

TENDENCIAS CONECTADOS

El tenis con más datos

La asociación de tenis femenino presenta una aplicación que informa del rendimiento en tiempo real de los encuentros. Por **D.J.O**

► **Rendimiento en directo.** Consultar en tiempo real el rendimiento de las tenistas utilizando datos recogidos por ordenador, jugada a jugada, ya es posible gracias a una iniciativa conjunta presentada por la empresa especializada en organización y servicios tecnológicos SAP y de la

Asociación de Tenis Femenino (WTA). Se trata de una revolucionaria tecnología que permitirá a los entrenadores utilizar en el transcurso de los partidos un dispositivo móvil con el que podrán analizar el rendimiento de las atletas en cada una de las bolas disputadas. Según las normas establecidas por la WTA, los entrenadores podrán emplear este nuevo recurso una sola vez a lo largo de cada set aprovechando el momento en el que las jugadoras solicitan la presencia en pista de sus técnicos para discutir aspectos del juego.

► **Diseñado ex profeso.** La aplicación es un desarrollo a medida que la empresa SAP ha realizado *ex profeso* para la WTA y que ya está siendo probada durante la presente temporada por jugadoras y entrenadoras después de los partidos. Actualmente, se utiliza para evaluar su



EL MUNDO

rendimiento de cara a la presentación de futuros encuentros. Para su implantación definitiva durante los partidos, aún habrá que esperar al comienzo de la temporada 2015. «Creemos que la tecnología jugará un papel importante en la modernización de nuestro deporte, al permitirnos dar más a nuestros aficionados sin alterar la

integridad del juego», ha señalado Stacey Allaster, CEO y presidenta de la WTA.

► **Para las necesidades del equipo.** Esta tecnología proporciona a los equipos un análisis del encuentro punto a punto con información sobre las variaciones técnicas que realizan las jugadoras a lo largo de un partido. Una herramienta que ha venido perfeccionándose a lo largo de la presente temporada por expertos en tecnología de la empresa SAP, tal y como detalla la compañía en una nota: «Se ha trabajado estrechamente con entrenadores y jugadoras para identificar cuál es la información esencial para crear una solución de análisis potente con la que optimizar su rendimiento». El resultado final ha dado lugar a una aplicación que permite acceder a datos como la dirección del servicio o la colocación de la bola para ayudar a las jugadoras a afilar su técnica.

> DEBATES & CONTROVERSIAS

La banca tradicional: o digital o condenada a un papel secundario

Con Google al acecho, las entidades se deben renovar con el reto de la regulación en el horizonte. Por **Andrea Pelayo**

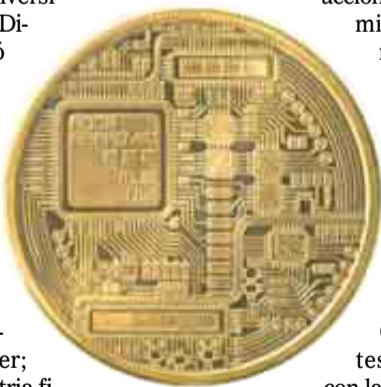
Están a la expectativa y dan pequeños pasos, pero todavía no saben cómo afectará la digitalización a sus negocios. Son entidades financieras y, como en tantos otros sectores, observan con cautela los movimientos de los usuarios mientras intentan adelantarse al futuro. Por el momento tienen claro lo esencial: estamos ante una revolución. Pero no logran ponerse de acuerdo en su alcance ni consecuencias y detractores y partidarios sólo saben que no hay marcha atrás, por lo que habrá que actuar. «Está claro que habrá grandes ganadores y grandes perdedores en el camino», resumía Francesc Fajula, Director de Estrategia Digital para Santander Universidades, en el primer Foro de Digital Finance que organizó ayer Digital Origin y el despacho de abogados Gómez-Acebo&Pombo.

Ayer, se unieron al debate las escuelas de negocio Esade e IESE, encargadas de formar a los directivos del futuro; bancos tradicionales como Caixabank, Banco Mediolanum, Evo o Santander; nuevos actores de la industria financiera digital como la propia organizadora del evento, Digital Origin; y empresas que aparentemente poco tienen que ver con lo financiero, como es el caso de Telefónica. Pero todos tienen un papel que jugar para evitar que, como advirtió Fajula, los bancos puedan convertirse en una *utility*, es decir, en «los grandes mantenedores de infraestructuras».

> Progresión o disrupción

Uno de los mayores desacuerdos del foro de finanzas digitales es sobre qué modelo debe seguir la banca para adaptarse a los nuevos

tiempos. «Conocemos la oficina, el cajero y la banca online pero hay que poner el foco en posibles disrupciones del sector más que en adaptar lo tradicional», opina el profesor de IESE Javier Zamora, quien comentó en el foro que suele preguntarle a los directivos si montarían el banco del mismo modo hoy que lo montaron entonces. «Nuestra actividad y pasado nos puede limitar», comenta el docente y también cofundador de la *start up* InQBarna, quien apunta que debemos tener en el horizonte bancos sociales como Kiva o nuevos actores como Lending Club, líder en Estados Unidos de banca *peer to peer* –préstamos entre particulares– y que cuenta entre sus accionistas a Google. De los 5.000 millones de dólares que ha movido este *player* entre 2007 y 2014, un millón ha sido sólo en el segundo trimestre de 2014. «Están acelerando y su fórmula es la transparencia», señala Zamora.



> La regulación

Otro de los puntos calientes del debate tuvo que ver con la regulación que tendrá que actuar en estas novedades o disrupciones. Según Zamora, «el regulador regula lo que conoce», por lo que este escenario puede descolocar a algunos. Entró en video Bárbara Navarro, directora de política pública y relaciones gubernamentales de Google para el sur de Europa, quien en su breve discurso advirtió sobre la «sobrerregulación del nuevo entorno» en nuestro continente, algo que según esta directiva del buscador «podría mermar nuestra capacidad de competir con países como Estados Unidos o en algunas zonas de Asia».



Marta Plana, cofundadora de Digital Origin, en el I Foro Digital Finance. / JOAN MANUEL BALIELLAS

Y es que mucha regulación no se vinculó en este foro con mayor seguridad. «Necesitamos una regulación que sea mínima y sobretodo máxima transparencia», sostiene la cofundadora de Digital Origin Marta Plana, reflejo del cambio en el foro. Su empresa,

«Google tiene una gran ventaja competitiva por su enorme capacidad de explotar la información de la que disponen»

con sede en Inglaterra y centro de I+D en Barcelona, pone en marcha tecnología financiera inteligente como Québueno.es, que utiliza un algoritmo controlado por 15 personas para conceder créditos inmediatos *online*. «Acabamos de cerrar una ronda de financiación por 15 millones de euros», señala orgullosa de la confianza depositada por un fondo extranjero en la compañía. Digital Origin es el paradigma del cambio financiero hacia la *fintech* ya que para la empresa hay dos elementos clave: la tecnología, que según Plana les permite tener un índice de fraude del 0,001%, y el *big data*, que ayuda a analizar el control de riesgos y préstamos.

> Google, un rival poderoso

Hace unos años, pocos hubiesen imaginado que una de las palabras más mencionadas durante un debate sobre finanzas fuese Google. Y es que el megabusador ya es mucho más que eso y está apostando también por acaparar algunos de los servicios que ofrecen actualmente los bancos. En Estados Unidos, tiene en marcha la progresivamente mejorada Google Wallet, a través de la que los usuarios pueden efectuar pagos, transferir o recibir dinero mientras en Europa cuenta con una licencia bancaria. «Nuestro gran competidor es Google porque es monopolista por defecto y cuando entra en un sector arrasa», cree Fajula, quien considera que la compañía tecnológica tiene una gran ventaja competitiva: «tienen un gran conocimiento y una enorme capacidad de explotación de la información». Sin embargo, el directivo del Santander matiza: «Las entidades financieras también tienen mucha información pero su modelo no se ha basado en explotarla».

> Nuevas relaciones

El poder que empresas como Google o Facebook –que también busca licencias bancarias– podrían adquirir en materia financiera no puede desligarse del descrédito de la banca tradicional, especialmente evidente entre los más jóvenes, los *millennials*, que no

EN ARCHIVO LAS CLAVES

Climate-KIC

Expertos europeos alertan del incremento de térmico y defienden el uso de tecnologías limpias para la descarbonización.

► **Descarbonización.** Expertos europeos en cambio climático exigieron ayer políticas locales, regionales y estatales de impulso de las energías renovables con el fin de *descarbonizar* las economías actuales en el Festival de la Innovación de Climate-KIC, la mayor iniciativa europea de promoción de la

economía *verde*, que se celebra estos días en Valencia. Sólo este año 2014, el Climate-KIC ha generado una veintena de nuevos productos y ha creado 250 empleos. En cuanto a su acelerador empresarial, hasta la actualidad se han incubado más de 300 ideas de negocio vinculadas al cambio climático.

► **Hacia la COP 21.** El primer debate se centró en el camino hacia la cumbre mundial COP 21 sobre cambio climático que tendrá lugar a finales de 2015 en París, donde los líderes mundiales deberían llegar a un acuerdo internacional que sustituya al Protocolo de Kyoto de reducción de emisiones de CO2 y que entraría en vigor en 2020. El profesor Hans Joachim Schellnhuber, fundador del Postdam Institute for Climate Impact Research (PIK) y asesor de Angela Merkel en cambio climático, destacó que se están registrando



EL MUNDO

«cifras récord» de incremento térmico. Además, una de las «principales metas es que todas las economías avancen hacia el objetivo de *cero emisiones* y para ello deben contribuir todos los sectores en cada ciudad y en cada país, sin olvidar los nuevos retos ambientales que surgen en la emergente China».

► **Premiar la innovación.** Durante la jornada de hoy se anunciarán los tres ganadores de la Venture Competition, que tiene la misión de transformar las ideas de los emprendedores en éxitos comerciales. Un total de 18 *startups* europeas de tecnologías limpias han llegado hasta la final. Entre ellas se encuentra una española, la firma valenciana Clozca, que ha ideado un casco de fácil y rápido plegado, con el fin de ocupar el mínimo espacio en el bolso de mano o mochila. En el evento también se anunciarán los vencedores de Clean Launchpad, la mayor competición de Europa en ideas sobre cambio climático. El ganador recibirá 10.000 euros de premio y entrará directamente en el Climate-KIC Accelerator, la aceleradora más grande del mundo en este campo. Los finalistas españoles son Evovelo, Aeroy y Solaraysenergy.



sólo son nativos digitales. «Lo digital puede aliviar ciertas limitaciones de los bancos», sostiene el profesor de finanzas de Esade Joan Massons, quien está convencido de que «la digitalización puede estrechar la relación y se debe cambiar la actitud de bancos y empresas para que la relación no se limite a pedir dinero y la información sea constante y detallada».

> El giro de las oficinas

Dentro de esas nuevas relaciones, se cuestiona desde hace tiempo el papel de las oficinas. «Llevamos años oyendo hablar de su desaparición», acordaron los ponentes. Y si bien todavía existen, Carlos Tuquets, presidente del Banco Mediolanum, se encargó de aportar la dosis de realidad tras mostrar cifras de cierres de oficinas –en los últimos cinco años las entidades han cerrado 12.354 sucursales en España, el 26,8% de la red a razón de siete oficinas cerradas por día desde el estallido de la crisis– y afirmar que son «un modelo caduco» que se le asemeja al de las cabinas telefónicas. «En el futuro nadie irá a las oficinas para

«En el futuro nadie irá a las sucursales para trámites administrativos pero sí para buscar asesoramiento»

trámites administrativos pero sí para buscar asesoramiento», indica alguien que está convencido de que, además, el crecimiento de las instituciones se producirá con instrumentos fuera de lo tradicional, como el capital riesgo o el *direct lending*.

Fue el primer encuentro de finanzas digitales y prometieron que no sería el último. Por lo animado del debate –a ratos incluso acalorado–, la cuestión, lejos de la unanimidad, da para muchas jornadas más con el *social lending*, el *big data* y las monedas digitales –como Bitcoin– siempre en el horizonte.



Mesa de debate en el foro. / EL MUNDO

+INFO TRADICIÓN VS NOVEDAD

«Cuando hablamos de banca digital lo hacemos en términos de enfrentamiento pero no es verdad, son mundos complementarios». Así de rotundo se muestra Ignacio Redondo, director ejecutivo de la Asesoría Jurídica de CaixaBanc, quien en el I foro Digital Finance dio datos de su propia compañía para sostener su argumento. «Tenemos diez millones de clientes de línea abierta y el 5% de la venta de productos financieros se hace ya desde el móvil», detalló alguien que cree que «no son negocios distintos». Sin embargo, Redondo reconoce que a menudo «lo digital parece jugar con reglas distintas». El abogado de Caixabank opina que «la regulación debe ser la menos posible pero igual para todos». De novedades y regulaciones también habló Francesc Fajula, de Santander, invitado de última hora al evento que sin embargo fue aplaudido con entusiasmo al incorporar en su discurso las últimas novedades de actores que hasta ahora nada tenían que ver con el mundo financiero. «Donde empieza la competencia sería en los pagos sobre todo en plataformas móviles» con empresas como Telegram, que ya tiene una plataforma transaccional. «No es ciencia ficción y cuando Facebook compró Whatsapp esto también venía en el precio», advirtió.

> LABORATORIO 'MADE IN SPAIN'

Ainhoa Goñi



Pócimas y magia

Es spada en mano, surco los angostos pasadizos a oscuras. Miro las sombras que se mueven a mi alrededor, buscándome ansiosas, queriendo contarme historias que yo no quiero escuchar.

Me asomo por última vez y decido que es el momento, avanzo dos pasos y dejo que el ruido de mis botas alerte al

enemigo. Las sombras se acercan, como hologramas de mil colores. Los atravieso mientras ando, sin querer, sin pretenderlo, pero no consiguen tocarme ¿Tras años de lucha tal vez estoy inmunizada?

Estoy inmunizada, ahora lo veo claro, porque ninguna logra alcanzarme, no he escuchado ninguna historia que ellas querían contarme, no he sucumbido a sus cantos de sirena. Acostumbrada a recibir luces, voces y colores que no me interesan, los anuncios que me invaden ya no me llenan. Fruto de la costumbre, nada es capaz de sorprenderme.

Pero a veces creo que cambiando algunos detalles, como el soporte, o encontrasen el momento oportuno, podrían lograrlo.

Hoy hemos firmado la paz, y los hasta ahora enemigos me han dicho que podremos compartir el espacio, que no seré invadida.

Todo ello podría alcanzarse gracias al proyecto ADAPTA que coordina Indra, y que busca que la publicidad se

adapte al público objetivo. Así puede que consigan que no cambiemos de canal en los anuncios o que huyamos de cualquier cosa que suene a publicidad.

El equipo de ADAPTA trabaja para que el anuncio «encuentre» a la persona que quiere ser encontrada, al que le interesa, ya sea por edad o por gustos.

Trabajan para desarrollar dos mensajeros: hologramas y robots con los que poder interactuar. En el segundo caso, además, esperan lograr un software que detecte los sentimientos de las personas con las que se «relacionan».

Así, cada persona podrá ver los anuncios que le interesan, sin sentirse invadidos por cientos de mensajes. Las empresas captarán a un público objetivo muy receptivo, y nosotros recibiremos la información que buscamos.

Llego a la mesa, los caballeros me esperan, Arturo, levantando su espada, celebra otra batalla ganada, otro enemigo noqueado y otra libertad conquistada ¿Hasta cuándo?

Estaremos esperando.