

d'empreses de noves tecnologies a la Torre Mapfre, on hi ha WOL Espanya, o el World Trade Center, poden convertir Barcelona en una nova versió de Silicon Valley a la catalana. A tot això s'afegeix que moltes de les empreses que van sorgir, principalment a Madrid, producte de l'especulació de la bombolla de la nova economia han desaparegut amb la crisi que ha sacsejat el NASDAQ. Això no ha passat amb d'altres homònimes catalanes que,

basant-se en la clàssica estructura de la PIME familiar i sense l'interès especulatiu típic fins ara a la Xarxa, troben el seu forat en aquest mercat tan competitiu.

Amb aquestes perspectives d'una nova economia que és cada vegada més dirigida des dels paràmetres de la vella economia –beneficis immediats *versus* perspectives de futur–, els nous actors podrien beneficiar-se de l'experiència que ja es té en creació i gestió d'empreses. Sobretot

PIME, un model de negoci que encaixa perfectament amb la nova Internet post-crisi gràcies a l'agilitat i a la capacitat que han de prendre decisions ràpides al ritme frenètic que marca Internet.

Per cert, la crisi de la nova economia no afectarà Catalunya perquè, de moment, no hi ha gaires empreses a què pugui afectar. Només de moment.

Víctor Clariana

Una oportunitat amb data de caducitat

Sens dubte, proposar-se fer, en aquest moment, un exercici de predicció sobre quin serà el futur d'Internet i de l'anomenada *societat de la informació* a Catalunya, és com a mínim agosarat, si el que es pretén és concloure un escenari futur perfectament determinat. El moment actual està immers profundament en el canvi i en la transformació. Observem el vertigen del continu procés d'innovació en les tecnologies de la informació i la comunicació (les ja famoses TIC) i ens costa, com a persones i com a organitzacions, seguir el ritme de les diferents noves tecnologies i de les seves potencialitats, i una part de la població està passant a ser víctima d'allò que en Richard Saul Wurman defineix com l'ansietat de la informació: la sensació angoixant de no poder mantenir el ritme amb tot el que passa en el nostre entorn tot i els nostres millors intents.

Som plenament conscients del canvi, però no sabem amb certesa cap on ens acabarà portant. Alguna literatura fins i tot assenyala que potser hem entrat en una nova era de canvi permanent.

Per contra, és interessant i oportú fer algunes reflexions sobre aspectes que cal començar a analitzar com a factors clau per al desenvolupament d'Internet i de la societat de la informació al nostre país. Perfilaré un utòpic escenari de futur –sense una referència temporal exacta–, que representaria la situació a la qual desitjaríem tendir. L'enfocaré des d'una òptica bàsicament econòmica i sense entrar en aspectes de tipus social

i cultural, però no per això menys importants.

Consistiria en un país dotat d'unes infraestructures de telecomunicació de primer nivell i equilibradament desplegades pel territori, acompanyades d'unes infraestructures logístiques i de transport en el mateix nivell. La formació dels professionals, la innovació i la R+D són potenciades i suportades des dels sectors privat i públic, i s'ha propiciat l'aparició de noves empreses en l'economia digital. S'ha vertebrat una sòlida economia de generació de continguts i de coneixements, que són pol d'atracció de talents i de productors.

Infraestructures. El desplegament efectiu d'unes infraestructures de telecomunicació adequades, especialment en l'amplitud de banda, esdevé un dels factors més determinants en el desenvolupament. I vam començar força bé: l'establiment de les tres demarcacions per assegurar el desplegament en tot el territori català, la constitució de Localret (el consorci públic de quasi tots els ajuntaments catalans) com a iniciativa conjunta per potenciar, facilitar i coordinar el desplegament del cable... Ara bé, el desplegament s'està produint més lentament del que s'havia previst. En aquest sentit és fonamental que s'articulin totes les mesures possibles, per garantir l'accés ràpid i progressiu del territori a sistemes de comunicació amb més capacitats que els actuals, entre les quals cal tenir en compte el fet de facilitar al màxim el desplegament als diferents operadors i l'aprofitament de les in-

fraestructures existents i infrautilitzades, que cal posar al servei de tots els operadors. El cable i la fibra òptica van ser l'aposta inicial i cal mantenir-la a llarg termini. Mentrestant poden ser vàlides les tecnologies de capacitat intermèdia com l'ADSL, sense que això suposi renunciar als objectius inicials de desplegament de la banda ampla. Un immediat, veritable i decidit abaratiment de l'accés a Internet hauria de completar les actuacions en aquesta línia.

L'actual i creixent manca de professionals relacionats amb les TIC està esdevenint, ja, un fre per al desenvolupament i cal prendre mesures urgentment. No es redueix a un problema d'augment de l'oferta d'enginyers informàtics i de telecomunicació. Aquest increment és una de les mesures per solucionar la mancança, però en cap cas n'és la solució. Un factor clau és que les accions que es portin a terme estiguin orientades a la demanda. Cal proveir el mercat dels perfils professionals realment demanats, que moltes vegades no s'ajusten ni es corresponen amb les titulacions universitàries actuals. D'altra banda, caldrà articular programes de reciclatge de titulats en les carreres no relacionades directament amb les TIC. Així, els llicenciats en estudis de lletres i d'humanitats podran respondre, amb el procés d'adaptació adequat, a les necessitats concretes del mercat.

Per assolir aquests objectius, és necessari posar l'èmfasi en la necessitat de distingir i prioritzar les actuacions segons la immediatesa del seu efecte. Serà necessa-

ri, doncs, actuar en paral·lel, combinant mesures d'efecte ràpid amb mesures a mitjà termini i programes a llarg termini.

Noves empreses. No ens falten projectes, però cal posar tots els ingredients perquè es transformin en projectes "empresarials". Hem de fer més fàcil allò que una bona colla de pioners catalans van arribar a fer quan començava a néixer Internet a l'estat espanyol. Cal potenciar els espais

en què els projectes es posin empresarialment a prova, cal donar suport i formació als nous emprenedors, cal potenciar l'ara incipient aparició de capital risc que s'ha ressentit de la crisi dels valors tecnològics, de l'abril d'enguany, a les borses. Cal generar un clima de confiança per als emprenedors. I en aquest sentit tenen una important responsabilitat tant els agents privats com els grans grups empresarials i financers, com l'administració pública a

través de polítiques actives i programes adients amb els corresponents recursos. Iniciatives com la del 22@BCN del Poblenou de Barcelona estan clarament alineades en aquesta direcció. En definitiva, tres reptes: infraestructures, formació i emprenedors. Cal que els afrontem amb celebritat, perquè l'oportunitat caduca.

Gabriel Domingo

Dir. gen. Institut Català de Tecnologia

AUTOMÒBIL

Més interrogants que mai

El 2001 no serà per a la indústria automobilística europea i, per tant, també per a la que hi ha instal·lada a casa nostra, un any fàcil. Així ho creu almenys Carlos Espinosa de los Monteros, el màxim responsable de Daimler-Chrysler a Espanya, pel qual, en el sector, "mai s'havia estat en una situació d'incertesa com l'actual". Un dels principals interrogants serà l'evolució del mercat mundial. Una evolució que ja ha començat a afectar grans constructors com General Motors, que ha anunciat reduccions de plantilla tant als Estats Units com a Europa.

Per l'actual president de Seat, Bernd Pischetsrieder, que havia presidit fins al 1999 la també alemanya BMW, l'experiència que es té d'altres vegades és que l'augment del preu dels combustibles no ha comportat una davallada en les vendes d'automòbils, però sí que hi ha hagut canvis en la demanda, que s'ha dirigit cap a vehicles menys cars i de menor consum. Una tendència que, si es confirmés, no seria pas negativa per a les plantes que hi ha a l'estat espanyol, tradicionalment especialitzades en la fabricació de cotxes de gamma baixa. De tota manera, les xifres de matriculacions indiquen tant a l'estat espanyol com als dos principals mercats on es venen els cotxes fabricats aquí (Alemanya i França) una clara desaceleració de les vendes durant la segona meitat del 2000, que segurament continuarà durant el 2001. Hi ha contribuït l'increment del preu dels carburants, però a això s'hi han afegit altres factors, com la puja

da dels tipus d'interès o el fet que en els últims anys s'hagi renovat una part important del parc automobilístic. Al mercat espanyol, el 2000 s'haurà tancat amb la venda de prop d'1.400.000 turismes, una quantitat similar a la del 1999 (que va ser un rècord històric). Però el fet és que l'Anfac, la patronal dels fabricants, havia previst un augment de matriculacions d'un 6%, que no es va complir, i que l'estancament que mostren les xifres és enganyós, ja que és fruit d'un augment de vendes en els primers mesos de l'any que es va convertir en forts descensos en els últims mesos. Per al 2001, els fabricants creuen que es tornaran a repetir les vendes dels dos últims anys, amb el permís, això sí, de l'evolució del preu del barril de petroli, de la cotització de l'euro i, sobretot, del nivell de confiança dels consumidors.

Un altre interrogant que plana sobre el sector és el de la distribució. Els marges dels fabricants s'han anat reduint a mesura que augmentava la competència i cada cop són més llaminers els marges de què disposen els concessionaris. La possibilitat de vendre directament als clients via Internet es mostra cada cop més factible. A això s'ha d'afegir la perspectiva d'un canvi profund de la legislació europea sobre l'actual sistema de concessionaris. El comissari de la competència, Mario Monti, n'ha fet una croada gairebé personal, després de constatar que actualment els cotxes poden ser venuts només a través de concessionaris exclusius de cada marca, que sis grups automobilístics controlen tres quartes parts del mercat de la UE, i



La fàbrica de Nissan, que s'ha fusionat amb Renault, a Martorelles.

que això fa possible que hi hagi diferències de preus per a un mateix vehicle de fins al 65% entre diferents països. Aquest 2001 s'haurà de discutir un nou sistema que hauria d'entrar en vigor a mitjan any 2002, i que podria facilitar l'existència de concessionaris multimarca o de la venda de cotxes en les grans superfícies.

Al mateix temps, en el sector automobilístic, es comença a posar en dubte l'eficiència de les grans fusions que hi ha hagut en els últims anys, sobretot després de veure el resultat de l'aliança entre Daimler Benz i Chrysler. Molta gent també es pregunta, per exemple, si són compatibles les cultures empresarials de Nissan i Renault.

També s'estan obrint interrogants sobre l'estratègia empresarial que seguiran les grans marques. Així, Espinosa de los Monteros opina que en els pròxims anys els constructors tornaran a assumir part de