

**Emprendedores** LAS HERMANAS ELENA Y ANA ZARRANZ SÁNCHEZ FORMAN **SPANISH AND SISTERS**. EL NOMBRE SE DEBE A QUE COMENZARON A VENDER SUS PRODUCTOS EN EL MERCADO LONDINENSE DE PORTOBELLO. DISEÑAN JOYAS, CINTURONES Y BOLSOS Y DESDE HACE UNA SEMANA COMERCIAN CON WEB EN INTERNET PÁG. 8



DIARIO DE NAVARRA  
DOMINGO,  
1 DE MAYO  
DE 2011

# dinero y empleo

## Navarra, segunda comunidad en libertad económica

SEGÚN CONCLUYE UN ESTUDIO QUE HA SIDO PROMOVIDO POR EL 'THINK TANK' CIVISMO

El jueves se presentará en Pamplona de la mano de Miguel Sanz. El "think tank" Civismo que dirige Julio Pomés ha promovido el análisis, y se ha ocupado de la edición del libro, de 'Libertad Económica en España 2011'. Según los datos del equipo comandado por el catedrático Francisco Cabrillo, Navarra es la segunda comunidad española con mayor libertad económica. La clasificación la encabeza Madrid y la cierra Extremadura. Uno de los elementos esenciales es constatar la intensidad del doble papel que juega el sector público como suministrador de bienes y en su tarea de regulador de normas sobre las actividades económicas. Educación y Sanidad contribuyen a colocar a Navarra en un lugar muy destacado de la clasificación general. PÁG. 3



Desayunos Foro Europeo-Diario de Navarra

## Eugenio de Andrés y los nuevos retos de la web social 2.0

LA RADIO NECESITÓ DE 38 AÑOS PARA CONTAR CON UNA AUDIENCIA DE 50 MILLONES DE PERSONAS. A TWITTER LE HA BASTADO CON 2 AÑOS PÁG. 2



Eugenio de Andrés Rivero, de Foro Europeo./BUXENS TORRECILLA.

Ofertas de empleo

## La oferta de empleo público de Navarra

LAS CONVOCATORIAS DE LAS PLAZAS PLAZOS Y REQUISITOS PARA PRESENTAR LAS SOLICITUDES PÁG. 4-5



De izquierda a derecha, Lourdes Paz, directora del departamento de recursos humanos del Grupo la Información, Natalia Urdiáin, directora del Área de Postgrado de Foro Europeo, José Antonio Ascarza, Director de Human Navarra, Eugenio De Andrés, profesor de Foro Europeo y socio de Tatum, Isabel Larión, Responsable de Documentación y Web Institución Futuro, Marian García, directora de comunicación de Foro Europeo. En la fila de atrás, José Javier Olloqui, director de Institución Futuro, Ana Isabel Eguillor, Plant Manager Kraft Europe, Miguel Iribertegui, socio Fundador Mii Consultor, Sussy García, profesora de Recursos Humanos de Foro Europeo y Coach, José Ramón Lacosta, Presidente de Foro Europeo, Vicky García, Socia-Consultora de Crecento, José Manuel Izcue, Director General de Izcue y Asociados, e Ignacio Ugalde, director de Recursos Humanos de Fagor Ederlan Tafalla. /EDUARDO BUXENS/KOLDO TORRECILLAS

# La revolución 2.0 que llegó para quedarse en la empresas

## UN EXPERTO ANALIZÓ LA WEB SOCIAL EN LOS DESAYUNOS FORO EUROPEO-DIARIO DE NAVARRA

**RUBÉN ELIZARI**  
PAMPLONA

Los biólogos norteamericanos comprobaron que dos especies de aves, los petirrojos y los alionines habían desarrollado de manera espectacular su aparato digestivo en los últimos años. La razón se encontraba en que estos pájaros conseguían muchos más nutrientes bebiendo de las botellas de leche que los repartidores dejaban en el rellano de las casas. Después de la II Guerra Mundial, los fabricantes de lácteos comenzaron a utilizar tapones de aluminio para

impedir que los pájaros se bebiaran la leche. Ambas especies aprendieron a perforar el tapón con sus picos. Sin embargo, los petirrojos estuvieron al borde de la extinción mientras que la otra población de aves, los alionines, aumentó. ¿Cuál es la diferencia? Los pájaros petirrojos que averiguaban cómo perforar el tapón de la botella no compartían su conocimiento con los de su misma especie, en cambio, los alionines que aprendían a perforar el tapón sí que lo hacían.

Con este sencillo ejemplo Eu-

genio de Andrés Rivero (Madrid, 5 de febrero de 1972), profesor de gestión del talento de Foro Europeo y socio director de Tatum, consultora especializada en el desarrollo comercial, puso encima de la mesa uno de los cambios que según explicó se han dado en muy pocas ocasiones en la humanidad. Las redes 2.0. "Hemos pasado del monólogo al diálogo. Hemos pasado de hablar a unos pocos, a hablar para todos", señaló.

Durante los desayunos Foro Europeo-Diario de Navarra, Eugenio de Andrés profundizó en

las repercusiones que estas nuevas herramientas nacidas en un ámbito informal tienen en el mundo empresarial.

En este nuevo contexto las empresas ya no son dueñas de sus marcas. Como ejemplo relató el caso de Gap, una marca de ropa que decidió cambiar su logotipo con todo lo que conlleva (cambio de rótulos en todas sus franquicias, cambio de etiquetado...). Cuando la nueva imagen llegó al mercado, los clientes desaprobaban el cambio. Argumentaban que tendrían que renovar toda su ropa para no lucir el antiguo logotipo o incluso que la nueva imagen había dejado de representarles. La marca tuvo que dar marcha atrás en su decisión.

### Ser transparentes

La transparencia en este nuevo

**“La web 2.0 es uno de los cambios que se ve pocas veces en la historia de la humanidad”**

contexto competitivo ya no es una decisión estratégica ni una opción. Para De Andrés se convierte en toda una obligación: “Un día el hijo de un empleado de la empresa Boeing pintó durante un vuelo un dibujo de un avión. Para el padre era un gran dibujo, por eso, lo mandó al departamento de marketing de su compañía por si querían darle algún uso en alguna campaña. La respuesta que obtuvo fue que no aceptaban ideas que previamente no las hubieran pedido. El empleado, quejoso, publicó lo sucedido en un blog. Al final... tuvo que ser el mismo presidente de Boeing el que saliera a pedir públicamente disculpas por lo sucedido”.

La proliferación de nuevas tecnologías no sólo ha supuesto cambios en el comportamiento de las organizaciones sino también en la aparición de nuevas necesidades que han originado nuevos oficios: “De las 10 profesiones más demandadas en 2010, en 2004 no existían 8”, señaló Eugenio De Andrés.

La extraordinaria velocidad de los cambios no debe, en palabras de este experto, producir miedo: “La web social va de personas, no de tecnologías. La radio tardó 38 años en tener una audiencia de 50 millones de personas; a la televisión le costó hacer lo mismo 13 años; a Internet, 4 años, al Iphone, 3 y a Twitter, 2. Estamos al principio de algo que no sabemos dónde va a llegar. Jean Paul Sartre imaginaba el infierno como una habitación de hotel de cinco estrellas. Para entrar había dos colas, los que no elegían su habitación, y estaban condenados a pasar el resto de la eternidad con personas con las que se llevaban mal y los que elegían las habitaciones y sus acompañantes. Por la habitación de las redes sociales vamos a tener que pasar todos. La cuestión es elegir cómo entramos, si cuando queremos o cuando nos lo impongan”.



Eugenio De Andrés./BUXENS/TORRECILLA

**EUGENIO DE ANDRÉS RIVERO** PROFESOR DE FORO EUROPEO

## “Las empresas deberían invertir todos los años en despidos”

Ingeniero Superior en Informática de Sistemas, bromea diciendo que esa enfermedad ya se le pasó. En 1995 emprendió y fundó varias empresas en el ámbito de Internet como Net Point, Publired y Magic Software. Una de sus especialidades es el desarrollo directivo. En 2008 publicó el libro *Basuketuburu* (significa baloncesto en japonés) junto al redactor de Marca Eduardo Schell, donde analiza la selección española de baloncesto y

traslada las claves de su éxito al mundo de la empresa.

### ¿De qué habla este libro?

La selección acababa de ganar el mundial de Japón. Entrevistamos a toda la selección española, a la Federación y a Lolo Sáinz, que fue quien sentó las bases del nuevo modelo de la selección. Hay valores de los que está prácticamente prohibido hablar en la empresa como disciplina, compromiso, ilusión, rigor o esfuerzo. En la empresa sólo se puede hablar de ellos

muy bajito. Cuando Sáinz tomó las riendas de la selección comenzó sentando las filosofías del equipo. “Juega siempre por el nombre que llevas en el pecho, nunca por el que llevas en la espalda. Si juegas por el nombre que llevas en el pecho el equipo jugará para ti”, decía. Quedaron segundos en el Europeo de París.

### ¿Esto sería posible en la empresa?

Hace falta que la alta dirección quiera. ¿Cómo cambias en una

organización donde los directivos no creen en estos valores? Yéndote. Los buenos profesionales no pueden estar en las malas empresas. Sólo cambiarán las empresas cuando los buenos se vayan. Hace poco publiqué un post que defendía que las empresas deberían invertir todos los años en despidos. Recibí muchas críticas. Con esto quería decir que las empresas deben premiar a los buenos y penalizar a los malos profesionales. Si esto no sucede, los buenos profesionales reproducen el comportamiento de los malos. ¿Por qué esforzarse? Se preguntan. Así, se pone en riesgo la supervivencia de la empresa. En mi opinión, hay que pasar del valor a comportamientos concretos.