



Es tiempo de Management

MABS2015 
MANAGEMENT & BUSINESS SUMMIT

17-18 junio • Madrid

Management

Conscientes del panorama socio-económico actual que vive España y el resto de Europa, Atresmedia, a través de Atresbusiness, organiza el Management & Business Summit 2015. Un evento de dos jornadas que será una cita clave para directivos que buscan una nueva forma de hacer negocios y gestionar equipos.

Qué es el Management & Business Summit

El MABS 2015 es una propuesta para activar el crecimiento empresarial. Dirigido a todos aquellos que toman decisiones de gestión en el día a día, es un evento para las personas que ocupan cargos de responsabilidad en todo tipo de empresas.

- **Nuevas claves para tu negocio.**
- **Mejora como líder.**
- **Incorpora y genera ideas.**
- **Encuentra referentes para la motivación.**
- **Anticípate a los acontecimientos.**
- **Comparte experiencias profesionales.**
- **Toma las decisiones adecuadas.**
- **Amplía las redes profesionales de contacto.**

Dos días para sacar el máximo partido.





A través de las experiencias **de líderes y referentes mundiales**

En su primera edición, el Management & Business Summit 2015 será una cita obligada para dirigentes y ejecutivos que apuesten por una nueva gestión empresarial. Este evento de dos jornadas ayudará a aprovechar todo el potencial directivo y el de las nuevas oportunidades que ofrece la actual situación socio-económica.

El Management & Business Summit 2015 contará con los ponentes que promueven las ideas más vanguardistas en cuanto a la gestión empresarial y los negocios, avalados por una extensa experiencia profesional a nivel mundial en diferentes sectores económicos. Liderazgo y Orden Mundial, la Unión Europea en la Economía Global y la Política Internacional son los temas que permiten adquirir una visión global de la actualidad y anticipar los próximos acontecimientos. La gestión empresarial se potencia con temas como La Estrategia y Ejecución Efectiva, La Creatividad para una cultura innovadora, Las Personas y Psicología Positiva o El Marketing e Innovación en Comunicación y Redes Sociales; así como la visión más personal, a través de experiencias vitales de emprendedores y auténticos representantes del éxito. Estos son los temas que encontrarán los asistentes a este congreso.

**Es tiempo de Management.
Es hora de motivar a los directivos
del presente y futuro español.**

Agenda

17 y 18 de junio de 2015
Palacio Municipal de Congresos
Campo de las Naciones, Madrid

Horario: De 9.30 a 18.30h.

Recepción de asistentes desde las 8.00h.

Inauguración por parte del Consejero Delegado de Atresmedia D. Silvio González.

Miércoles 17 de junio

- | | |
|------------------|---|
| 9.30 a 10.30 h. | Gordon Brown
Nuestro mundo hoy y mañana |
| 10.30 a 11.30 h. | Bill Richardson
Política Internacional |
| 11.30 a 12.10 h. | Coffee break |
| 12.10 a 13.15 h. | José Manuel Durão Barroso
Presente y futuro de la Unión Europea |
| 13.15 a 14.15 h. | Pau Garcia-Milà
El intraemprendedor: de la idea a la acción |
| 14.15 a 15.45 h. | Pausa/Descanso |
| 15.45 a 17.00 h. | Juan Verde
Innovación y estrategia en comunicación |
| 17.00 a 17.30 h. | Coffee break |
| 17.30 a 18.30 h. | Richard Gerver
Creatividad para una cultura innovadora
(Conexión en Videoconferencia con Sir Ken Robinson) |

Jueves 18 de junio

- | | |
|------------------|---|
| 9.30 a 10.30 h. | Ram Charan
Estrategia y ejecución efectiva |
| 10.30 a 11.30 h. | David Muñoz
Emprendimiento. Una experiencia vital |
| 11.30 a 12.10 h. | Coffee break |
| 12.10 a 13.15 h. | Pau Gasol
Motivación y liderazgo |
| 13.15 a 14.15 h. | Rahaf Harfoush
Marketing en la sociedad de la información |
| 14.15 a 15.45 h. | Pausa/Descanso |
| 15.45 a 16.10 h. | Estrategia digital
Olga San Jacinto, Sarah Harmon
y Enrique Burgos |
| 16.10 a 17.10 h. | Carlos Barrabés
E-Business. El futuro como estrategia |
| 17.10 a 17.30 h. | Coffee break |
| 17.30 a 18.30 h. | Tal Ben-Shahar
Personas. Psicología positiva |

Arranca el MABS 2015, que se celebra hoy y mañana en Madrid,
organizado por ATRESMEDIA

Silvio González y Gordon Brown inauguran el Management & Business Summit



El consejero delegado de ATRESMEDIA ha enmarcado este foro como un “añadido natural” de la “vocación por el compromiso social” del Grupo: “Este foro nos va a permitir conocer experiencias muy distintas, tener nuevas perspectivas de lo que pasa en el mundo”. “Después de estos dos días habremos aprendido cosas que nos permitirán enfrentarnos a nuevos retos con la seguridad de que lo que viene será mejor”.

El exprimer ministro británico ha asegurado: “Todos dependemos de los demás, lo que sucede en un continente afecta a todos los demás”. “Tras una primera revolución en la que la mayoría de la producción va a venir de Latinoamérica, Asia y África, vendrá una segunda revolución en el consumidor, que estará protagonizada por la clase media mundial”, ha dicho Brown

"Innovación, Educación y estimulación empresarial" serán las claves y retos del futuro, según Brown

"España y toda la Península Ibérica tienen una posición privilegiada para mirar hacia afuera, hacia el resto del mundo"

"Necesitamos coordinación global, tenemos que reformar las instituciones globales; los problemas no los puede resolver solo un país, necesitamos aprender a cooperar"

El Palacio Municipal de Congresos de Madrid acoge el evento para directivos y empresarios más completo de España

Madrid, 17 de junio de 2015

El consejero delegado de ATRESMEDIA, Silvio González, ha dado la bienvenida esta mañana al ex primer ministro británico Gordon Brown, que ha inaugurado el **Management & Business Summit 2015**, el primer gran encuentro de directivos y líderes mundiales que se celebra en Madrid, organizado por **ATRESMEDIA**, que conduce la presentadora de ANTENA 3 NOTICIAS, Mónica Carrillo. En un momento crucial para el futuro de España y del mundo, ATRESMEDIA da un paso adelante y propone a los directivos españoles un foro de reflexión en el que grandes expertos darán las claves para la gestión y la toma de decisiones.

Silvio González ha comenzado su intervención dando la *"bienvenida en nombre Atresmedia, el principal grupo de comunicación del país"* y destacando el *"gran compromiso social"* de Atresmedia, donde ha destacado campañas como Ponle Freno y Crea Cultura. ***"Lo que hoy arranca es un añadido natural a la visión de Atresmedia, a su vocación de compromiso social"***, ha manifestado.

En la línea de retos futuros y las oportunidades que pueden extraerse de este encuentro con líderes internacionales, González ha asegurado que nos permitirá *"abrirnos a nuevas formas de pensar en el mundo... las nuevas circunstancias nos obligan a ser más esponjas, a intentar nutrirnos de situaciones y personas distintas de las que forman nuestros círculos de confianza. Este foro nos va a permitir eso, conocer experiencias muy distintas, tener una perspectiva de lo que pasa en el mundo. En definitiva, volver a aprender, a aprender de estas"*

personas que tienen una experiencia y visiones amplias que estoy seguro que nos enriquecerán. Después de estos dos días habremos aprendido cosas que nos permitirán enfrentarnos a nuevos retos con la seguridad de que lo que viene será mejor y podremos enfrentarnos a ello. Deseo que al cabo de estos dos días nos vayamos con conocimientos que antes no teníamos y que nos enriquecerán a todos”, ha concluido.

Gordon Brown, ex primer ministro de Reino Unido y líder del Partido Laborista de 2007 a 2010, fue uno de los primeros mandatarios europeos en empezar a actuar frente a la crisis financiera que azotó el mundo durante sus años en el 10 de Downing Street. En su intervención en el MABS 2015 afrontó distintas cuestiones en una ponencia titulada **“Nuestro Mundo hoy y mañana”**.

“Me encanta estar en esta conferencia organizada por ATRESMEDIA para hablar del futuro. Estoy aquí para recordar a todos que estamos en un mundo interdependiente. Por ejemplo, las demandas de que se reduzca la deuda griega en más de 100.000 millones tiene implicaciones en Europa, empezamos a darnos cuenta de lo que dependemos de los demás... lo que sucede en un país afecta a todos los continentes”.

Brown, que durante su intervención citó a Einstein, Kennedy y Mandela, explicó que *“hasta la crisis financiera de 2000, la mayor parte de la producción se daba en occidente, la mayor parte del comercio, también, las inversiones las hacían en occidente. Durante 150 años el mundo occidental dominó la producción, la inversión y el comercio. En esta última década ha habido un cambio. La mayor parte de la producción se hace en Asia, Latinoamérica o África. Ha habido una enorme revolución en la que China es el líder. ¿Cómo va a alterar el mundo esto?”*

“Hay una segunda revolución, que quizá sea más importante para nuestro futuro, es el crecimiento de la clase media global, los consumidores asiáticos, africanos... forman parte de la economía global. A principios de los 20 de este siglo, el 20% se consumirá en Asia. En Europa, Alemania generará apenas un 4% de los consumidores del mundo, Europa tendrá una población menor de consumidores como nunca antes”.

“Va a haber un cambio enorme en la clase media mundial, pasará del 20% actual al 40%, que buscará el mejor precio esté donde esté”.

"La tercera revolución, que no ha comenzado, serán los millonarios asiáticos y latinoamericanos, querrán aprovechar la forma de nueva economía... esto tardará unos 30 años".

*"En 2020, con una población menor de clase media, una producción menor de la clase media... no será una amenaza, será una oportunidad. **Las empresas que tengan la iniciativa para afrontar este cambio podrán salir adelante.** En esas fechas habrá el doble de propietarios de automóviles, algo que debe cambiar las perspectivas de los productores. Lo mismo ocurrirá con los fabricantes de dispositivos electrónicos, el turismo... son números enormes. En el mundo hay 1.000 millones de turistas, en los veinte, tendremos 17.000 millones, casi se va a duplicar el número de turistas. Si ahora hay 100 millones de chinos con dinero para viajar... Con el clima que tiene España, las posibilidades son enormes. Se duplican las posibilidades para las empresas que quieran entrar en el sector"*

"La expansión de la población consumidora genera grandes oportunidades para el futuro. Y problemas, como la inseguridad que provocan las tasas de paro, sobre todo el juvenil. Hace años tuvimos una manifestación ante el FMI que decía: campaña global contra la globalización La gente siente miedo. No hemos logrado un acuerdo sobre comercio internacional, sobre cambio climático... porque un problema financiero puede llevarnos a un efecto contagio de países que no logran abordar los problemas de corrupción que tiene"

*"Cada empresa y cada país tienen sus propias oportunidades. Para prepararnos para ello, debemos saber que **los beneficios irán a las empresas más innovadoras, sean inventivas, saquen nuevos productos y servicios...** eso va a ser una prima importante para la investigación y desarrollo. Pensemos en el Apple watch, que cuenta 400 dólares. Solo cinco euros de esos 400 son el beneficio para el fabricante, que está en Asia. Ochenta euros es el beneficio para el innovador. **En el futuro, el que más gane será el más innovador.**"*

*Tras la innovación, el segundo aspecto "en el que tenemos que trabajar" será "la Educación" Los países que mejor afrontarán el futuro serán, ha dicho **"los que más inviertan en Educación** y, tras "una base educativa amplia, hay que buscar una diversificación específica. Aquí se invierte un 5%, pero hay que invertir más para llegar a los objetivos de Finlandia, Singapur... "*

***"El tercer factor es estimular la empresa, facilitar la vida a los que quieren innovar"**, ha continuado. "Es importante la cooperación internacional.*



*El secreto del éxito de la economía global es que vamos a necesitar tomar esas medidas. **La península ibérica tiene una posición privilegiada de cara al futuro.** Con los problemas con mercados y bancos de los últimos años, España y Portugal siempre han sido comerciantes. Puntas de lanza en mostrar que la UE puede ser mucho más que un grupo de países en torno al eje alemán”.*

*“**España puede aprovechar esta oportunidad porque sus lazos con América Latina, África y Asia la colocan en una mejor posición.** La cantidad de comercio y cooperación con los países de habla hispana es de gran importancia. Lo mismo ocurre con los lazos con África, que va a incrementar su capacidad de consumo de la clase media en los próximos años. Son lazos geográficos y lazos entre empresas. También lazos con China, que ha desarrollado su ruta de acceso a Europa por España y Portugal”.*

“En Europa no nos damos cuenta de las grandes ventajas que tenemos, la tradición del legado de la adopción de la democracia, el estado de derecho, el contrato social... En España tienen universidades maravillosas, la tecnología que hemos acumulado, los productos médicos... tenemos gente de grandes capacidades y conocimiento. Tenemos gente joven que son ciudadanos globales, que viven el mundo de una forma diferente. Ellos tienen siempre presente al resto del mundo”, ha dicho.

***Así, “necesitamos coordinación global, tenemos que reformar las instituciones globales,** tenemos que llegar a acuerdos sobre medio ambiente, involucrar a China y África... o tendremos movimientos xenófobos, proteccionistas, nacionalistas...”*

“Pero pensemos en las oportunidades, es ahí donde hay que actuar. Invertir en educación, en innovación, en los emprendedores... El día de hoy y de mañana es un mundo de oportunidades. No hay país mejor ubicado para aprovechar estas oportunidades que España”, ha subrayado.

Sobre el referéndum británico, Brown señaló que “los escoceses se sienten escoceses, pero también tienen la tradición de sentirse británicos. Es parecido a lo que pasa en España. La soberanía absoluta ha muerto. En mi opinión es posible compartir la soberanía, es posible ser autónomo y, al mismo tiempo, parte de un acuerdo de cooperación con otros estados. Con el nacionalismo es muy emocional, todos piensan que pueden arreglarse por sí mismos. Hay que buscar el equilibrio, que es el verdadero desafío para la UE, también para España y Cataluña”.

Tras Brown, el **MABS 2015** contará además con otros expertos de renombre como **José Manuel Durão Barroso, Bill Richardson, Tal Ben Shahar, Ram Charan, Richard Gerver, Pau García-Milà, Pau Gasol, David Muñoz, Juan Verde y Carlos Barrabés** que estarán además acompañados por un grupo de empresarios españoles que, a través de una mesa redonda moderada por el periodista Ignacio Rodríguez Burgos, analizarán el contexto empresarial actual y futuro tanto de España como de Portugal.

Tiempo de management

El MABS surge de la clara necesidad de los directivos y empresarios españoles de contar con jornadas de formación especializada y a cargo de expertos internacionales en materia de Economía, Gestión Empresarial, Innovación, Marketing o Recursos Humanos, entre otras. Durante dos días, en unas jornadas impulsadas por ATRESMEDIA, especialistas de todo el mundo compartirán conocimiento en diferentes áreas del management y de los negocios, a través de sus experiencias profesionales y personales. Ofrecerán contenido exclusivo e innovador, que servirá de inspiración a quienes ocupan cargos de responsabilidad en las empresas.

Bill Richardson, en el **Management & Business Summit**, organizado por **ATRESMEDIA**: ***"Si los políticos no están avanzando en la reducción de emisiones, deben impulsarlo los líderes de las empresas"***



"Ustedes, en España, tienen un líder emergente que va a tener gran importancia mundial. Es el Rey. Lo veo a nivel intelectual como un líder mundial en resolución de conflictos"

"Después de tanta negación del cambio climático, al fin vemos señales de progreso. A nivel político y tecnológico. También en el sector privado"

"Aquellas empresas que no adopten las nuevas tecnologías energéticas disfrutarán de enormes ventajas competitivas"

"El futuro está libre de carbón"

"La guerra contra los que niegan el cambio climático ha sido ganada, el público comprende la problemática"

"Han sido los europeos los que han tomado la delantera en energía solar o eólica, impulsados por Alemania. Abengoa, hoy día, es una referencia mundial"

"El fracking se puede hacer, pero con regulación. Hay que aprobar leyes importantes para proteger el agua, el medioambiente"

"Hillary va a ganar contundentemente las primarias demócratas. Las mujeres están entusiasmadas con su candidatura"

Bill Richardson, que ha sido embajador de los EE.UU. ante Naciones Unidas, Secretario de Energía en el gobierno de Bill Clinton y Gobernador de Nuevo México hasta 2010, participó esta mañana en el **Management & Business Summit**, organizado por **ATRESMEDIA**. En un momento crucial para el futuro de España y del mundo, ATRESMEDIA da un paso adelante y propone a los directivos españoles un foro de reflexión en el que grandes expertos darán las claves para la gestión y la toma de decisiones.

Tras el encuentro con el ex primer ministro británico Gordon Brown, Richardson impartió una conferencia sobre cambio climático y su influencia el sector privado.

Sobre la política de renovables del Gobierno español, considera que es "buena". *"Se ha mejorado, se han arreglado... hay muchas compañías de energía solar en México, como Abengoa. En Sevilla está la tecnología más avanzada mundialmente, junto con la alemana. La política va mucho mejor"*

"El cambio climático puede frenarse a través de acciones internacionales firmes y contundentes que reduzcan los niveles fósiles, el modelo de combustible es fundamentalmente incompatible, es insostenible"

"Después de tanta negación, al fin vemos señales de progreso. A nivel político y tecnológico. También en el sector privado, clave. Veo cómo empresas y emprendedores, apoyados por financiación pública, avanzan en ese área."

"Han sido los europeos los que han tomado la delantera en energía solar o eólica, impulsados por Alemania. Abengoa, hoy día, es una referencia mundial".

Repasó los cambios en el entorno global, de los avances en Estados Unidos a las iniciativas pioneras en Europa o el impulso en Asia. Como ejemplo, mencionó que *"Estados Unidos ha instalado más paneles solares en los últimos dos años que en los 38 años anteriores. La fuerte caída en precios de los paneles solares ha traído una caída de precios de la energía"*

Richardson explicó que se generan nuevas oportunidades de negocio o inversión. A los inversores *"les importa el desarrollo técnico y financiero de su inversión en el largo plazo".* ***Aquellas empresas que adopten las nuevas tecnologías energéticas disfrutarán de enormes ventajas competitivas".*** Los que, por el contrario, elijan aferrarse a la tecnologías del carbón perderán toda su ventaja competitiva. Alrededor del planeta muchos líderes están tomando el rumbo adecuado, pero nos queda mucho trabajo por hacer. ***La guerra contra los que niegan el cambio climático ha sido ganada, el público comprende la problemática. En EE.UU. el negacionismo impera todavía en el partido republicano, lamentablemente"***

"Como veterano de la política entiendo bien las presiones a las que se ven sometidos los líderes políticos, pero han de abandonar premisas como 'yo no soy un científico"

"El futuro está libre de carbón"

"Si los políticos no están avanzando en la reducción de emisiones, deben impulsarlo los líderes de las empresas"

Richardson ensalzó a los líderes como Obama, el presidente chino o la canciller alemana, así como los logros del G7 que, junto a la UE, representan un tercio de las emisiones globales.

"Debemos reducir las emisiones más rápido de lo que lo estamos haciendo, no es suficiente. El problema está en los objetivos a corto plazo. Hay varios países que deben asumir mayor responsabilidad. El caso de Rusia es particularmente inquietante, puesto que ellos ya se resienten del cambio climático, especialmente en el Ártico. Richardson considera que la apuesta por el combustible fósil en Rusia "es una receta para el fracaso".

La apuesta de la contabilidad forestal de Japón en lugar de reducir emisiones tampoco es del agrado de Richardson, que considera que es un país que se distingue por la inventiva de sus empresas *"y puede hacer mayor esfuerzo. Debe implementar medidas sostenibles de una manera más agresiva o la industria japonesa quedará en desventaja competitiva"*.

Entre los países que no hacen todo lo que deben menciona también a Canadá o Australia, pero ensalzó los esfuerzos de India, Costa Rica, Bután (que, con su gran riqueza forestal ya es carbono neutral).

"Con políticas inteligentes y favorables por parte de gobiernos comprometidos, el sector privado puede cumplir con su parte. Los empresarios no huyen de la realidad, lo construyen"

*"La EPA, la agencia que regula el fracking en EE.UU. ha concluido que se puede hacer de una manera positiva. Hay potencial de daño al agua si las compañías no limitan los químicos que están utilizando... El **fracking se puede hacer, pero con regulación. Hay que aprobar leyes importantes para proteger el agua, el medioambiente**"*

"Sé que España ha sufrido mucho por el precio del petróleo. En mi opinión, me gustaría un precio estable de 70 dólares el barril"

"El crecimiento de las renovables ha bajado el poder de la OPEP, y eso es positivo para todos nosotros"

Sobre las futuras elecciones en EE.UU., Richardson explica que los votantes estadounidenses quieren cambios. En su opinión, **"Hillary va a ganar contundentemente las primarias demócratas. Las mujeres están entusiasmadas con su candidatura"**. El partido Demócrata ha perdido peso en el Congreso, pero no en las carreras presidenciales. **El Partido Demócrata ha fallado en atraer el voto hispano y creo que Hillary lo va a pagar. Si los republicanos nombran a Bush, Hillary va a tener una dura batalla. Bush es centrista, y los candidatos centristas casi siempre ganan. Bush fue gobernador de Florida y tiene una esposa mexicana, y los republicanos necesitan el 40% del voto hispano. El problema que tiene Bush es su partido, que son extremistas. Su apellido no le ayuda, pero no lo cancela"**.

"Ustedes en España tienen un líder emergente que va a tener gran importancia mundial. Es el Rey. Lo veo a nivel intelectual como un líder mundial en resolución de conflictos. Veo a España dinámica, veo los movimientos fuera de los partidos de forma positiva, la gente expresa su opinión fuera de la forma catedrática y eso es positivo".

El **MABS 2015** cuenta además con otros expertos de renombre como **José Manuel Durão Barroso, Gordon Brown, Tal Ben Shahar, Ram Charan, Richard Gerver, Pau Garcia-Milà, Pau Gasol, David Muñoz, Juan Verde y Carlos Barrabés** que estarán además acompañados por un grupo de empresarios españoles que, a través de una mesa redonda moderada por el periodista Ignacio Rodríguez Burgos, analizarán el contexto empresarial actual y futuro tanto de España como de Portugal.

Tiempo de management

El **MABS** surge de la clara necesidad de los directivos y empresarios españoles de contar con jornadas de formación especializada y a cargo de expertos internacionales en materia de Economía, Gestión Empresarial, Innovación, Marketing o Recursos Humanos, entre otras. Durante dos días, en unas jornadas impulsadas por ATRESMEDIA, especialistas de todo el mundo compartirán conocimiento en diferentes áreas del management y de los negocios, a través de sus experiencias profesionales y personales. Ofrecerán contenido exclusivo e innovador, que servirá de inspiración a quienes ocupan cargos de responsabilidad en las empresas.

En el **Management & Business Summit**,
organizado por ATRESMEDIA:

**Durão Barroso: "Si Europa quiere
mantener su sistema social tiene que
ser más competitiva"**



***"La cuestión política en España es interesante. Pienso que es necesario
evitar todas las formas de radicalismo, de extremismo. Hay que
encontrar soluciones equilibradas"***

***"Hoy hay más posibilidades de un Grexit que cuando había una mayor
inestabilidad de los mercados"***

"Los sondeos del Reino Unido muestran que no quieren salir de la UE. No me imagino a los ingleses votando contra sus propios intereses"

"Por causa del paro, de la ansiedad por el futuro, resurgen partidos populistas, antinacionalistas, xenófobos... una reacción muy negativa contra la inmigración"

"El paro juvenil provoca que cada vez más gente quiera cerrarse sobre sí misma, por lo que dan confianza a los partidos populistas, con propuestas simplistas"

"Los griegos tienen que presentar un programa de reformas creíble. El gobierno griego no está mostrando la suficiente flexibilidad"

"La unión bancaria no está en los tratados, pero para poder conseguir lo que está en los tratados necesitamos una unión bancaria. Se ve que los supervisores nacionales no hicieron bien su trabajo"

"Las divergencias nacionales al establecer un mercado digital europeo son muy fuertes, pero Europa tiene que entender que el futuro es digital"

"Si Europa no tiene una posición sólida en materia de defensa, su capacidad de defender sus intereses no es suficiente"

"El crecimiento tiene que venir a nivel nacional y a nivel europeo. Hay que incrementar nuestra productividad y nuestra competitividad"

"Angela Merkel es la líder más importante de Europa. No solo por sus cualidades, competencia y compromiso, también porque es la primera ministra que conoce perfectamente el sistema europeo"

"Merkel entiende que no es política exterior, es política interior. Nosotros somos los socios de Europa"

"Los sistema de descargas son distintos en cada país y deberían ser el mismo. Es absurdo que haya roaming entre Portugal y España"

MADRID, 17 DE JUNIO DE 2015

José Manuel Durão Barroso ha participado esta mañana en el **Management & Business Summit**, organizado por ATREMEDIA. En un momento crucial para el futuro de España y del mundo, ATRESMEDIA da un paso adelante y propone a los directivos españoles un foro de reflexión en el que grandes expertos darán las claves para la gestión y la toma de decisiones. Tras el encuentro con el ex primer ministro británico Gordon Brown y Bill Richardson, Barroso impartió una conferencia sobre los retos de la eurozona.

Éstas son las frases más destacadas del político portugués:

"La crisis financiera, la crisis de la deuda soberana, ha puesto en debate la situación de Europa. No hay política fiscal común, hay desequilibrios muy importantes en la zona euro"

"Europa, de forma progresiva, fue capaz de responder a la situación de crisis. Creando nuevos instrumentos que respondieron a las dificultades de los países"

"Más de 40 leyes fueron aprobadas para la supervisión del sistema financiero europeo"

"En Portugal, España, Grecia e Irlanda hubo problemas que exigían medidas de ajuste por parte de Europa"

"El objetivo de los países con rescates era volver a los mercados para encontrar financiación suficiente"

"Tuvimos que convencer a los estadounidenses, a los emergentes, a China... de que en Europa había capacidad para responder a la crisis. Tuvimos que mostrar una gran paciencia con algunos líderes"

"Putin estaba preocupado por el euro. A mi juicio, debería estarlo más por el rublo"

"Hemos mostrado resiliencia. Somos 28 países, 28 democracias... la democracia siempre es más lenta que el mercado. Hoy España crece cerca del 3% y estaba en una situación dramática"

"Tenemos el problema de Grecia, que es un problema específico que tiene causas políticas porque, a diferencia de otros países que aplicaron con determinación sus programas, allí entró un nuevo gobierno con una completa falta de experiencia, una posición ideológica radical y con una gran responsabilidad. Tras los grandes sacrificios que el pueblo griego ha hecho hay un gran riesgo de insolvencia del país"

"Hoy hay más posibilidades de un Greexit que cuando había una mayor inestabilidad de los mercados. Ahora se puede perder todo el sacrificio, todo el trabajo. Estoy preocupado con la involución reciente"

"Los sondeos del Reino Unido muestran que no quieren salir de la UE. No me imagino a los ingleses votando contra sus propios intereses"

"Por causa del paro, de la ansiedad por el futuro, resurgen partidos populistas, antinacionalistas, xenófobos... una reacción muy negativa contra la inmigración"

"El paro juvenil provoca que cada vez más gente quiera cerrarse sobre sí misma, por lo que dan confianza a los partidos populistas, con propuestas simplistas"

"Hay también un populismo de extrema izquierda. Es muy importante que las fuerzas políticas expliquen que Europa no fue el origen del problema"

"La unión bancaria no está en los tratados, pero para poder conseguir lo que está en los tratados necesitamos una unión bancaria. Se ve que los supervisores nacionales no hicieron bien su trabajo"

"Hay otros problemas más allá de Grecia. Hay problemas estructurales. Europa tiene que crecer más. Las diferencias en Europa no son solo entre Finlandia y Grecia, también las hay entre Alemania y Francia"

"El crecimiento tiene que venir a nivel nacional y a nivel europeo. Hay que incrementar nuestra productividad y nuestra competitividad. Si Europa quiere mantener su sistema social tiene que ser más competitiva"

"La reforma del mercado de trabajo español es interesante, pero las reformas a nivel nacional han de complementarse con reforma a nivel europeo".

"En Europa todavía hay mucho proteccionismo. Los países más ricos son los más proteccionistas"

*"La Comisión insiste para poder completar el mercado de servicios. Lo mismo con el mercado digital, que tenemos 28 mercados digitales, hay que pagar roaming, descarga de datos... En EEUU no tienen este problema. **Las divergencias nacionales al establecer un mercado digital europeo son muy fuertes, pero Europa tiene que entender que el futuro es digital**"*

"Si Europa no tiene una posición sólida en materia de defensa, su capacidad de defender sus intereses no es suficiente"

"Los países aislados tienen menos oportunidades de enfrentar el terrorismo global"

"Está de moda atacar a Europa, el glamour intelectual del pesimismo, ser profeta en la desgracia. Con pesimismo y negativismo no se ganan las batallas, sino con optimismo"

"Debemos defender este tipo de sociedades que, con todos sus problemas agravados por la crisis, ha creado alguna de las sociedades más decentes y dignas del mundo"

"Los griegos tienen que presentar un programa de reformas creíble. El gobierno griego no está mostrando la suficiente flexibilidad. Es un caso interesante, es la primera vez en la UE que está un gobierno contra todos los demás"

"En el sistema de decisiones europeo, hay países más difíciles que Alemania"

"Si hay un país que sale de la unión monetaria se crea un precedente. Y eso no es bueno. No podemos pensar que es un problema sólo de los griegos, es un problema de todos"

"Que España no fuera rescatada fue un milagro. En noviembre de 2011, con el G20, fue el momento más difícil"

"El Gobierno español consiguió salir de la primera línea de atención, aplicó con determinación los programas y hoy la confianza de los mercados ha vuelto a España. Hoy tiene el grave problema del paro, pero las perspectivas de crecimiento son positivas"

"Sin duda, Angela Merkel es la líder más importante de Europa. No solo por sus cualidades, competencia y compromiso, también porque es la primera ministra que conoce perfectamente el sistema europeo. Sabía los nombres de mis colaboradores... Ella entiende que no es política exterior, es política interior. Nosotros somos los socios de Europa"

"No somos víctimas de la UE, somos la UE. Alemania está presente y otros gobiernos no lo están tanto"

"La Comisión Europea debe regular entre el acceso al big data y la protección de la privacidad. Tenemos una cultura diferente a los americanos"

"Los sistema de descargas son distintos en cada país y deberían ser el mismo. Es absurdo que haya roaming entre Portugal y España. Hay ahí una agenda que no está justificada, no hay razones para cobrar ese roaming. Lo mismo entre Bruselas, Luxemburgo y Países Bajos"

"Hay falta de coherencia política. En términos de valor, la UE es una economía más importante que la de EEUU. China va a ser la primera, pero está lejos en términos de renta per cápita, etc... Si la UE aparece como unión, nuestra voz será más respetada. Será vista como una potencia"

"Europa fue capaz de mostrar una posición común sobre Irán. En EEUU hubo 47 senadores que escribieron al presidente iraní para decirle que no estaban de acuerdo con Obama"

"La cuestión política en España es interesante. Pienso que es necesario evitar todas las formas de radicalismo, de extremismo. Hay que encontrar soluciones equilibradas. Entiendo bien a la gente que está cabreada porque han pasado por una posición muy difícil, la corrupción es una cuestión muy seria que explica la indignación de muchas personas. En democracia todos los votos son importantes, pero hay que tener coraje para mostrar la solución, que pasa por economías más competitivas, con confianza para la inversión"

"La economía y la sociedad española son suficientemente fuerte para atravesar estas dificultades Las empresas españolas, algunas son importantes en el mundo, tienen una gran capacidad"

"Desgraciadamente, hoy hay una posibilidad de un accidente con Grecia. Creo que el Gobierno griego está esperando ese accidente para encontrar después la solución. No se puede jugar con fuego"

"Creo que el Reino Unido va a seguir siendo miembro de la UE. Si no hay errores en la gestión del referéndum, la mayoría apoyan a la UE"

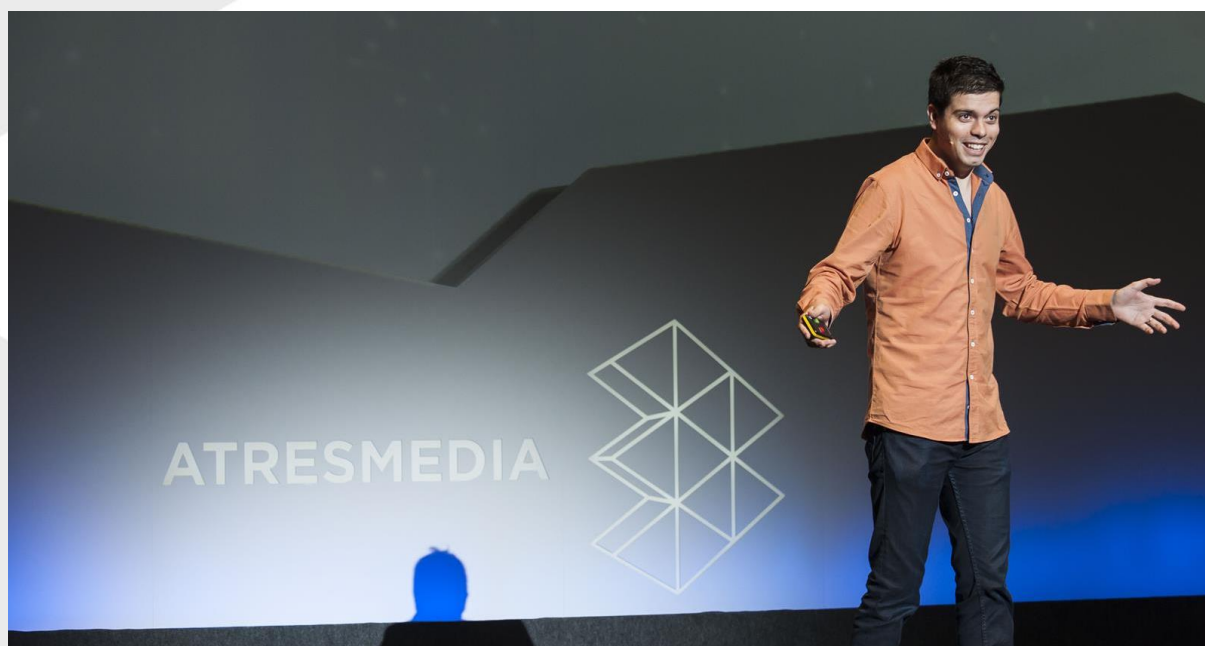
El **MABS 2015** cuenta además con otros expertos de renombre como **Gordon Brown, Tal Ben Shahr, Ram Charan, Richard Gerver, Pau Garcia-Milà, Pau Gasol, David Muñoz, Juan Verde y Carlos Barrabés** que estarán además acompañados por un grupo de empresarios españoles que, a través de una mesa redonda moderada por el periodista Ignacio Rodríguez Burgos, analizarán el contexto empresarial actual y futuro tanto de España como de Portugal.

Tiempo de management

El **MABS** surge de la clara necesidad de los directivos y empresarios españoles de contar con jornadas de formación especializada y a cargo de expertos internacionales en materia de Economía, Gestión Empresarial, Innovación, Marketing o Recursos Humanos, entre otras. Durante dos días, en unas jornadas impulsadas por ATRESMEDIA, especialistas de todo el mundo compartirán conocimiento en diferentes áreas del management y de los negocios, a través de sus experiencias profesionales y personales. Ofrecerán contenido exclusivo e innovador, que servirá de inspiración a quienes ocupan cargos de responsabilidad en las empresas.

En el **Management & Business Summit
organizado por ATRESMEDIA:**

Pau García-Milà: "Innovar implica caerse, hay que promocionar la cultura del fallo"



El joven emprendedor, Premio Príncipe de Asturias y de Girona "Impulsa Empresa 2010", ha asegurado que "ideas, pasión y comunicación forman la combinación ganadora para innovar"

"Una idea es una respuesta a una pregunta. Lo importante es hacer las preguntas correctas, sin imitar a los demás"

"Lo importante de una idea es empezarla y no tener miedo a decirla"

El Palacio Municipal de Congresos de Madrid acoge el evento para directivos y empresarios más completo de España

Madrid, 17 de junio de 2015

Pau García-Milà, autor de la teoría de "El Intraemprendedor", ha sido también figura invitada en el **Management & Business Summit 2015**, el primer gran encuentro de directivos y líderes mundiales que organiza ATRESMEDIA. La cita, conducida por la presentadora de ANTENA 3 NOTICIAS, Mónica Carrillo, se celebra en Madrid hoy, 17 de junio, y mañana jueves. En un momento crucial para el futuro de España y del mundo, ATRESMEDIA da un paso adelante y propone a los directivos españoles un foro de reflexión en el que grandes expertos dan las claves para la gestión y la toma de decisiones.

Tras la participación de Gordon Brown, Bill Richardson y Durão Barroso, la temática se ha enfocado hacia el mundo del emprendimiento de la mano de Pau García-Milà. *"Me gusta mucho hablar de ideas e innovación y enlazarlo en los últimos 10 años de mi vida. Vengo de un pueblo y cuando, con 17 años, me preguntaron qué quería hacer dije que montar empresas de internet; la reacción generalizada, salvo la de mis padres, era que eso no podía ser, que había nacido en el lugar equivocado, quizás si hubieras nacido en Silicon Valley... Cuanto más imposible parecía, más me cargaba las pilas",* ha comenzado su intervención.

"No me fui, me quede en el pueblo. Tras tres años de fracasos, el cuarto funciona, el quinto salimos y el sexto recibo el premio más importante que según mi madre me podían dar: el premio Príncipe de Asturias y de Girona 'Impulsa Empresa 2010'. Las mismas personas que me decían 'ya te lo dije que fracasarías', ahora venían a decirme que estaba claro que tenía que triunfar, hubo una transformación". En definitiva, *"cuando hablamos de innovación, tenemos que hablar de carácter y de querer hacer"*, ha remarcado.

Siguiendo con la idea de la transformación a la que se enfrentan los sectores, ha explicado el ejemplo del mundo de la música: *"En el año 80, la mayor parte de la música se vendía en vinilo y decían a los innovadores del casete que no funcionaría" y estos que viceversa. "La historia demostró que nadie tenía razón porque se inventó el CD. Pero de nuevo se equivocaron porque llegó el formato digital",* ha expuesto García-Milà. *"Esto es algo que nadie podría prever, hagamos lo que hagamos en innovación siempre nos vamos a equivocar, la innovación se basa en demostrar que estábamos equivocados"*, ha subrayado.

"Cuando no paramos la creatividad, no hay límites. En estos 10 años en los que he vivido más fracasos que éxitos, puedo resumir la Innovación en tres aspectos: las ideas, una empresa sin ideas es nada". A ello, ha continuado, "hay que añadir la pasión, nunca antes se había visto como algo clave y la tercera es la comunicación, es esencial. Con estas ideas tenemos la combinación ganadora", ha afirmado.

Y "¿dónde surgen las primeras ideas?", se ha preguntado, para continuar con que "suele ser con amigos, en el bar, en la cuarta cerveza aunque acabas con la sensación de que todo está inventado". Y para las empresas, "una idea es una respuesta a una pregunta. Lo importante es hacer las preguntas correctas, sin imitar a los demás", ha añadido. En este recorrido, "el peor enemigo es el tiempo, porque ese tiempo es lo que nuestra competencia va a intentar reducir. Un competidor no es una empresa que haga lo mismo, con las mismas condiciones, sino aquel que sepa hacerlo más rápido: el mundo tiene prisa. Hoy priorizamos la comunicación por encima de todas las cosas, hoy nos planteamos cómo podíamos vivir sin móvil", ha explicado,

En un mundo con prisas, "la pasión nos hace fuertes frente al enemigo tiempo, el enemigo fracaso y el enemigo incertidumbre". El emprendedor se ha detenido entonces en el verbo fracasar y ha dicho que "le tenemos rabia a la palabra fracaso, pero nos encanta hablar del fracaso ajeno, somos el país que más habla del fracaso del otro", ha añadido.

Según la experiencias de García-Milà, "innovar implica caerse, en otros países tiene otro enfoque..., es bueno hablar de fallar, hay que promocionar la cultura del fallo. Hay que defender la pasión como cura de los fallos", ha dicho para terminar poniendo como ejemplo la empresa creadora de Angry Birds, "que 'fracasó' 41 veces y acertó a la 42", ha recordado.

Con todo ello "hay que marcar una línea entre la ambición y el respeto, encontrar el punto medio, y la comunicación es muy importante para lograr ese equilibrio".

En otra de las claves que ha expresado, ha añadido que "también hay que evitar a las personas que no quieren escuchar, a aquellas que no entienden que el beneficio tiene que ser completo, no personal" y ha concluido profundizando en la importancia de tener ideas e iniciativa: "Una idea no tiene por qué ser original, pero sí hay que empezarla y no tener miedo a decirla, así que les invito a empezar todas las ideas que tengan".

El **MABS 2015** ha contado ya con las ponencias de **Gordon Brown, Bill Richardson y José Manuel Durão Barroso**. Tras la participación de García-Milà intervendrán **Tal Ben Shahr, Ram Charan, Richard Gerver, Pau Garcia-Milà, Pau Gasol, David Muñoz, Juan Verde y Carlos Barrabés** que estarán además acompañados por un grupo de empresarios españoles que, a través de una mesa redonda moderada por el periodista Ignacio Rodríguez Burgos, analizarán el contexto empresarial actual y futuro tanto de España como de Portugal.

Tiempo de management

El MABS surge de la clara necesidad de los directivos y empresarios españoles de contar con jornadas de formación especializada y a cargo de expertos internacionales en materia de Economía, Gestión Empresarial, Innovación, Marketing o Recursos Humanos, entre otras. Durante dos días, en unas jornadas impulsadas por ATRESMEDIA, especialistas de todo el mundo compartirán conocimiento en diferentes áreas del management y de los negocios, a través de sus experiencias profesionales y personales. Ofrecerán contenido exclusivo e innovador, que servirá de inspiración a quienes ocupan cargos de responsabilidad en las empresas.

Pau García-Milà

Intraemprendedor: de la idea a la acción

"Fundó su primera empresa, eyeOS, a los 17 años, la cual fue posteriormente adquirida por Telefónica"

La figura de Pau Garcia-Milà conjuga la juventud y la pasión para desarrollar nuevos proyectos, con una visión innovadora del mundo de los negocios. Es un apasionado por la tecnología y la comunicación. Pau ha obtenido un importante reconocimiento por su trabajo, recibiendo entre otros el premio al Innovador del Año en 2011 por el MIT (TR-35) y el premio de los Príncipes de Asturias y de Girona "IMPULSA Empresa" en 2010. Su teoría de "El Intraemprendedor: de la idea a la acción" apuesta por redefinir el papel de la empresa y del empleado, estableciendo una relación win – win donde los trabajadores desarrollen sus capacidades e innoven dentro de la propia compañía. Una filosofía que responde a la necesidad de las empresas de encontrar nuevas formas de innovar y de retener el talento.

Intervención en el **Management & Business Summit**,
organizado por ATRESMEDIA, que se celebra hoy y
mañana en Madrid

Juan Verde: "En la innovación está la clave de la competitividad en el siglo XXI"



**Durante su intervención, Verde ha confirmado que
formará parte de la campaña de Hillary Clinton en las
primarias del Partido Demócrata**

***"Los mayores generadores de empleo y rentabilidad del futuro
serán profesiones e incluso industrias que aún no existen"***



"Sólo lo que es medible es mejorable. Tienes que tener análisis para entender cuáles son tus objetivos y cómo superarlos"

"Si confías en la gente y buscas gente buena, te sorprenderán porque van a alcanzar esos objetivos"

"Definición clara de objetivos y estrategias, un nuevo modelo de liderazgo y el uso innovador de las Nuevas Tecnologías. Es la clave del éxito"

"Obama fue lo suficientemente valiente para entender que si quería un cambio absolutamente radical tenía que romper con todo"

El Palacio Municipal de Congresos de Madrid acoge el evento para directivos y empresarios más completo de España

Madrid, 17 de junio de 2015

Juan Verde, codirector internacional de la campaña para la reelección de Barack Obama, ha participado en el **Management & Business Summit 2015**, el primer gran encuentro de directivos y líderes mundiales que organiza ATRESMEDIA. La cita, conducida por la presentadora de ANTENA 3 NOTICIAS, Mónica Carrillo, se celebra en Madrid durante este miércoles, 17 de junio, y mañana jueves. En un momento crucial para el futuro de España y del mundo, ATRESMEDIA da un paso adelante y propone a los directivos españoles un foro de reflexión en el que grandes expertos darán las claves para la gestión y la toma de decisiones.

Tras la participación de Gordon Brown, Bill Richardson, Durão Barroso y Pau García-Milà, Verde ha comenzado la sesión de tarde del MABS 2015 con una ponencia en la que apela al análisis de los datos como estrategia clave para construir proyectos ganadores. **Durante su intervención, Verde ha confirmado que formará parte de la campaña de Hillary Clinton en las primarias del Partido Demócrata.**

ATRESBUSINESS

Dirección de Comunicación
comunicación@atresmedia.com
91 623 08 25/6/7/8



Verde ha aprovechado su experiencia como asesor político del presidente de los Estados Unidos y ha desgranado "las claves que aprendimos en la campaña de 2012 de Obama son absolutamente extrapolables a cualquier persona en un proceso de cambio".

"Obama fue lo suficientemente valiente para entender que si quería un cambio absolutamente radical tenía que romper con todo. Vivimos en un momento fascinante, en el que el poder de una idea puede llegar a millones de personas en un minuto", ha asegurado.

Verde ha explicado que "antes se podía innovar una vez, y de esa idea podía vivir tu familia durante mucho tiempo. Hoy no. Nuestros competidores pueden estar en India, en un garaje en Brasil o a la vuelta de la esquina"

"Lo más ilusionante de la innovación es lo que significa para el 90% de los ejecutivos, es pensar en cómo ser más competitivo, más eficiente... reinventarte, renovar... ", ha explicado.

Verde ha puntualizado que "Lo que está ocurriendo en las empresas, en las campañas políticas... el reto es entender que la tecnología está actuando como catalizador de los grandes cambios"

"Innovar en el día a día es buscar la manera de darle más al cliente, hacerlo más feliz... optimizar recursos no es más que hacer más con menos", resumió el asesor político.

"El compromiso con los recursos humanos puede ser innovar, los trabajadores más felices son los más productivos. Eso también puede ser innovar", explicó.

"En la innovación está la clave de la competitividad en el siglo XXI. La innovación lo cambia todo y los mayores generadores de empleo y rentabilidad del futuro serán profesiones e incluso industrias que aún no existen", señaló Verde.

Verde identificó la figura del asesor político con la del emprendedor, puesto que "gestionar una campaña política significa pensar en recursos, identificar el talento, pensar en branding, en logística... significa ser competitivos para ganar"

"Obama innovó a la hora de comunicar, de lograr una conexión de sentimientos básicos... y logró innovar en el nuevo modelo de liderazgo, dirección y coordinación de la campaña. Esto fue posible por el uso innovador de las nuevas tecnologías", añadió.

"La política aspiracional es dirigirse a los votantes apelando a sus sentimientos", resumió el asesor de Barack Obama para explicar la diferencia de su campaña con todas las anteriores. Para explicarlo, añadió que "la gente no recuerda lo que le dicen en política, recuerdan lo que le hacen sentir cuando se lo dicen".

"El nuevo modelo de liderazgo acaba con la pirámide de las empresas, en la que los empleados ejecutan órdenes sin pensarlas", resumió Verde.

"No volveremos a ver una campaña política en la que un asesor utiliza la intuición", vaticina Verde.

"Sólo lo que es medible es mejorable. Tienes que tener análisis para entender cuáles son tus objetivos y cómo superarlos", concretó.

La planificación también es clave, puesto que *"los objetivos tienen que estar acotados en el tiempo". "Hay dos tipos de modelos de liderazgo: el autocrático, que busca un perfil muy único de gente sin capacidad autocrítica, y la falta de cabeza visible en la que todo el mundo rema en la misma dirección: una cúpula pequeña que toma decisiones basadas en análisis, da directrices pero no órdenes. Eso es lo que fue revolucionario. Si confías en la gente y buscas gente buena, te sorprenderán porque van a alcanzar esos objetivos",* añadió.

"Obama venía del mundo del activismo, de tocar puerta a puerta, y comprendía la capacidad de la tecnología para exponenciar el mensaje", por eso es fundamental "la comunicación de los mensajes, cómo llegar a distintos segmentos adaptándose a los perfiles". De ahí "creó la mayor movilización política de la historia de EEUU". Por todas estas cuestiones, "Obama se convirtió en el Big Data President"

Para Verde, *"personalizar el mensaje es fundamental y eso te lo da el Data Mining, el Big Data". En resumen, se trata de conseguir con una "definición clara de objetivos y estrategias, un nuevo modelo de liderazgo y el uso innovador de las Nuevas Tecnologías. Es la clave del éxito de la campaña de Obama"*

"El análisis de los datos tiene una gran proyección. He aquí el futuro. Puede ser la clave para una campaña política o la ventaja sobre un competidor", resume Verde.

Sobre su papel como asesor de Hillary Clinton, explica que "la campaña de 2016 va a ser muy distinta a las anteriores. Hoy, sólo cuatro años después, el número de aparatos recopilando datos en el mundo se ha multiplicado por mil".

Tiempo de management

El MABS surge de la clara necesidad de los directivos y empresarios españoles de contar con jornadas de formación especializada y a cargo de expertos internacionales en materia de Economía, Gestión Empresarial, Innovación, Marketing o Recursos Humanos, entre otras. Durante dos días, en unas jornadas impulsadas por ATRESMEDIA, especialistas de todo el mundo compartirán conocimiento en diferentes áreas del management y de los negocios, a través de sus experiencias profesionales y personales. Ofrecerán contenido exclusivo e innovador, que servirá de inspiración a quienes ocupan cargos de responsabilidad en las empresas.

Juan Verde **Innovación y Estrategia en Comunicación**

Co-director Internacional de la Campaña para la reelección del Presidente Barack Obama

Juan Verde es un reconocido asesor económico y político de gobiernos, instituciones y empresas a nivel internacional. Además es experto en internacionalización de empresas, estrategia y sostenibilidad. En diciembre de 2009, el Presidente Barack Obama nombró a Juan Verde como Subsecretario Adjunto para Europa y Eurasia del Departamento de Comercio de Estados Unidos. Ha sido también asesor en temas de economía internacional, sostenibilidad y comunidad hispana. Actualmente ejerce como consejero y asesor de numerosas compañías de gran prestigio en Europa.

Intervención en el **Management & Business Summit**, organizado por ATRESMEDIA, que se celebra hoy y mañana en Madrid

Richard Gerver: “El gran privilegio de ser un líder es tener la oportunidad de dar oportunidades”



“Tenemos que centrarnos en nuestra gente para desarrollarnos, para generar ideas, para ser parte de la cocreación: eso es lo que nos impulsa, cuando surge la chispa de hacer algo nuevo, nos sentimos vivos”

“El gran peligro en tiempos difíciles cuando estamos bajo presión es la tendencia a cerrarnos e imitar a los demás”

El Palacio Municipal de Congresos de Madrid acoge el evento para directivos y empresarios más completo de España

Madrid, 17 de junio de 2015

Richard Gerver, experto en Educación, miembro del equipo de gobierno de Tony Blair como asesor en política educativa, ha cerrado la lista de intervenciones de la jornada inaugural del **Management & Business Summit 2015**, el primer gran encuentro de directivos y líderes mundiales que organiza ATRESMEDIA. El evento, que ha conducido la presentadora de ANTENA 3 NOTICIAS, Mónica Carrillo, ha comenzado hoy miércoles, 17 de junio, y se prolongará hasta mañana jueves.

En un momento crucial para el futuro de España y del mundo, ATRESMEDIA da un paso adelante y propone a los directivos españoles un foro de reflexión en el que grandes expertos darán las claves para la gestión y la toma de decisiones.

Tras la participación esta mañana de Gordon Brown, Bill Richardson, Durão Barroso y Pau García-Milà, **Richard Gerver** ha tomado el relevo de Juan Verde y, antes de comenzar su intervención, ha dado paso a la **videoconferencia con Sir Ken Robinson**, experto internacional en el desarrollo de la creatividad, con la siguiente pregunta: *"Sir Kevin Robinson, ¿quién te enseñó a dibujar fuera de la raya?"*. Robinson ha respondido valorando que *"los niños pequeños no se ven limitados por las expectativas ni las conferencias. Los niños, si les dejas libertad, dibujarán figuras con líneas y rayas, harán lo que quieran... Cuando llegan a los 13 años es cuando creen que no van a poder hacerlo mejor, que es lo que les pasa a los adultos, creen que no podrán mejorar"*.

Así, Robinson ha insistido en que en el mundo adulto hay que ser creativos, porque *"el poder de la imaginación en los niños pequeños es muy importante. Siempre estamos preguntándonos qué podemos hacer para no cortar la creatividad de los niños"*.

Una idea que coincide con la impresión de Gerver, que ha comenzado su intervención ironizando con que *"no hay que escucharnos a nosotros. No hay que contratar a nadie que tenga más de cinco años"*.

En su experiencia profesional, Gerver ha reflexionado sobre su paso por una organización *"que le costaba salir adelante porque estaba obsesionada con poner sistemas jerárquicos de arriba abajo, que esperaban las respuestas del máximo líder, acostumbrados a que alguien sacara las castañas del fuego, a esperar"*.

Algo contrario a lo que él piensa, porque "para mí el liderazgo tiene que ver con desarrollar a las personas, ese es el gran privilegio de ser un líder: tener la oportunidad de dar oportunidades. Los sistemas y las organizaciones no cambian nada, lo que cambia el mundo son las personas, tenemos que centrarnos en nuestra gente para desarrollarnos, para generar ideas, para ser parte de la cocreación: eso es lo que nos impulsa, cuando surge la chispa de hacer algo nuevo, nos sentimos vivos".

En esta línea, ha continuado con que "una de las grandes lecciones que he aprendido en estos 8 años es lo que me han enseñado personas de otros ámbitos, la magia viene de hablar con personas de otra área, hay que salir. Buscamos una solución dentro de nuestro campo, pero hay que salirse de las líneas de dibujo".

Sobres su relación con otros "héroes", Gerver ha hablado de la conversación que tuvo hace 2 años con el entonces director ejecutivo de Google, Eric Schmidt: "Le pregunté que si podía dibujar una época en la que la tecnología superase al maestro. Sin pensárselo dijo no, nunca, la educación es el desarrollo del ser humano, la tecnología es una herramienta extraordinaria, un portal increíble al desarrollo del ser humano, pero nunca podría constituir el núcleo del proceso porque siempre se necesitarán grandes niveles de interacción humana. El liderazgo se refiere a las personas, a la interacción humana, algo que no necesariamente cumplen los sistemas y las estructuras".

"El gran desafío como líder, me decía Schmidt, es garantizar la confianza y que las personas sigan creyendo en sí mismas. El gran peligro en tiempos difíciles cuando estamos bajo presión es la tendencia a cerrarnos e imitar a los demás".

"Otro de mis héroes –ha continuado Gerver–, que puedo decir con el corazón en la mano que ha cambiado el mundo, es Stephen Wozniak, cofundador de Apple: Me dijo que teníamos que tener personas que creasen cosas, no que las produjeran. Creamos la idea en Apple de que nunca contrataríamos a nadie que necesitara ser gestionada, ni dirigida. Eso sí que es un dispositivo elegante, pero extremadamente complicado".

Así, para terminar, dejó una pregunta en el aire con el siguiente reto: "¿Cómo puedo volver a mi empresa y animarla a que motiven a nuestros empleados para que no necesiten dirección y cómo podemos asegurarnos de que nuestros empleados tienen esa capacidad? Si logramos eso, podemos crear la empresa

más innovadora y sostenible posible porque todo se centra en las personas”, concluyó.

El **MABS 2015** ha contado en su sesión inaugural con las ponencias de **Gordon Brown, Bill Richardson, José Manuel Durão Barroso, Pau García-Milà, Juan Verde y Richard Gerver**. En la segunda y última cita que tendrá lugar mañana jueves intervendrán **Tal Ben Shahr, Ram Charan, Pau Gasol, David Muñoz y Carlos Barrabés** que estarán además acompañados por un grupo de empresarios españoles que analizarán el contexto empresarial actual y futuro tanto de España como de Portugal.

Tiempo de management

El MABS surge de la clara necesidad de los directivos y empresarios españoles de contar con jornadas de formación especializada y a cargo de expertos internacionales en materia de Economía, Gestión Empresarial, Innovación, Marketing o Recursos Humanos, entre otras. Durante dos días, en unas jornadas impulsadas por ATRESMEDIA, especialistas de todo el mundo compartirán conocimiento en diferentes áreas del management y de los negocios, a través de sus experiencias profesionales y personales. Ofrecerán contenido exclusivo e innovador, que servirá de inspiración a quienes ocupan cargos de responsabilidad en las empresas.

Richard Gerver

Creatividad para una cultura innovadora

Un buen líder trata de satisfacer las necesidades de las personas que confían y trabajan para él

Es uno de los expertos en educación más importantes de su generación. Gerver propone soluciones para adaptar la enseñanza a las nuevas realidades. Formaba parte del equipo de gobierno de Tony Blair como asesor en política educativa y, en 2006, su trabajo fue conmemorado en la World Arts Education Conference de la UNESCO.

Gerver comparte su experiencia y conocimiento sobre la transformación cultural y organizativa, el desarrollo humano, liderazgo, creatividad e innovación. Ha ayudado a un gran número de empresas a entender cuál es la visión para superar el miedo y la incertidumbre emocional causados por la crisis económica actual.



Mientras el futuro cambia exponencialmente a nuestro alrededor, “nosotros, como educadores y líderes escolares, nos enfrentamos al desafío de preparar a nuestros hijos para ese futuro. Como resultado, tenemos que replantear que replantear el concepto de enseñanza: qué, cómo, dónde y cuándo”, explica. En su presentación en el Management & Business Summit 2015 en Madrid, Richard Gerver compartirá alguna de las cosas que ha aprendido sobre la naturaleza del cambio, sobre el mundo que nuestros hijos heredarán y qué significa eso para el futuro de la Educación.

Arranca la segunda jornada del **Management & Business Summit**, organizado por Atresmedia y que se celebra en Madrid

Ram Charan: "Sigan a la 'Generación C', de conectividad, vamos a oír hablar mucho de ella"



"Hay que estar en la ofensiva, asume el liderazgo, los que están en la defensiva perderán. Como no cambie tu actitud mental, nada va a cambiar"

"Sáquenle el miedo a lo desconocido, el cambio es bueno, es creativo y tiene más poder ahora que lo fue la revolución industrial, hay que asegurarse de subir a este tren"

"Cualquier empresa que no tenga los algoritmos de la digitalización está en peligro de extinción, esto ya está aquí, hay que tener ojos para detectar los catalizadores"

“El equilibrio de poder entre las naciones está claramente cambiando. China quiere convertirse en el principal exportador de innovación, tecnología y también comercio exterior. Hay que leer periódicos y saber detectar las semillas del cambio”

“Necesitamos los CEOs de la nueva era, como lo fue Steve Jobs en su momento, estos son los los nuevos catalizadores que marcarán la pauta”

“El poder está en manos del consumidor: organiza a tu compañía teniendo en cuenta la relación de principio a fin con el cliente”

“Ningún deportista gana medallas sin practicar, practicar y practicar”

El Palacio Municipal de Congresos de Madrid acoge el evento para directivos y empresarios más completo de España

Madrid, 18 de junio de 2015

Ram Charan, uno de los más destacados expertos en estrategia empresarial, ha arrancado hoy la segunda jornada del **Management & Business Summit 2015**, el primer gran encuentro de directivos y líderes mundiales que organiza ATRESMEDIA. El evento, que ha conducido la presentadora de ANTENA 3 NOTICIAS, Mónica Carrillo, comenzó ayer miércoles y se celebrará hasta la tarde de hoy jueves en el Palacio Municipal de Congresos de Madrid.

En un momento crucial para el futuro de España y del mundo, ATRESMEDIA da un paso adelante y propone a los directivos españoles un foro de reflexión en el que grandes expertos darán las claves para la gestión y la toma de decisiones.

Tras la participación ayer de Gordon Brown, Bill Richardson, Durão Barroso, Pau García-Milà, Juan Verde, Richard Gerver y Sir Ken Robinson, **Ram Charan**, uno de los mayores consultores de CEOs en el mundo, ha querido impartir *“seis lecciones o puntos que puedan llevarse a casa”* para trabajar. Porque, según ha dicho nada más comenzar su intervención, que ha preferido dar entre los asistentes bajándose del estrado, *“ningún deportista gana medallas sin practicar, practicar y practicar”*.

La primera lección o clave que ha dado Charan en el encuentro organizado por ATRESMEDIA es "el cambio de juego". *"Hay un cambio radical en el juego a nivel nacional, internacional, dentro de la empresa y de los nuevos empleados. Hay que tener las reglas del juego y tener el valor de jugar, los que estén en la defensa perderán, los que estén en la ofensiva ganarán"*, ha asegurado respecto al primer punto.

En este sentido, ha añadido que *"se ha producido un gran cambio en la política mundial que afecta a cualquier empresa o gobierno: el surgimiento del gas lutítico en comparación con el petróleo, que cambia los precios y el equilibrio de poder de manera radical, va a bajar el precio del petróleo y va a haber una importante transformación"*. Esto conllevará a que *"los países que tengan mucho petróleo van a necesitar dinero y va a haber una inquietud social como nunca antes habíamos visto. Si tuviera una empresa me preocuparía mucho por la seguridad de mis empleados, hay que leer los periódicos y buscar el catalizador de este nuevo cambio"*

El segundo gran cambio que ha enumerado Charan *"es China"*: *"Todo el mundo lo ve, en 30 años, de una base de 0 ha pasado a ser uno de los más ricos en términos de reservas externas, han construido un gran país, con un nivel de crecimiento del 5%, con el gran cambio de la innovación"*. Y ahora, ha continuado, *"van a tener el poder y tendrán tres cosas que impacten el comercio mundial: **innovación**, están reuniendo todas las tecnologías, **flexibilización de las reglas de importación** y que quieren **convertirse en el gran productor de tecnología y personas**. Nunca antes habíamos competido con una nación en términos de innovación"*.

Sobre la expansión de China, ha destacado que *"los funcionarios del gobierno chino han memorizado un eslogan 'una vía, un cinturón', lo que quiere decir que pueden ir desde Europa hacia China en un solo camino para acelerar la logística y mejorar posiciones, con esto dicen también que están construyendo vías de envío que antes iban por el canal de Panamá y ahora están creando diferentes vías para sus exportaciones a Rusia, EE.UU. y Europa. Su ventaja ya no solo es un precio más barato, sino en la innovación, el desarrollo y los nuevos canales"*.

"Están entrando en otros países, en España también, y en África, donde están ya concediendo créditos. El equilibrio de poder entre las naciones está claramente cambiando. China quiere convertirse en el principal exportador de innovación, tecnología y también comercio exterior. Hay que leer periódicos y saber detectar las semillas del cambio", ha añadido en este sentido.

"Ha subido la barra de la exigencia, el mundo está cambiando. Hay que observar la velocidad del cambio, ni siquiera siendo exigente tenemos garantizado el éxito", dijo recordando ejemplos que han recorrido distinta suerte como Apple, Amazon, Nokia, Blackbuster, Kodak... "¿Cómo puede suceder que la empresa más importante del mundo móvil desaparezca?, ha preguntado Charan. "Porque surgió un catalizador en el mercado, un elemento que cambio el juego, todos dejamos de tener Nokia. El peligro existe, pero hay que tener ojos para verlo. Han desaparecido porque no había líderes tecnológicos, hay que predecir qué empresa van a desaparecer".

En este reto ha dado las claves para conseguirlo haciéndose tres preguntas: *"la primera es si nuestra empresa es digital y valorarlo de 1 a 10. La segunda pregunta es si nuestro consejero delegado o nuestro presidente es digital, y la tercera que hay que hacerse es si soy yo digital o, lo que es lo mismo, ¿el trabajo que hacemos es digital? Y esto no significa mirar o consultar el iPhone o el iPad, lo que hay tras lo digital es un motor matemático, hay que meterse en Google y aprender la tecnología 3D, he visto cómo se hace un coche en horas en 3D y vale 20.000 dólares", ha explicado.*

"Hay que estar al ataque, no a la retaguardia en este nuevo mundo cambiante. La digitalización se centra en las matemáticas. No hay que mantener la mentalidad equivocada, hay que prepararse. Todo cambio genera oportunidad y tenemos que saber cómo podemos aprovecharla", ha insistido.

Charan ha continuado con la lección número 3, "que son las personas". *"¿Sabemos quiénes son la generación del milenio? Los que están entre los 18 y 34 años, sabemos que es una población digital y no les gustan las cosas del pasado, pero son nuestros futuros trabajadores. Están muy acostumbrados a la digitalización, están acostumbrados al cambio, hay que crear empleos para ellos y darles la oportunidad de llevar las empresas", ha dicho sobre estos nativos digitales que "tienen tres características, comunes en todos los lugares: desean un trabajo que signifique algo, no quieren esperar la evaluación anual y les gusta trabajar en equipo, lo que llamamos conectividad". Así, ha calificado a los que nacieron a partir del año 2000 como "la 'Generación C', de conectividad", y ha vaticinado que "vamos a oír hablar mucho de ella".*

"En 2005 ya quedó claro que la digitalización iba a cambiar el mundo: educación, música, ventas... ¿Qué empresas han jugado a la ofensiva? Cualquier empresa que no tenga los algoritmos de la digitalización está en

peligro de extinción. Mi objetivo es ver cómo funciona la mente de los 'atacantes', ha continuado.

"Ya se han extinguido muchas empresas, faltan muchas más. Esto es real, no me lo estoy inventando, ya está aquí, necesitamos los CEOs de la nueva era, como lo fue Steve Jobs en su momento, estos son los líderes de la nueva era, los nuevos catalizadores que marcarán la pauta". "Hay que preguntarse qué pasa con mi empresa, tengo que estar bien preparado para superar algoritmos digitales. Todo el mundo puede prepararse y basta con leer los periódicos, aunque parezca que no te ataño.

El punto número cuatro que necesitamos hacer como gestores, ha añadido Charan, es "cambiar la mente, cambiar el chip". "¿Tienes la mente preparada para el futuro o estás permanentemente recordando lo buenos que fuimos en el pasado?", se ha preguntado. "Aquí la honestidad intelectual es muy importante. Hay que atacar, asume el liderazgo. Como no cambie tu actitud mental nada va a cambiar. En algún momento hay que recordarlo, hay que plantearse desarrollar estrategia ¿y quién va a hacerlo?"

"Cuando hablamos de estrategia, hay que cambiar la actitud mental, las teorías de estrategia no van a funcionar, no bastan. Busca cosas nuevas, conoce tu competencia sí, pero el verdadero desafío es la competencia digital", ha planteado.

"El quinto cambio es crucial, vital, como un trasplante de corazón", ha continuado el experto. Y tiene que ver con que "hoy sabemos que el poder está en manos del consumidor. Esto conlleva buscar una satisfacción de los consumidores desde el principio hasta el final. Organiza a tu compañía pensando en cómo se enfrenta el cliente a tus productos, a tu compañía, recaba información de hábitos de compra, organiza a tu compañía con la relación de principio a fin con el cliente".

Para terminar, ha dicho: "Y ahora viene lo más difícil, los antiguos negocios en los que podías ser el número 1 tienen un mercado total, el mercado de la banca tradicional ha disminuido, en cambio las nuevas vías de hacer banca y financiación se está expandiendo. Hay que cambiar de estrategia, no hay más remedio. ¿Quién tiene que desarrollar las estrategias?, las personas tienen que ir por delante de una estrategia, las personas con rigidez mental van a tener grandes dificultades para hacerlo. Busquen a esta gente nueva nativa digital y

busquen a personas con conocimientos en algoritmos, para ellos nada es imposible”.

“Quiero que todos vayan a la ofensiva, aprendan a atacar. Sáquenle el miedo a lo desconocido, el cambio es bueno, es creativo y tiene más poder ahora que lo fue la revolución industrial, hay que asegurarse de subir a este tren, ténganlo muy claro”, ha concluido entre aplausos.

El **MABS 2015** contó ayer en su sesión inaugural con las ponencias de **Gordon Brown, Bill Richardson, José Manuel Durão Barroso, Pau García-Milà, Juan Verde, Richard Gerver y Sir Ken Robinson**, que participó mediante videoconferencia en el evento organizado por ATRESMEDIA. En la segunda y última cita que tendrá lugar hoy jueves intervendrán, tras **Ram Charan, Tal Ben Shahr, Pau Gasol, David Muñoz y Carlos Barrabés** que estarán además acompañados por un grupo de empresarios españoles que analizarán el contexto empresarial actual y futuro tanto de España como de Portugal.

Tiempo de management

El MABS surge de la clara necesidad de los directivos y empresarios españoles de contar con jornadas de formación especializada y a cargo de expertos internacionales en materia de Economía, Gestión Empresarial, Innovación, Marketing o Recursos Humanos, entre otras. Durante dos días, en unas jornadas impulsadas por ATRESMEDIA, especialistas de todo el mundo compartirán conocimiento en diferentes áreas del management y de los negocios, a través de sus experiencias profesionales y personales. Ofrecerán contenido exclusivo e innovador, que servirá de inspiración a quienes ocupan cargos de responsabilidad en las empresas.

Ram Charan Estrategia y Ejecución Efectiva

La incertidumbre nos pone a prueba y debemos ser innovadores

Ram Charan es uno de los más destacados expertos en estrategia empresarial. Durante 35 años ha trabajado en la sombra para compañías como Bank of America, DuPont, Novartis, EMC, Home Depot, 3M y Verizon. Aclamado consultor y autor, Ram Charan ha entrenado a algunos de los CEOs más exitosos del mundo. Une el desarrollo personal con el éxito directivo a través de su programa “Insight: the DNA of Success”.

Segunda jornada del **Management & Business Summit**,
organizado por Atresmedia, que tiene lugar en Madrid

David Muñoz: "La actitud tiene que ser siempre levantarse buscando el 10"

**El cocinero español, que suma tres estrellas Michelin, ha
desgranado el camino que le ha conducido al éxito**



"Sólo me interesa hacer cosas que no se hayan hecho antes"

***"El nueve no es lo mismo que el diez. El nueve está muy bien,
pero el diez es otra cosa"***

***"En mi equipo sólo quiero gente así. No me importa que tengan
actitudes mejores o peores, pero quiero auténticos números uno
en potencia"***

***"No debe tener cabida en el mundo profesional la actitud
mediocre. Que no la mediocridad"***

***"La gente no se imagina cuánto cuesta ser constante siempre:
que tu peor día sea un 9,5"***

***"En Londres vamos a abrir algo súper punky, en Mayfair. Me dicen
que a lo mejor no es el escenario perfecto, pero estoy convencido
de que va a funcionar. Hay que arriesgar. La vanguardia implica
valentía"***

***"Abriremos en Londres cambiando nuestro propio concepto, que
ya es un concepto de éxito. No hay que conformarse. El
inconformismo bien entendido tiene que existir"***

***"Vivir en la zona de confort es pan para hoy y hambre para
mañana"***

***"Hay que ser capaz de que el equipo que te rodea desarrolle su
propio talento"***

***"No se pueden liderar grandes proyectos sin la parcela necesaria
de ambición y ego. Ambicionar es una de las formas de hacer
creatividad"***

***"La pasión, el talento, la actitud ganadora ante todo lo que
acometemos, son valores vitales"***

El Palacio Municipal de Congresos de Madrid acoge el evento para
directivos y empresarios más completo de España

Madrid, 18 de junio de 2015

David Muñoz, el cocinero de vanguardia español que suma tres estrellas Michelin, ha participado en el **Management & Business Summit 2015**, el primer gran encuentro de directivos y líderes mundiales que organiza ATRESMEDIA. La cita, conducida por la presentadora de ANTENA 3 NOTICIAS, Mónica Carrillo, cierra hoy su programa de dos días. En un momento crucial para el futuro de España y del mundo, **ATRESMEDIA** da un paso adelante y propone a los directivos españoles un foro de reflexión en el que grandes expertos darán las claves para la gestión y la toma de decisiones.

Tras la participación en la primera jornada de Gordon Brown, Bill Richardson, Durão Barroso, el asesor político estadounidense Juan Verde y el emprendedor Pau García-Milá, Muñoz ha participado en **MABS 2015** con una ponencia en la que ha explicado el camino que ha recorrido para convertirse en un chef de éxito.

Con toda una declaración de intenciones, David arrancó explicando que *"todo lo que he conseguido está vinculado a un equipo que me acompaña desde hace muchos años"*. **"La pasión, el talento, la actitud ganadora ante todo lo que acometemos, son valores vitales"**, explicó.

David abrió su primer DiverXo hace nueve años. *"En una calle fea, lo decoramos mal, con una cocina que era un zulo... pero con el convencimiento de que si hacíamos algo distinto triunfaríamos"*. El primer secreto del éxito es claro: *"DiverXo, el mundo Xo, hablan sobre innovación, sobre vanguardia. **Sólo me interesa hacer cosas que no se hayan hecho antes"***.

"La gente nos exige que todo lo que hagamos sea un 10, y que no se haya hecho antes", señaló Muñoz, que asegura que siempre aboga *"por la libertad en todos nuestro negocios, en todos los proyectos que acometemos"*.

"Hemos creído en nosotros mismos incluso cuando nadie daba un duro por nosotros. Yo quiero que en mis negocios se respire libertad. Siempre hemos intentado tener una filosofía clara sobre qué hacer y cómo hacerlo, con libertad pero siempre que tuviera sentido para nosotros", añadió el chef.

"En un mundo tan endogámico como la gastronomía, en el que parece que todo está inventado, que llegue una persona de 30 años y empiece a hacer las cosas de otra manera, tiene un precio. Incluso para mi equipo, que ha tenido que confiar en que todo tenía un sentido más allá del figurado de transgredir"

Hace dos años que el negocio fluye para Muñoz. Con una plantilla de 80 personas, en septiembre serán 120 cuando abran en Londres y el año que viene, con aperturas en Mumbay y Nueva York espera tener un staff de 200. Sin embargo, *"ha habido momentos de gestión mental complicados. Llegué a pesar 30 kilos más de los que peso ahora. Cuando llegó la primera cámara de televisión a mi restaurante no sabía ni contestar, ni explicarme"*, reconoce. *"La mala gestión del éxito me provocó una ansiedad brutal, un sufrimiento real. No todo ha sido el sueño americano, ha habido una cara B. Levantarse cada día*

con el convencimiento de que las cosas mejorarían. Ni me equipo ni yo firmamos un contrato que nos decía que el sufrimiento tendría un premio. Trabajar 16 horas al día, 6 días a la semana, por encima de nuestras posibilidades, un paso por delante de lo que la realidad nos marcaba... Ha sido parte del éxito. Levantarte con esta actitud no es fácil, y más difícil todavía para la gente que te rodea"

"Hoy la gente que llega al proyecto llega a un proyecto de éxito, que quiere comerse el mundo de forma literal, pero durante estos años he liderado este equipo al que le decía que algún día trabajarían menos horas, podrían cobrar un dinero que se merecían... Ocho o diez personas muy joven, con un talento brutal, que podrían estar liderando lo que quisieran, y están a mi lado. Esa sensación de pertenencia siempre ha existido en DiverXo", explica Muñoz.

Como parte de su filosofía, explica que "hay tantas cosas derivadas de nuestro negociado, que realmente es cocinar, freír huevos o cortar cebollas... que no nos han hecho perder de vista que somos buenos porque freímos los huevos como nadie"

*El secreto del éxito, para David Muñoz, radica en que **"El 9 no es lo mismo que el 10. El discurso siempre ha sido el mismo. El 9 está muy bien, pero el 10 es otra cosa. Esto funciona en cualquier ámbito empresarial"**. "Hay un salto cualitativo con el que me he obsesionado siempre, el del 9 al 10, que es tan brutal pero puede ser imperceptible. Como cocinero tengo la sensación de que si haces un menú de 9 la gente no tiene la percepción de que podría ser mejor, y se va encantada. Pero si haces un menú de 10, sale diciendo que no ha encontrado nunca nada como lo tuyo. Eso es lo que te hace trascender de verdad", señala.*

"Hemos ido persiguiendo un sueño. Hay una parte de pasión vinculada al talento importante. La realidad es que si no hay talento no hay nada, nos dediquemos a lo que nos dediquemos", resume Muñoz.

***"La actitud tiene que ser siempre levantarse buscando el 10. En mi equipo sólo quiero gente así. No me importa que tengan actitudes mejores o peores, pero quiero auténticos números uno en potencia. Aunque tengan muchas cosas por aprender, que yo también las tengo, que tengan hambre en los ojos, que tengan actitud ganadora, que pretendan que cada día la misma salsa sea la mejor"**, confirma.*

"Competir contigo mismo, pretender seguir avanzando... **No debe tener cabida en el mundo profesional la actitud mediocre. Que no la mediocridad.** Que no todo el mundo tiene la misma capacidad, pero si la posibilidad de tener la misma actitud". Porque Muñoz estima que "no hay mayor forma de hacer creatividad que perseguir tus sueños. Siempre me he permitido soñar grande y he tenido en cuenta que los grandes sueños conllevan grandes sacrificios"

"A día de hoy vivo por y para mi negocio y mi equipo. No paro de querer más. Podríamos parar, tenemos mucho éxito, pero queremos más. 2015 será el primer año en que DiverXo sea rentable", señala. "Hay que ser consecuente, es otra de las claves de nuestro éxito, del liderazgo incluso. **La gente no se imagina cuánto cuesta ser constante siempre: que tu peor día sea un 9,5.** Y que sea consecuente. En nuestro caso, el mejor ejemplo es el de las marcas: en los últimos años nos han propuesto cosas que nos podrían haber hecho ganar mucho dinero, pero quizá habría sido tomar el camino corto y a la larga habría sido un problema. No hay que tener prisa".

"Lo primero es creértelo tú mismo, estar seguro de lo que haces para poder generar confianza en un tercero". Y sobre otras de sus cualidades, explicó que "ambición y ego son dos palabras que hay que poner en perspectiva para que no parezcan lo que no son, pero **no se pueden liderar grandes proyectos sin la parcela necesaria de ambición y ego. Siempre hay que ambicionar cosas, en nuestro día a día, en nuestro negocio... Ambicionar es una de las formas de hacer creatividad.** Y el ego, si yo a día de hoy no creo que lo que hago está muy bien y estoy dando una nueva dimensión a la experiencia gastronómica en un restaurante... Tengo fe ciega en que lo que hago tiene sentido".

"Vanguardia significa hacer un camino que no estaba abierto. Tienes que tener más fe en ti que nunca, porque te genera dudas". **"En Londres vamos a abrir algo súper punky, en Mayfair. Me dicen que a lo mejor no es el escenario perfecto, pero estoy convencido de que va a funcionar, pero es un riesgo. Hay que arriesgar. La vanguardia implica valentía"**.

"Hemos logrado empezar a conformar una estructura de negocio sólida alrededor de lo que nos ha ido pasando. Hemos ido tomando decisiones financieras y de equipo valientes, con la actitud ganadora de tener el pie en la tabla del afilador. DiverXo está concebido por un núcleo duro que es el restaurante, que es deficitario por definición, y a partir de ahí hemos empezado

a construir cosas de forma concéntrica. Hemos tenido que pararnos a pensar qué queríamos hacer. Hemos conseguido premios y reconocimientos, prácticamente todo... Tocaba reciclar lo que queremos hacer, habíamos perdido un poco la perspectiva. ¿Qué faltaba por hacer? Pues muchas cosas, pero hemos tenido que volver a sentarnos y a pensar qué queríamos soñar”.

“No siempre fue fácil el camino. Para llegar hoy aquí, explicando nuestra receta del éxito, del liderazgo, hubo que aprender mucho por el camino”, reconoce. “En algún momento era tal el nivel de angustia que tuve que buscar ayuda de un psicólogo. El inconformismo me ha acompañado de forma vital, siempre tengo la sensación de que todo podría ir mejor. Me creí que si no había sufrimiento no habría logros. El coach no me abrió las puertas de la felicidad. Me ayudó a entender la parte vinculada a las obsesiones y cómo gestionarlas”.

“Abriremos en Londres cambiando nuestro propio concepto, que ya es un concepto de éxito. No hay que conformarse. El inconformismo bien entendido tiene que existir”

Una cosa tiene clara David Muñoz: ***“Vivir en la zona de confort es pan para hoy y hambre para mañana”***, a lo que suma que ***“hay que ser capaz de que el equipo que te rodea desarrolle su propio talento”***.

Muñoz cree que *“si somos capaces de ser felices con nosotros mismos, salimos de la zona de confort para buscar nuestro talento, desarrollarlo y dedicarnos a él, vamos a lograr que la gente que hay a nuestro alrededor desarrolle sus talentos y la empresa no tenga límites”*. *“No hay límites. Soñar es necesario y el talento siempre triunfa ante cualquier otra connotación”*

Tiempo de management

El MABS surge de la clara necesidad de los directivos y empresarios españoles de contar con jornadas de formación especializada y a cargo de expertos internacionales en materia de Economía, Gestión Empresarial, Innovación, Marketing o Recursos Humanos, entre otras. Durante dos días, en unas jornadas impulsadas por ATRESMEDIA, especialistas de todo el mundo compartirán conocimiento en diferentes áreas del management y de los negocios, a través de sus experiencias profesionales y personales. Ofrecerán contenido exclusivo e innovador, que servirá de inspiración a quienes ocupan cargos de responsabilidad en las empresas.

Intervención en la segunda jornada del MABS 2015, que se celebra en Madrid

Pau Gasol, en el **Management & Business Summit organizado por ATRESMEDIA:**

“El liderazgo es algo más que el rendimiento, que los números, hay jugadores con grandes estadísticas que no se les considera ganadores”



“Los deportistas podemos causar un gran impacto en la sociedad y en los niños. Es alucinante, es uno de los privilegios más grandes que puedo tener y una de las fuentes de motivación en mi vida”

“Ser un líder significa *stepping up* cuando tu equipo más lo necesita, al igual que cuando un amigo te ayuda en un momento delicado con una frase de apoyo, de confianza”

“Tengo la gran suerte de dedicarme a algo que me apasiona, hay que encontrar una profesión que nos haga felices”

El Palacio Municipal de Congresos de Madrid acoge el evento para directivos y empresarios más completo de España

Madrid, 18 de junio de 2015

Pau Gasol, uno de los deportistas españoles más valorados y con más éxito internacional, ha continuado con las ponencias de la segunda jornada del **Management & Business Summit 2015**, el primer gran encuentro de directivos y líderes mundiales que organiza ATRESMEDIA. El evento, que ha conducido la presentadora de ANTENA 3 NOTICIAS, Mónica Carrillo, comenzó ayer miércoles y se celebrará hasta la tarde de hoy jueves en el Palacio Municipal de Congresos de Madrid.

En un momento crucial para el futuro de España y del mundo, ATRESMEDIA da un paso adelante y propone a los directivos españoles un foro de reflexión en el que grandes expertos darán las claves para la gestión y la toma de decisiones.

Pau Gasol, referencia en el mundo del baloncesto nacional e internacional, cuya personalidad trasciende lo deportivo y que acaba de anunciar su vuelta a la Selección Española, ha manifestado que es *"un placer poder dirigirme a todos y todas vosotras. Dejo el balón por un momento para hablar del liderazgo inteligente"*.

"Podría contaros que nací líder, que todo fue fácil y que nací con el anillo de campeón..., pero no os voy a mentir; no nací un líder, fui un niño con ilusión y ganas de disfrutar y con la pasión de jugar al baloncesto, en algún momento incluso me creí un superhéroe", ha comenzado, para subrayar que *"la autoestima y la confianza es importante. Convertirse en un líder no es fácil, hay varios factores que entran en juego. Uno de ellos es el tiempo, hay que ser conscientes y saber que es un camino largo, no hay que llegar a ser viejos, pero hay que trabajarlo. Otro es el esfuerzo y la constancia, que es algo de lo que me siento orgulloso, es un valor fundamental para alcanzar el éxito"*.

Asimismo, *"el afán de superación pese a las adversidades y el no conformarse con haber llegado a un cierto nivel o haber tenido un buen año"*.

"¿Por qué hablamos de liderazgo? Todos necesitamos líderes, referentes. Algunas figuras importantes para mí y que me han inspirado, además de la gran suerte que he tenido de tener unos padres que han sido un apoyo fundamental, han sido Mandela, Gandhi; personas que quizá no tengan que ver en el deporte, aunque Mandela se apoyara en el deporte para cambiar la historia de un país..., y Michael Jordan, que fue otro de mis líderes, soñaba con jugar en la NBA, y el que a nivel deportivo más me ha marcado", ha manifestado.

Además, *"el liderazgo es algo más que el rendimiento, que los números; hay jugadores con grandes estadísticas que no se les consideran ganadores. Ser un líder no es necesariamente ser el mejor, sino tener el poder de revelar lo mejor de los demás"*, ha asegurado.

También está, a juicio de Gasol, *"el factor del deseo, no se nace líder, hay que perseguirlo"*. *"Tengo la gran suerte de dedicarme a algo que me encanta, hay que encontrar una profesión que nos haga felices, es un gran privilegio. En nuestra profesión, como en casi todas, hay mucha competitividad y hay que estar preparado para ello, hay que demostrar que eres valioso. En nuestra profesión también están las lesiones. Gracias a mis padres he aprendido a lidiar con ellas y también gracias al equipo que he encontrado para cuidarme en este sentido. Cada detalle es importante para mejorar tu carrera y tu rendimiento"*, ha añadido.

"La presión de rendir es muy importante, en un mundo tan mediático como el mío no siempre es fácil" y esto es algo que afronta *"con entrenamiento, preparación y trabajo"*.

"Un líder busca estímulos fuera y motivación en su entorno," y en este punto ha mencionado a Rafa Nadal por *"su cercanía y humildad"*, porque *"he estado cerca de él y me llena, me da una inyección para seguir trabajando"*. Y, *"por supuesto, mi hermano Marc, su éxito y su motivación, vi su progresión, que ha conseguido con mucho sacrificio y compromiso"*.

Protagonistas clave de su visión de la vida son *"los niños"* ha dicho, porque *"los deportistas podemos causar un gran impacto en la sociedad y en los niños es alucinante. Es uno de los privilegios más grandes que puedo tener y una de las fuentes de motivación en mi vida"*.

Gasol ha continuado enumerando cinco puntos para definir el liderazgo inteligente, a través de la palabra **SMART**, que él transforma en siglas para destacar:

"Step-Up: *estar preparados para subir el escalón y para superar los obstáculos, algo en lo que hay que tener ambición, cada día cuenta para llegar a las metas. Un líder no es el que no comete errores, sino el que los minimiza, como leí en un libro, así que hay que asumirlos. Ser un líder significa stepping up cuando tu equipo más lo necesita, al igual que cuando un amigo te ayuda en un momento delicado con una frase de apoyo, de confianza"*.

En este momento también ha expresado que *"un líder debe lidiar con el temor"*, dijo Gasol mientras enseñaba una foto de Shaquille O'Neal para mostrar la envergadura de su oponente, a la que luego le ha seguido otra de él cuando llegó a la élite del baloncesto.

Posteriormente ha abordado el **"Manage Success"**: *hay que saber manejar el éxito, a mucha gente se le sube a la cabeza, no hay que olvidar lo que ha costado llegar allí. Lo difícil no es llegar, sino mantenerse y a ese nivel. Y mantener los pies en el suelo. Lo hago siempre, no olvidándome de mis raíces. Hay que ser conscientes de que esto es un paso más".* En este aspecto para Gasol es determinante *"las iniciativas a nivel social, humano, que me permiten ponerme en la piel de personas que no han tenido la suerte, las características, las condiciones económicas que he tenido yo"*, ha expresado sobre una experiencia que ha podido vivir gracias a su papel como embajador de Unicef, entre otras actividades sociales. Y también ha añadido que *"hay que tener sed de aprender más allá de tu burbuja. Me gusta mucho la medicina, es otra de mis pasiones, lo que pasa en los hospitales que he podido vivir es brutal, he visto operaciones de columna vertebral, escoliosis..."*

En tercer lugar ha manifestado que *"tenemos que aceptar decisiones, **Accept Decisions**, y luego ha destacado el concepto de **Reman an example** porque nuestras acciones repercuten en los demás, los que tengáis niños sois ejemplo para ellos. Tenemos un poder de influencia grande"*.

Finalmente, Gasol considera importante *"tener una visión, sentirla y trabajar para conseguirla, **Tell your vision and outside your field**"*.

Preguntado por el público asistente sobre lo que más le motiva fuera de la cancha, Gasol ha concluido: *"Lo que más orgulloso me hace sentir fuera de mi carrera, lo que más me llena a nivel humano es mi trabajo con los niños, es un trabajo súper intenso y con unas reacciones muy especiales, niños que salen de quimioterapia y te miran con una sonrisa, una ilusión en sus ojos..."*.

El **MABS 2015** contó ayer en su sesión inaugural con las ponencias de **Gordon Brown, Bill Richardson, José Manuel Durão Barroso, Pau García-Milà, Juan Verde, Richard Gerver y Sir Ken Robinson**, que participó mediante videoconferencia en el evento organizado por ATRESMEDIA. En la segunda y última cita que tiene lugar hoy jueves intervendrán, tras **Ram Charan, David Muñoz y Pau Gasol, Tal Ben Shahr, Rahaf Harfoush y Carlos Barrabés** que estarán además acompañados por un grupo de empresarios españoles que analizarán el contexto empresarial actual y futuro tanto de España, como de Portugal.

Tiempo de management

El MABS surge de la clara necesidad de los directivos y empresarios españoles de contar con jornadas de formación especializada y a cargo de expertos internacionales en materia de Economía, Gestión Empresarial, Innovación, Marketing o Recursos Humanos, entre otras. Durante dos días, en unas jornadas impulsadas por ATRESMEDIA, especialistas de todo el mundo compartirán conocimiento en diferentes áreas del management y de los negocios, a través de sus experiencias profesionales y

personales. Ofrecerán contenido exclusivo e innovador, que servirá de inspiración a quienes ocupan cargos de responsabilidad en las empresas.

Pau Gasol

Motivación y liderazgo

Primer español en ser elegido para jugar un All-Star Game de la NBA

Pau Gasol es el segundo español en jugar en la NBA, el primero en ser elegido para jugar un All-Star Game de la NBA (Houston 2006), en clasificarse para los Playoffs (con Memphis Grizzlies en 2003-04), y en conseguir el campeonato de la NBA, dos años consecutivos con Los Angeles Lakers. Actualmente juega en los Chicago Bulls de la NBA.

Con la Selección Española Gasol ha puesto de manifiesto sus dotes de liderazgo, llevando al equipo nacional a hacer historia dentro del baloncesto mundial. La figura de Gasol es la del esfuerzo y la motivación, principios que ha sabido trasladar a su equipo para alcanzar un objetivo común. Embajador comprometido de distintas organizaciones sociales, su capacidad de superación y de adaptación a nuevos entornos han sido claves para alcanzar su éxito.

Segunda jornada del **Management & Business Summit**,
organizado por Atresmedia, que tiene lugar en Madrid

Rahaf Harfoush: "Los clientes quieren sentir que les presentas una propuesta específica para ellos"



La estratega, que fue asesora de la campaña digital de la candidatura de Barack Obama, impartió una charla sobre la importancia del marketing digital

"Las fuentes del pasado eran fiables, hoy vivimos en el mundo en el que cualquiera puede publicar, crear contenido... hoy cuesta mucho cerrar el círculo"

"Estamos pasando de una era de escasez de datos a otra de abundancia, que cambia nuestra forma de aprender, de gobernar, de todo..."



"En un mundo tan rápido como el actual es interesante que las empresas usen los datos para cerrar la brecha entre lo que producen y lo que su público quiere"

"Si todos nuestros clientes tienen una sobrecarga de información, hay que poner el foco. No podemos contarle todo a todos. Hay que determinar bien quién es nuestro cliente"

"La gran tendencia es el diseño basado en respuesta"

"Busca a los influencers, gánate su amistad"

"Analiza tu compañía, o tu departamento de marketing. ¿Tienes a alguien experto en datos? Cada vez es más importante contar con perfiles así"

El Palacio Municipal de Congresos de Madrid acoge el evento para directivos y empresarios más completo de España

Madrid, 18 de junio de 2015

Rahaf Harfoush, consultora de estrategia digital que formó parte de la campaña digital de la candidatura de Obama a la presidencia de los Estados Unidos, ha participado en el **Management & Business Summit 2015**, el primer gran encuentro de directivos y líderes mundiales que organiza ATRESMEDIA. La cita, conducida por la presentadora de ANTENA 3 NOTICIAS, Mónica Carrillo, cierra hoy su programa de dos días. En un momento crucial para el futuro de España y del mundo, **ATRESMEDIA** da un paso adelante y propone a los directivos españoles un foro de reflexión en el que grandes expertos darán las claves para la gestión y la toma de decisiones.

Tras la participación en la primera jornada de Gordon Brown, Bill Richardson, Durão Barroso, el asesor político estadounidense Juan Verde y el emprendedor Pau García-Milá, y en el día de hoy de David Muñoz y Pau Gasol, Harfoush ha participado en **MABS 2015** con una ponencia sobre liderazgo y estrategia en un mundo hiperconectado.

"Hoy tenemos la posibilidad de acceder a la información 24 horas al día, tenemos el teléfono que nos da acceso a internet... Muchas personas están

ATRESBUSINESS

Dirección de Comunicación
comunicación@atresmedia.com
91 623 08 25/6/7/8



constantemente conectadas. Miramos el teléfono 150 veces al día, revisamos el correo 50 veces al día...”, ha comenzado Harfoush.

Esta hiperconexión tiene algún efecto negativo: *“Tenemos fuentes ilimitadas de información, el proceso no tiene fin... lo que nos causa dificultades con la información porque seguimos buscando el final, que ya no existe”.*

Otro cambio importante, en opinión de Harfoush, es que ***“Las fuentes del pasado eran fiables, hoy vivimos en el mundo en el que cualquiera puede publicar, crear contenido... hoy cuesta mucho cerrar el círculo”***

Lo cierto es que, según ha explicado la experta, *“Liberamos dopamina cuando el móvil nos avisa de un mensaje, pero también cuando vemos algo nuevo”*, algo que se complementa con que ***“estamos pasando de una era de escasez de datos a otra de abundancia, que cambia nuestra forma de aprender, de gobernar, de todo...”***

“Hoy los datos están por todas partes, son fáciles de conseguir. El cambio se produce con mucha rapidez. Cada dos meses sale un servicio nuevo que cambia radicalmente el sector. Cada uno de nosotros se ha convertido en un productor de datos”, ha señalado la analista, que considera que *“tanta información es casi incomprensible”.*

Estos cambios en el mundo facilitan que ***“En un mundo tan rápido como el actual es interesante que las empresas usen los datos para cerrar la brecha entre lo que producen y lo que su público quiere”.***

En este contexto, Harfoush considera que ***“si todos nuestros clientes tienen una sobrecarga de información, hay que poner el foco. No podemos contarle todo a todos. Hay que entender que tenemos un recurso ilimitado, que es la información, pero el recurso tiempo y el dinero siguen siendo limitados. Hay que determinar bien quién es nuestro cliente”***

Harfoush apuesta por la hiperadaptación. *“Como hay tanta abundancia las empresas han comprendido que pueden crear productos dedicados a cada cliente, en exclusiva. Lo importante es que estamos pasando de recomendaciones a personalización, a productos hechos solo para ti. Crean una experiencia adaptada a cada persona”.*

Harfouh pone ejemplos de soluciones personalizadas que triunfan en Internet, como eHarmony o la medicina personalizada para explicar que **"la gran tendencia es el diseño basado en respuesta"**. En esta línea, ha añadido que **"los clientes quieren sentir que les presentas una propuesta específica para ellos"**

"¿Cómo consigues ajustar a la medida de la gente tu producto? Es lo que se llama la microinfluencia", indica la experta, que añade que *"los clientes ahora tienen un impacto enorme sobre las campañas",* puesto que *"Si escribo un tuit que se convierte en viral, tendrá el mismo impacto que un periódico. Hay que aprender a escucharlo"*.

En estos momentos en los que el consumidor tiene tanta influencia *"no se deben ignorar los primeros síntomas de alarma, porque quizá una disculpa podría atajar un problema de relaciones públicas que acabarían costándote millones",* en opinión de Harfouh. **"Busca a los influencers, gánate su amistad",** resume.

"Hay consumidores que optan por pagar más por productos que comparten sus valores", por lo que *"hay que ir asignando valores a lo que das, a lo que ofreces, a lo que dice tu producto del que lo compra. La gente busca su tribu. Competir solamente con el precio no es una estrategia sostenible a largo plazo"*. La tendencia nos lleva a *"construir la mejor marca con productos que significan algo"*

"Hay nuevos motores del comportamiento. Hay cosas que vinculan a tu identidad, a tu reputación, a la divisa social"

"Lo digital ahora es una extensión de nosotros mismos, es una parte integral de nuestro adn. Eso significa que hay lugares y espacio en los que puedes conectar con tus consumidores, no sólo segmentar y ver sus perfiles, sino sus hábitos, que te muestren qué oportunidades tienes. El objetivo es convertirte en indispensable"

"Analiza tu compañía, o tu departamento de marketing. Tienes a alguien experto en datos? Cada vez es más importante contar con perfiles así"

Otras de las claves que ha dado Rafah Harfouh son:

"Si no estás siempre buscando oportunidades, las pasarás por alto"

"Tómate tiempo, 25 minutos a la semana, lee revistas, blogs, busca inspiración de forma variada"

"Contrata y recluta a la gente con apetito de innovación"

Tiempo de management

El MABS surge de la clara necesidad de los directivos y empresarios españoles de contar con jornadas de formación especializada y a cargo de expertos internacionales en materia de Economía, Gestión Empresarial, Innovación, Marketing o Recursos Humanos, entre otras. Durante dos días, en unas jornadas impulsadas por ATRESMEDIA, especialistas de todo el mundo compartirán conocimiento en diferentes áreas del management y de los negocios, a través de sus experiencias profesionales y personales. Ofrecerán contenido exclusivo e innovador, que servirá de inspiración a quienes ocupan cargos de responsabilidad en las empresas.

Segunda jornada del **Management & Business Summit**, organizado por ATRESMEDIA, que tiene lugar en Madrid

Carlos Barrabés: "Antes podías hacer algo diferente, ahora tienes que hacer algo excepcional"



"La digitalización y la globalización están transformando el mundo, esto nos lleva a entornos de cambio acelerado"

"Hay varias funciones del mundo que se han desestabilizado: las cosas no pasan sobre nuestros pies, ocurren sobre nuestras cabezas, esto significa un gran cambio en la tecnología"

"Hay cosas que no se ven, temas increíbles, que tienen que ver con la tercera revolución industrial, formada por tres ciencias: la nanotecnología, la genética y la robótica"

"Hemos pasado de la verticalización, estamos entrando en un proceso de digitalización y nos vamos a la transversalización"

El Palacio Municipal de Congresos de Madrid acoge el evento para directivos y empresarios más completo de España

Madrid, 18 de junio de 2015

Carlos Barrabés, empresario experto en el comercio virtual y mundial, ha participado en el **Management & Business Summit 2015**, el primer gran encuentro de directivos y líderes mundiales que organiza ATRESMEDIA. La cita, conducida por la presentadora de ANTENA 3 NOTICIAS, Mónica Carrillo, cierra hoy su programa de dos días celebrado en el Palacio Municipal de Congresos de Madrid. En un momento crucial para el futuro de España y del mundo, **ATRESMEDIA** da un paso adelante y propone a los directivos españoles un foro de reflexión en el que grandes expertos darán las claves para la gestión y la toma de decisiones.

Tras la participación en la primera jornada de Gordon Brown, Bill Richardson, Durão Barroso, el asesor político estadounidense Juan Verde, el emprendedor Pau García-Milà y el experto en educación Richard Gerver, además de Sir Kevin Robinson por videoconferencia, y en el día de hoy de David Muñoz, Pau Gasol y Rahaf Harfoush, **Carlos Barrabés** ha ofrecido en el **MABS 2015** una ponencia titulada **"E-Business. La 3ª Revolución Industrial: el futuro como estrategia y en los negocios"**.

"Hay varias funciones del mundo que se han desestabilizado: las cosas no pasan sobre nuestros pies, ocurren sobre nuestras cabezas, esto significa un gran cambio en la tecnología", ha comenzado.

"La globalización es algo inherente al ser humano. Las comunidades humanas siempre han querido ir más allá, forma parte de la raza humana". En este momento, ha añadido, *"más importante aún es la tecnología". "Globalización y tecnología cambian el mundo, esto nos lleva a entornos de cambio acelerado",* ha remarcado.

Así, ha puesto como ejemplo que *"de repente comienza a venderse por internet, luego un poco más, después supone un 40% y termina por venderse todo"*. Conocer y saber cómo es *"el cambio acelerado necesita de mucha intuición"*, ha añadido Barrabés.

El experto se ha preguntado *"¿cómo explicar lo que ocurre en el mundo? Si fuera un marciano vendría al foro humano, a Times Square, es el sitio donde pasan las cosas. Allí vería un mundo global, grandes marcas, muchos profesionales, un restaurante y ¿qué hay detrás de ese restaurante?, toda la cadena de producción de EEUU. Este es el mundo que hemos creado y va a*

más, la productividad es importante, pero no va a ser la diferencia. La nueva productividad es lo que está detrás de todo", ha señalado como clave.

"Cada vez es más difícil enterarse de lo que pasa en la calle. Hay cosas que no se ven, temas increíbles, que tienen que ver con la tercera revolución industrial, en la que tienen que ver la nanotecnología, la genética y la robótica, estas tres ciencias son la tercera revolución industrial, con una gran diferencia sobre las anteriores", ha asegurado.

"El siglo pasado ha sido el siglo de la productividad de la mano de obra y esto continúa este siglo con la ayuda de los robots, pero ahora se va a producir la productividad de los recursos", ha añadido.

En este sentido, ha subrayado que *"la profundidad de este cambio es enorme, en el mundo digital se ve fácil, venimos del mundo analógico, del e-commerce, y ahora pasamos al digital business: hacer que su producto se convierta en un proceso tecnológico, en esto estamos todo el planeta, de la salud, a la banca, la energía".* Después, *"la cuarta revolución industrial está en la productividad, una impresora en 3D te hace unas zapatillas. La digitalización es un hecho y va a estar en los próximos 3-4 años, pero hay pasos más allá, en el mundo agro ya ha comenzado",* ha citado como ejemplo.

Y todo *"esto ocurre en una economía de redes, cada vez más necesitas establecerte en red",* donde hay *"dos cosas transformadoras: la digitalización y la globalización, que están cambiando el mundo. Y lo que te hace digital y global son las redes",* ha añadido.

En un contexto futuro en el que *"tener productos no es una diferencia, todo el mundo va a tener los mismos productos, y los ciclos tecnológicos van a ser muy cortos y los algoritmos muy rápidos",* para Barrabés *"el valor está en los datos y en el ecosistema, todo lo demás no es tan importante".*

"¿Y cómo contacto con el cliente?", ha preguntado. *"El gran valor está en la experiencia del usuario, que debe ser integradora, holística, bidireccional",* ha contestado.

Sobre los cambios que afectan al presente y al futuro más cercano, Barrabés ha dicho que *"hemos pasado de la verticalización, estamos entrando en un proceso de digitalización y nos vamos a la transversalización".*

Posteriormente, ha añadido la idea de que que *"ahora estamos en cadenas de valor y en cadenas de adyacencia"* y que *"el mundo ésta en un proceso de modularización bestial porque así todo es más cómodo. Y esto crea unas sinergias físicas y mentales, y esta nueva adyacencia necesita emprendedores: o eres alguien que hace cosas o eres el sitio donde se hacen las cosas"*, ha vaticinado.

"Vamos a mundos de coinnovación, hay demasiada gente en el mundo creando, hay tanta gente con tantos proyectos que lo mejor es ser plataforma de ellos", ha manifestado, para concluir su intervención asegurando que *"antes podías hacer algo diferente, ahora tienes que hacer algo excepcional"*.

Preguntado por si la era de la tecnología terminará destruyendo empleos, Barrabés ha contestado que *"el riesgo es que en un país no haya educación"*.

Tiempo de management

El MABS surge de la clara necesidad de los directivos y empresarios españoles de contar con jornadas de formación especializada y a cargo de expertos internacionales en materia de Economía, Gestión Empresarial, Innovación, Marketing o Recursos Humanos, entre otras. Durante dos días, en unas jornadas impulsadas por ATRESMEDIA, especialistas de todo el mundo comparten conocimiento en diferentes áreas del management y de los negocios, a través de sus experiencias profesionales y personales. Ofrecerán contenido exclusivo e innovador, que servirá de inspiración a quienes ocupan cargos de responsabilidad en las empresas.

Carlos Barrabés

E-Business. La 3ª Revolución Industrial: el futuro como estrategia y en los negocios

Experto invitado por la Comisión Europea y el Senado para explicar los cambios que se producirán con la revolución tecnológica que estamos viviendo

Carlos Barrabés es uno de los españoles incluido en la lista de Jóvenes Líderes Globales del Foro Económico Mundial. Conocido por su gran habilidad para entender el actual contexto y los cambios que la tecnología está provocando a nivel mundial, ha sido invitado por la Comisión Europea y el Senado para explicar los cambios que se producirán con la revolución tecnológica que estamos viviendo. Actualmente es asesor de empresas y entidades financieras con temas relacionados con innovación y pymes.



En 1994 fundó una de las primeras compañías de comercio electrónico en España (www.barrabes.com), que actualmente es el portal en lengua castellana líder absoluto en más de cuarenta países, con más de dos millones de consultas al mes y una media de siete mil visitas diarias.

Barrabés fundamenta su discurso en la Transparencia y la gestión de la Experiencia de Cliente a través de la tecnología e Internet para potenciar el desarrollo empresarial, aprovechando la nueva realidad social.

Segunda jornada del **Management & Business Summit** organizado por ATRESMEDIA, que ha tenido lugar en Madrid

Tal Ben-Shahar: "Centrarse en lo que funciona, funciona"



El experto en Psicología Positiva en la Universidad de Harvard y creador del "Curso de la felicidad" clausuró las jornadas con una charla de ética

"Todos necesitamos resiliencia, porque la vida es dura y siempre habrá dificultades y dolor"

"La psicología positiva no dice que ignoremos el problema, dice que no ignoremos lo que sí funciona"

"Es mucho más importante centrarte en tus puntos fuertes. No sólo te hace más fuerte, también te hace más feliz"

El Palacio Municipal de Congresos de Madrid ha acogido el evento para directivos y empresarios más completo de España

Madrid, 18 de junio de 2015

Tal Ben-Shahar, experto en Psicología Positiva en la Universidad de Harvard y creador del "Curso de la felicidad", ha clausurado esta tarde el **Management & Business Summit 2015**, el primer gran encuentro de directivos y líderes mundiales que organiza ATRESMEDIA. En un momento crucial para el futuro de España y del mundo, ATRESMEDIA da un paso adelante y propone a los directivos españoles un foro de reflexión en el que grandes expertos han dado las claves para la gestión y la toma de decisiones.

Tras la participación en la primera jornada de Gordon Brown, Bill Richardson, Durão Barroso, el asesor político estadounidense Juan Verde y el emprendedor Pau García-Milá, y en el día de hoy de David Muñoz y Pau Gasol, Rafah Harfoush o Carlos Barrabés, entre otros, Ben-Shahar ha participado en **MABS 2015** con una ponencia sobre la ética.

Ben-Shahar comenzó la ponencia relatando su propia búsqueda de la felicidad: *"La psicología positiva tiene que centrarse en aquello que funciona. Normalmente nos preguntamos qué va mal, pero cada vez hay más investigaciones que demuestran que lo que hay que hacer son otras preguntas: ¿Qué es lo que sí funciona en tu vida, en tu organización?"*

Estas son las frases más destacadas de Tal Ben-Shahar en su intervención:

"La psicología positiva no dice que ignoremos el problema, sólo que no ignoremos lo que sí funciona".

"Hay tres secretos de la felicidad, no uno. El primero, la realidad. El segundo, la realidad. El tercero, la realidad".

"Centrarse en lo que funciona, funciona".

"Todo cambia cuando cambias la pregunta, la que te permite aprender"

"Los niños con éxito tenían una gran capacidad de resiliencia, de rebotar después de caer, de superar dificultades, el fracaso..."

"Todos necesitamos resiliencia, porque la vida es dura y siempre habrá dificultades y dolor".

"Vaya bien o mal la economía, siempre hay desafíos que enfrentar en el trabajo. Lo mismo en una relación. Es la naturaleza".

"La psicología positiva nos ayuda a tener más resiliencia"

"Es importante tener un objetivo. Nietzsche dijo que cuando sabes el para qué, todos los cómo se hacen más fáciles"

"Es importante dar y ser generoso para ser feliz"

"Contribuir con el bienestar de otros fomenta la resiliencia. Ayudar a otros nos ayuda a nosotros".

"La vida es dura, pero si persistimos vamos a superar los obstáculos y a lograr nuestra meta".

"Hacemos lo que vemos, no lo que nos dicen que hagamos".

"Los mejores libros de autoayuda son las biografías, una biografía sólida es un cuadro de realidad sólida"

"La zona de rendimiento óptimo es donde se solapan tu mayor fortaleza con lo que te hace sentir bien"

"El ejercicio regular reduce la probabilidad de sufrir Alzheimer en un 42%. No hay medicamento que se le acerque"

"Es mucho más importante centrarte en tus puntos fuertes. No sólo te hace más fuerte, también te hace más feliz"

"¿Por qué no empezamos las reuniones de trabajo preguntándonos qué hemos hecho bien?"

"Cuando agradeces lo bueno, lo bueno gana valor"

Tiempo de management

El MABS surge de la clara necesidad de los directivos y empresarios españoles de contar con jornadas de formación especializada y a cargo de expertos internacionales en materia de Economía, Gestión Empresarial, Innovación, Marketing o Recursos Humanos, entre otras. Durante dos días, en unas jornadas impulsadas por ATRESMEDIA, especialistas de todo el mundo compartirán conocimiento en diferentes áreas del management y de los negocios, a través de sus experiencias profesionales y personales. Ofrecerán contenido exclusivo e innovador, que servirá de inspiración a quienes ocupan cargos de responsabilidad en las empresas.

Tal Ben-Shahar

Personas. Psicología Positiva

Experto en Psicología Positiva en la Universidad de Harvard y creador del "Curso de la felicidad"

El "profesor de la felicidad" sostiene la teoría de que, creando un ambiente positivo en el trabajo se impulsa el potencial inherente a los líderes, pero también el de todas las personas que trabajan con ellos. Ben-Shahar afirma que la mayoría del potencial de una organización así como el de una persona está sin explotar. Por ello las personas con talento se sienten atraídas por aquellas empresas que sacan lo mejor de ellas.

Este profesor de Harvard y creador del 'Curso de la felicidad' es autor de investigaciones sobre Liderazgo, Desarrollo Organizacional y Psicología Positiva, y ha escrito varios libros, entre ellos, "Ganar Felicidad", "The Pursuit of Perfect" y el más reciente, "Even Happier".

Reinventa la forma de gestionar negocios y equipos

Es tiempo de

