

Imaginación

contactos, el transmisor Universal de entradas/salidas XYR 6000 puede conseguir ahorros de hasta el 30% en costes frente a dispositivos similares que pueden transmitir sólo dos señales de entrada. Esta familia de transmisores XYR 6000, que incluye una versión que permite transmitir hasta dos entradas y proporcionar una salida local discreta, es ideal para aplicaciones como monitorizaciones de alarmas de nivel, marcha/paro de bombas y alarmas del sistema. Los nuevos dispositivos complementan otros transmisores wireless de la línea de productos de Honeywell XYR 6000, que incluye transmisores de presión diferencial, relativa o absoluta, de temperatura, de entradas analógicas, de entradas digitales, de monitorización de corrosión y de posición de válvula. Estos dispositivos son elementos de la solución global de Honeywell OneWireless, la red industrial wireless diseñada para cumplir con los requerimientos hardware de ISA100.11a. Esta red puede soportar de forma simultánea miles de dispositivos, incluyendo transmisores, y equipos de tecnología de operación móvil y de seguridad física, para monitorizar más eficientemente el proceso, los activos y las personas.

Honeywell.

Correo-e: barbera.debaar@honeywell.com

Internet: www.honeywell.com/ps/wireless

>> Solución que permite identificar a las personas de forma inequívoca mediante la palma de la mano

Saident, compañía especializada en el diseño y creación de soluciones avanzadas de identificación, presenta un sistema biométrico basado en el patrón de las venas de la palma de la mano que permite identificar a las personas de forma inequívoca y ofrecerles servicios personalizados. La solución desarrollada por Saident amplía las posibilidades de la biometría y las lleva más allá del campo de la seguridad, ya que las dota de herramientas de valor añadido que permiten una mayor interacción con la persona identificada. El sistema VeenID está pensado para integrarse en entornos y sistemas que necesitan identificar de forma inequívoca a personas y que, además, quieren aprovechar la identificación para ofrecer nuevas prestaciones. Sus aplicaciones permiten, por ejemplo, supervisar la asistencia y puntualidad de trabajadores de una empresa, de forma que se gestione más fácilmente la productividad y el cumplimiento de horario de cada uno de ellos. Además, es capaz de ofrecer mensajes personalizados para cada perfil. Por ejemplo, en unas oficinas se podrían configurar perfiles para trabajadores, visitantes y clientes, y ofrecerles mensajes de bienvenida en pantallas situadas junto al sistema de identificación, darles información sobre adónde deben dirigirse o, incluso, mostrarles su agenda, así como incluir mensajes promocionales. El sistema también puede interactuar con otros sistemas del edificio, como aire acondicionado, ilumina-



En estos tiempos, cuando todo el mundo parece saber de economía, cuando todos aportan su granito o sus camiones de arena a la ceremonia de la confusión, los oráculos que ponen nuestro futuro en la innovación son cada vez más. Generar nuevas ideas parece ser la consigna, pero ¿dónde están esos lagos de creatividad en los que todos deseamos hacer una inmersión? Voy a la red para conocer qué dan de si dos palabras juntas, imaginación + crisis; encuentro 1.180.000 entradas. Una cuantas repiten: "En tiempos de crisis, la imaginación es más efectiva que el intelecto". Esta frase se atribuye a Einstein y sirve para aplicarla a todo tipo de actividades humanas que desean tener éxito y ánimo de lucro.

Nunca se debe desaprovechar una crisis, opina el jefe de gabinete de Obama. Pero, ¿quién le pone el cascabel al gato? Uno de los mayores referentes de creatividad es el Instituto de Tecnología de Massachusetts (MIT). "Tradicionalmente, a las universidades no les gustan los riesgos, mientras que al ámbito comercial y al mercado no les gusta centrarse en la investigación. ¿Cómo impulsar la unión de ambos polos?", se preguntaba Charles L. Cooney, director del Deshpande Center del MIT, que recientemente visitó Barcelona. Él mismo daba la solución. "El buen objetivo de la innovación es conseguir tener impacto en el momento adecuado. El ecosistema Universidad-empresa debe colaborar para gestionar la posibilidad de éxito".

Las recetas para la crisis son muchas. En su libro *La clase creativa. La transformación de la cultura del trabajo y el ocio en el siglo XXI*, Richard Florida opina que, aunque se afirma que vivimos en una economía "de la información" o del "conocimiento", lo más importante es que ahora contamos con una economía alimentada por la creatividad humana y esta es ahora la fuente decisiva de ventaja competitiva, ya que por medio de ella, revisamos y mejoramos constantemente productos, actividades y procesos imaginables y los encajamos de maneras nuevas. Además, la creatividad tecnológica y económica se ve alimentada por la artística y cultural, con la que interacciona. Esta interacción resulta evidente en la aparición de empresas completamente nuevas, como las que confían en lo digital.

Ya en su anterior libro, *Las ciudades creativas*, nos alertaba para intentar acertar con el sitio donde vivir. "A pesar de la era globalizada, la ubicación geográfica es mucho más importante de lo que nunca ha sido. Las ciudades cada vez se especializan más, se diferencian, en lo que se refiere a su carácter económico y a su mercado laboral. Esto afecta directamente a la calidad de vida que proporcionan y al tipo de gente que vive en ella. En una sociedad muy móvil, la mayoría de personas tienen la capacidad de decidir dónde quieren vivir. Pero el que dio ideas para el futuro, también en Barcelona, fue el catedrático de Física Teórica Michio Kaku. Él lo imagina lleno de paredes inteligentes a las que formular preguntas, vestir lentes con realidad aumentada, chips insertados en todo tipo de objetos y ordenadores controlados por la mente. De todo esto nos sale una pócima: unir la capacidad de inventar el futuro, de manera creativa, y acertar con la ciudad para hacerlo. Si funciona, sólo el futuro lo dirá.