81 99. **ZARAGOZA:** Álvaro Cardemil. Avda. Pablo Gargallo, 100. 50006 Zaragoza. Tel. 976 40 50 53.

COMERCIAL: SUSCRIPCIONES Avenida de San Luis, 25-27, 1.ª planta. 28033 Madrid. Tel. 902 99 61 00. Fax 901 022 220. **TELÉFONO PARA EJEMPLARES ATRASADOS** 902 99 99 46 **DISTRIBUYE** Logintegral 2000, S.A.U. Tel. 91 586 43 48

RESÚMENES DE PRENSA. Empresas autorizadas por EXPANSIÓN (artículo 32.1, Ley 23/2006): Acceso, My News, Vocento Media Trader y Factiva.

IMPRIME: RECOPYRINT IMPRESIÓN, S.L. Tel. 91 692 73 20. Fax 91 692 13 74

DIFUSIÓN CONTROLADA POR