

EN EL MERCAT ACTUAL L'ÚNIC QUE VAL ÉS LA LLEI DEL MÉS FORT.

Actualment estem davant un mercat molt globalitzat, on cada dia, les empreses s'assemblen més i ofereixen productes homogenis. És per això que les empreses, igual que els productes en Publicitat, cal que trobin i "venguin" la seva Únic Selling Proposition, és a dir, allò que tenen elles i no ho té la resta. És aquí on pren tant importància la innovació, cal innovar per ser competents.

Es va contar amb professionals de l'àmbit audiovisual, com del món de les Telecomunicacions qui van oferir la seva aportació sobre la innovació dintre dels seus sectors a la taula rodona "*Cap a al competitivitat des de la innovació*".

Es van fer diferents aportacions com ara: presentar com a àrea clau de la televisió de futur la possibilitat de tenir una gestió global de la informació, independentment del tipus de format i de la forma d'accés i destaca com a punts clau de la tecnologia; el desenvolupament de les tecnologies sense fils; els sistemes de recerca dins la xarxa i la banda ampla; plantejar la producció digital dins l'entorn de la televisió, o mostrar l'escenari d'aplicació dels serveis de VoIP, en el qual, el motor de futur dels serveis de Telecomunicacions és el software, entre d'altres aportacions.

Les principals conclusions que es van extreure van ser: que cal trobar una bona coordinació a nivell d'institucions per tal de ser molt més eficients; que s'ha de demanar una major valoració de la innovació per part de la societat, separar la banda ampla de la línia telefònica; que la línia d'abonat sigui propietat de l'abonat i no de la companyia telefònica i que l'administració centri la seva activitat en servir al ciutadà i regular correctament, i que no entri en competència amb l'empresa privada.