

ENSALADAS

El rincón innovador

César Núñez. cesar@addoor.net

addoor
red publicitaria vanguardista



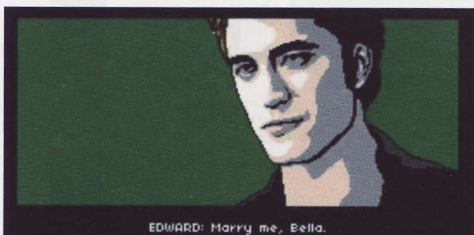
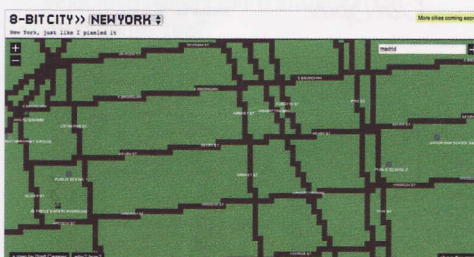
COMPRANDO TUENTI: LOS PROYECTOS "A LA AMERICANA" SON FACTIBLES EN ESPAÑA

LOS 8 BITS ESTÁN DE MODA

Y siempre lo estarán gracias al recuerdo de todas esas noches jugando a la NES o la Sega Master System (entre otras). Existen dos proyectos que pretenden reivindicar la estética pixelada que tanto nos enganchó en los 80 y los 90. Por un lado el site

<http://8bitcity.com>, donde encontramos los mapas de ciudades como Londres, Berlín y Nueva York (en la foto) desarrollados al más puro estilo de los 8 bits. Brett Camper, su autor, está trabajando en nuevas ciudades, así que pronto quizás veamos Madrid como si de un mapa del Zelda se tratase.

Y si con esto no es suficiente, podemos jugar a la versión 8 bits del juego de la saga Crepúsculo, desarrollado al más puro estilo 'elige tu propia aventura' y al que se puede jugar a través de vídeos interactivos.



Para los amantes de los 8 bits

Un mes tras la compra de Tuenti por Telefónica, la voy a analizar por lo innovador que es el esquema: "Una mega empresa internacional (con sede en España) compra proyecto tecnológico español".

Seguí mucho a Tuenti en sus inicios. Estuve en un par de largas reuniones en 2007 en su sede de la calle Barquillo, cuando no llegaban a 10 personas, negociando para que Addoor vendiera sus espacios publicitarios. En una fase temprana barajaron la posibilidad de monetizar su elevado número de usuarios, pero al final, posiblemente por el peso de la decisión del estadounidense Zaryn (su actual CEO), decidieron llevar el proyecto "a la americana": Priorizar al principio la calidad del producto y dejar la monetización para etapas más posteriores. Ya sabemos: a < cantidad de publicidad + usuarios. Pero como hay que monetizar, el secreto está en no sobrecargar y poner publicidad relevante para los usuarios (para lo cual necesitamos a las cookies. Cosa que parece que entienden más los usuarios que los legisladores europeos; pero en fin, si todos hacemos presión a lo mejor lo pueden hasta cambiar...).

En España es raro que un proyecto "a la americana" triunfe. Faltan, entre otras cosas, tamaño del mercado y estructuras de inversión (fiscales y de mentalidad como para que compense el intentar ese "doble o nada" de los proyectos americanos). En ellos, si fracasas ganas experiencia, y si funcionas creas riqueza para compensar anteriores fracasos "y más". Uno de los proyectos que he seguido, pero que se han quedado por el camino, ha sido Mobuzz. El caso Tuenti demuestra que, a pesar del general clima de desinterés por los negocios que hay en España (donde, en comparación con otros europeos, somos muy laboriosos y "manos a la obra", pero por ahora no nos gustan las cosas profundas, complicadas o que haya que planificarlas a largo), se pueden

hacer proyectos "a la americana". Aunque ahora será más difícil con el lento periodo de recuperación que nos espera. Un proyecto centrado en España sólo se lo puedes vender a una multinacional española, pues a las otras no les interesa un mercado que estará anémico durante años. Eso baja el precio de los proyectos, pero queda el consuelo de que los beneficios que generarán esas multinacionales con esos proyectos (si los generan) se quedarán en España (la mayoría de las empresas extranjeras pagan el impuesto por los beneficios logrados en su país de origen). Si a esto le sumamos las malas políticas de innovación de las administraciones, el panorama es poco halagüeño. Por ejemplo, este verano se acaban de aprobar en España las normativas más restrictivas del mundo para tests genéticos "hasta que se regule el tema y se estudie en profundidad". Se frenan de esta manera proyectos que generaban trabajo entre investigadores genéticos, dejando que otros países nos adelanten.

Pero es mejor que miremos a lo positivo. Pensemos que lo natural es que los políticos administren bien y que volverán a hacerlo. Es verdad que en España tenemos poca movilidad laboral y que las Universidades están desconectadas de la demanda laboral, pero también es cierto que la crisis está aumentando nuestra movilidad (a veces incluso saliendo a trabajar fuera de España), que la inversión de la pirámide poblacional y la falta de alumnos están aguzando la competitividad universitaria y que nuestro clima (a ver cuánto dura con el cambio climático) y nuestro alegre modo de vida atrae a joven talento extranjero. Es un lujo que tipos como Zaryn o Félix (español) hayan capitaneado Tuenti. Espero que vuelvan a crear riqueza y que la traspasen de nuevo a otra empresa española, para que cojamos ritmo, nos apoyemos entre nosotros y salgamos de la anemia.