

SESSIÓ PARAL·LELA CLUSTER 22@ BARCELONA CLÚSTER TIC

PONENTS:

Stuart Webb, director de Clusters d'Innovació i Política TIC- Advantage West Midlands.

Elisabet Juan, consultora de Competitiveness Group.

Discussants:

Vicenç Gasulla, director general de la Fundació Barcelona Digital.

Carles Gómara, director d'Innovació del CIDEM.

Oriol Alcoba, director de Projectes del Clúster TIC del 22@ Barcelona.

Moderador: **Miquel Mateu**, director de Promoció Econòmica Interior de l'Ajuntament de Barcelona.

Aquesta sessió va estar protagonitzada per les experiències de dos clústers molt distants en l'espai geogràfic, però amb força punts en comú en els seus plantejaments i objectius. Tal com es va veure, el clúster anglès de les West Midlands i el del 22@ de Barcelona aposten tant per una estreta col·laboració entre els factors de la denominada triple hèlix, com per una sòlida direcció estratègica basada en la innovació i el desenvolupament de les capacitats característiques d'aquests dos territoris.

L'experiència de Birmingham: el Clúster TIC de la zona de les West Midlands

L'experiència de Birmingham de les West Midlands, un territori amb similituds socioeconòmiques amb Catalunya, segons va explicar Stuart Webb, és un exemple paradigmàtic de col·laboració entre pimes, universitats i govern local i estatal. El seu èxit està basat en un treball de prospectiva intern, per a esbrinar-ne les seves potencialitats; i també extern, per a conèixer i satisfer els mercats consolidats i de futur. Amb una ferma direcció estratègica, basada en tres eixos –el treball en xarxa, la innovació i el desenvolupament de les habilitats i capacitats–, revisa minuciosament els projectes abans de finançar-los, a fi i efecte de poder-los brindar després tot el seu suport.

El ponent va iniciar la sessió tot fent una breu exposició sobre els principals trets de Birmingham i la regió de les West Midlands, on se situa el Clúster TIC, destacant les similituds amb Barcelona i Catalunya, ja que la capital, amb un milió d'habitants, és considerada la segona ciutat d'Anglaterra, i la regió, amb cinc milions d'habitants en total, té un important teixit empresarial format per pimes i una xarxa universitària amb 13 centres.

Segons dades aportades per Webb, el Clúster de les TIC està format majoritàriament per pimes, amb una mitjana de 10 treballadors, i representa el 5,4 % del volum de negocis en TIC de la Gran Bretanya i el 6 % del volum de negocis i transaccions total –*turnover*– de la regió. En aquest context, va destacar l'estreta col·laboració entre les empreses, tant petites i mitjanes com grans (Marconi, IBM, Fujitsu o Celestica), amb les universitats i els governs regional i estatal.

Per a Stuart Webb, l'èxit del Clúster de les West Midlands rau en dos factors. Els primer és que s'ha centrat en les mateixes empreses que desenvolupen TIC i en els seus mercats, i ha creat allò que va anomenar "un passadís de coneixement". "Has de treballar els teus punts forts i explotar-los al màxim", ja que –com va recordar– "no podem competir amb Silicon Valley", però el que sí es pot fer és treballar per aconseguir excel·lència en la innovació, cosa que a mitjà termini té importants repercussions en benefici de l'economia regional i nacional. "Els clústers poden transformar economies", va sentenciar, posant com a exemple el cas de Singapur o de Malàisia.

Així mateix, el ponent es va mostrar fermament convençut que les empreses que operen en un clúster són més eficients, ja que aprofiten millor les economies d'escala i els recursos compartits en innovació i transferència de coneixement, tot afirmant que "perquè un clúster tingui èxit, no ens ha de necessitar: innovació i competitivitat han de ser independents". Com a part d'un grup, les empreses poden millorar la font de nous coneixements i cercar oportunitats d'innovació a través de vincles més sòlids amb les institucions, els proveïdors de serveis i les universitats. També poden servir millor als mercats existents i futurs per respondre als seus canvis, i establir vincles més estrets amb els clients i els mercats locals.

El segon factor d'èxit del Clúster de les West Midlands té una forta relació amb el seu funcionament orgànic i amb la seva direcció estratègica, basada en tres eixos: el treball en xarxa, la innovació i el desenvolupament de les habilitats i capacitats. En conseqüència, el seu organigrama compta amb un director general i tres directors d'àrea. Les àrees són aquestes: una per al suport genèric a les empreses (màrqueting, finançament, etc.), una altra que desenvolupa les habilitats i capacitats, i una tercera que desplega la innovació col·laborant de braçet –va remarcar un cop més– amb les universitats.

Dels 10 projectes que tenen en marxa, Webb en va destacar quatre de paradigmàtics. El primer, relacionat amb la tecnologia sense cables, el West Midlands Mobile and Wireless; el segon, que investiga en intel·ligència artificial en estreta col·laboració amb diverses universitats, IT Futures AI; l'iCentrum, que explota l'experiència de molts *brokers* que saben explicar i vendre l'experiència de les pimes a grans empreses; i el Photonics Cluster, "que ha aconseguit vendre tecnologia a Hollywood" i figura en aquest aspecte com a centre de referència i entre l'elit a escala mundial.

Dins l'activitat pública del Clúster de les West Midlands hi ha una conferència anual durant la qual es lliura un premi, convocat en cinc categories: TIC Excel·lència en la Innovació de Producte, de Servei, Excel·lència de les TIC en el Sector Públic, Habilitats i Excel·lència en TIC, i Excel·lència de les TIC en Associacions Creatives. Aquests premis tenen una modesta dotació econòmica (2.000 €), però –segons va explicar– Webb han aconseguit tenir un gran prestigi i un demostrat ROI per als guanyadors, ja que ràpidament es beneficien amb una considerable ampliació de la seva cartera de clients, millorant la comercialització dels seus productes i rebent noves ofertes de finançament.

Per finalitzar la seva ponència, Webb va parlar del finançament, en especial del públic, dient que en el cas de West Midlands és més aviat escàs i que això els obliga a escollir i seleccionar molt bé on inverteixen. Aquest fet, que han sabut convertir en un punt fort, els ha obligat a revisar el concepte mateix de clúster i en concret les seves línies estratègiques –que són examinades cada tres anys–, com també a explorar les noves tendències dels mercats. Per il·lustrar això, el ponent va utilitzar el símil d'una planta, que "si bé s'ha de regar, cuidar, protegir i deixar créixer, també has de vetllar perquè les seves arrels creixin correctament".

Més informació a: <http://www.advantagewm.co.uk/>

L'experiència de Barcelona: Clúster TIC, Presentació del Pla Estratègic

El Pla Estratègic del Clúster TIC del 22@ es basa en dues línies de treball: d'una banda, potenciar l'oferta, facilitant el creixement de les empreses TIC que el formen i, de l'altra, promoure la seva demanda, i explicant les seves capacitats a sectors consolidats a Catalunya i a nous mercats internacionals, segons va explicar Elisabet Juan. Per obtenir una significació dins la gran competència de clústers que hi ha al món, el pla ha segmentat les TIC d'acord amb la seva demanda, la seva oferta, la tradició i l'expertesa local, així com la seva emergència per a potenciar-los, en estreta col·laboració amb tots els actors de la *triple hèlix*.

La ponent va ser l'encarregada de presentar el Pla Estratègic de Millora de la Competitivitat de les Empreses TIC a Barcelona a través del model de clúster, impulsat per la Fundació Barcelona Digital i el 22@Barcelona, amb l'ajut de la Secretaria d'Estat per a les Telecomunicacions, el CIDEM i el COPCA. La presentació va constar d'una exposició de metodologies de treball i d'objectius a assolir, per bé que encara sense resultats, ja que el pla es va presentar al Nadal del 2007. Segons dades aportades per la ponent, el sector TIC a Catalunya es concentra majoritàriament a l'àrea metropolitana de Barcelona i està format principalment per pimes, encara que també hi ha multinacionals; en total són 1.800 empreses que tenen 150 unitats de R+D, en les quals treballen 97.400 persones, registren una facturació anual global de 18.700 milions d'euros, i incrementen any rere any la seva productivitat: "El sector de les TIC és clau al món: gairebé és l'únic que augmenta la productivitat de les empreses, en un 45 % aproximadament".

El pla tindrà una durada de quatre anys, del 2008 al 2011, i un finançament previst de 12 milions d'euros. La seva missió i objectius són ambiciosos: créixer anualment entre un 10 i un 15 %, assolir una facturació de 28.000 milions d'euros i crear 25.000 nous llocs de treball qualificat, que tinguin en compte la formació contínua i el desenvolupament professional, a part de sofisticar la demanda local i posicionar-se internacionalment. Però, a més a més, caldrà fer innovació en productes, articular les pimes implicades amb les multinacionals que s'instal·len al 22@ i fer una transferència real de coneixement, no solament a escala local, sinó europea i internacional, comptant amb l'avantatge que representa "estar sota el mateix paraigua, donar a conèixer ajuts i tenir el 22@ com a soci, per la seva capacitat d'atracció internacional".

Per acomplir els objectius esmentats, el pla ha dissenyat dues grans línies estratègiques: potenciar l'oferta, facilitant el creixement de les TIC, i promocionar la seva demanda, difonent les TIC i les seves capacitats en sectors consolidats a Catalunya com ara el turístic o el tèxtil. Com a resultat de les consultes mantingudes amb diverses empreses del sector, el pla també inclou altres estratègies "que, si bé no són molt noves, són efectives", com ara ajuts al desenvolupament empresarial i a la internacionalització, promoure la qualitat estimulant la gestió de processos i de recursos humans i diversificar i afavorir el finançament, per exemple, fomentant operacions de *venture-capital*. En definitiva, es pretén des del 22@ promocionar, fomentar, canalitzar i coordinar pimes, multinacionals, els governs local i estatal, i universitats.

El quid per a Elisabet Juan és fer que aquest clúster trobi el seu fet diferencial entre tots els que existeixen, ja que "hi ha molts clústers al món, i ens hem de preguntar si volem ser un puntet més al mapa o brillar amb llum pròpia", tot i la dificultat a priori que té Espanya, que segons els últims informes del WEF està en posicions molt baixes en competitivitat, per sota de països com l'Índia, Israel o Estònia. Per tant, calen iniciatives de reforç propi i facilitar la innovació, generar valor, cercar una clientela, un mercat –global i internacional– i "saber i tenir ben clar quins són els nostres punts de partida". En aquest sentit, el pla ha segmentat els diferents sectors TIC tenint en compte la seva demanda, la seva oferta, la tradició i l'expertesa local, i la seva emergència, per a potenciar-los, resultant com a àrees demandants aquelles relacionades amb els serveis compartits (*call-centers*, administració, etc.), salut, banca i

assegurances i, com àrees d'oferta, les relacionades amb la seguretat digital (telefonía, xifrats, etc.) i la mobilitat en el sentit més ampli (transports terrestres, marítims i aeris, i telefonía mòbil).

D'aquesta segmentació de l'oferta i la demanda es desprenen les que seran les principals àrees de potenciació de les TIC del 22@, tenint present que és un sector molt dinàmic i canviant i que seran revisades cada any. Aquestes àrees seran: l'*e-health* (la recepta electrònica, per exemple), l'*e-business*, l'*e-learning*, la mobilitat, la interactivitat entre persones i dispositius, la digitalització de processos, la telefonía mòbil, els serveis compartits d'empresa i la seguretat en les xarxes (en telefonía, Internet, pagaments electrònics, etc.). La ponent va posar l'exemple d'un subsector dels esmentats que ja funciona plenament al clúster del 22@, el dels *shared services*, o serveis compartits, no només per a desenvolupar *call-centers*, sinó també processos administratius i de facturació, unes eines que ja utilitzen empreses com ara Sara Lee o Avis, que s'han instal·lat recentment a Barcelona, ja que, tot i que és "una ciutat amb alts costos immobiliaris i de personal, està considerada d'alta qualitat –*star quality*".

Un cop més, i per acabar la seva presentació, la ponent va emfasitzar la necessitat de realitzar el pla en una estreta col·laboració i cooperació entre els actors de la triple hèlix: universitats, multinacionals i pimes del sector TIC, i administració pública, en aquest cas tots articulats per la Fundació Barcelona Digital, que és "l'entitat natural per a fer-ho", i el 22@ Barcelona, "que té el coneixement en els clústers, les infraestructures i ofereix una gran possibilitat d'interfície amb àrees d'interès per a les TIC, com ara els mèdia, l'energia i la salut".

Més informació a: <http://www.competitiveness.com/>

Debat

Entre els assistents a la sessió és va generar, més que un debat, allò que es podria anomenar una presentació de casos d'èxit del Clúster TIC del 22@, tots basats en l'anàlisi de l'oferta i la demanda.

El primer *case study* presentat va ser el de l'empresa ITEC Group, que, segons va exposar el seu delegat, Pere Martínez Pérez, està especialitzada en la creació i innovació de programari lliure, en concret per a la Generalitat de Catalunya. Pere Martínez va explicar de manera succinta "com s'ha arribat a poder realitzar des d'un clúster un projecte d'èxit d'aquestes dimensions". En primer lloc, es va crear un grup de treball format per sis empreses, per "poder reflexionar, descobrir, identificar i qualificar projectes d'interès per al nostre sector"; en definitiva, per poder casar oferta i demanda. Després, un cop creat aquest "ecosistema de treball", s'hi va incorporar el coneixement que mancava, introduint noves empreses al projecte i duent-lo a terme amb un seguit de bones pràctiques identificades i amb "molta creativitat". Els resultats, segons Martínez, varen ser òptims. En el vessant intern, el benefici no només va ser econòmic, sinó que va permetre que un grup de petites empreses assolissin un alt grau de visibilitat i realitzessin un gran projecte, que difícilment haurien pogut elaborar de manera individual. Quant al vessant extern, el client va quedar altament satisfet, percebent un alt grau d'eficàcia en l'execució i consecució de resultats i "tenint una transferència de coneixement directa, complint-se totes les seves expectatives". Un clúster és, va dir Martínez per tancar la seva intervenció, "un nou model de negoci, paral·lel al tradicional, que fa que les pimes siguin més competitives".

El segon cas d'èxit exposat va ser de l'àmbit del sector turístic. Francesc Mateu, d'Androme Ibérica (www.androme.es), va explicar com partint d'un consorci de 10 petites pimes i dues universitats, i amb una inversió de 600.000 € per a recerca i desenvolupament, varen realitzar una anàlisi de mercat fins arribar a desenvolupar amb èxit productes tecnològics per al sector

turístic. El quid en aquest cas va ser aconseguir posicionar i explotar el producte, incorporant al projecte noves empreses que els varen aportar el coneixement que els mancava.

El tercer *case study* va ser exposat per Rafael Escudero, gerent del Clúster per a la Innovació (www.clusterinnovacio.com), "associació d'empreses, universitats i entitats sense ànim de lucre de la qual la Fundació Barcelona Digital ocupa la presidència". Aquesta associació té com a objectius "cercar, identificar i provocar idees que desemboquin en projectes útils, oportuns i viables tecnològicament, unint oferta i demanda". Per a fer-ho, han creat un espai, de caràcter lúdic i desinhibit, que han anomenat Ideing. Aquest espai actua com a punt de trobada entre diversos sectors socials que, amb una visió polièdrica, exposen les seves necessitats i debaten sobre el seu futur. Aquests debats són seguits, sense participar-hi i "sense convertir l'espai en vendes i mercadeig", per experts en TIC, que així poden saber quines són les necessitats d'un determinat sector. La segona sessió és només per als experts TIC, en les quals desenvolupen i uneixen idees que després transmeten, en una tercera i última sessió, als membres del sector, als qui proposen tecnologies viables i adients a les seves necessitats.

Per tancar la sessió, tots els *discussants* varen fer un breu parlament refermant i recollint les principals idees exposades pels ponents i en el debat. Varen convergir a definir els clústers com una unió entre *networking*, innovació i *skills*, en la qual han de treballar conjuntament tots els actors de la *triple hèlix*, mirant de casar oferta i demanda i, en el cas particular del 22@, creant-hi prou massa crítica com per a poder-se internacionalitzar, especialitzar i competir amb altres territoris.

Vicenç Gasulla, director general de la Fundació Barcelona Digital.

Va començar la seva breu intervenció dient que l'exposició dels tres casos d'èxit del Clúster TIC del 22@ era la millor presentació del mateix, i es va mostrar fermament convençut, recollint les paraules de Stuart Webb, que "*networking*, innovació i *skills* són la manera de fer funcionar un clúster, localitzant el talent, tenint capacitat innovadora i de treball en xarxa". El cas del 22@ ha estat possible, va destacar Gasulla, gràcies a una "comunió entre els sectors privat i públic i una gran voluntat política", que han vist en Barcelona un territori vertebrador per la seva concentració industrial i universitària, entre altres coses. En l'actualitat, el Clúster del 22@ està centrat a "agafar volum, fer créixer la massa crítica" i poder crear subclústers per a tenir així la capacitat de poder-se internacionalitzar. Tot això és possible, va cloure Gasulla, perquè hi ha marcades unes línies estratègiques rectores i alhora una gran flexibilitat "de poder canviar i redirigir-nos cap a on va el mercat".

Oriol Alcoba, director de Projectes del Clúster TIC del 22@ Barcelona.

Es va mostrar convençut que "l'objectiu del 22@ és la millora de la competitivitat de les empreses" i que el clúster ofereix l'àmbit perfecte per a fer-ho, ja que és el lloc on les empreses competeixen entre si, mentre prenen consciència que han de cooperar per a aconseguir objectius que totes soles no podrien assolir, com ara internacionalitzar-se. Va destacar que la II Jornada "ja és una manera de difondre l'activitat del clúster", que segons Alcoba té una gran importància per la seva capacitat de crear partenariat, de donar a conèixer possibilitats de finançament per projectes o de cercar-lo, si s'escau, i identificar oportunitats de negoci.

Carles Gómara, director d'Innovació del CIDEM.

La seva intervenció es va basar en tres idees clau: la primera va ser la seva pròpia definició de clúster, com a "lloc amb efectes multiplicadors de sinergies", on se supleixen les mancances

que poden tenir les polítiques sectorials pel que fa a identificar necessitats i adaptar o crear nous productes que les cobreixin. La segona es va centrar en el paper que ha de tenir l'administració pública en la vida d'un clúster, que a l'inici ha de ser "molt presencial, fent de motor, però que després s'ha de saber posar a un costat" fent el paper d'acompanyament per a les empreses. La tercera idea exposada per Gómara, enllaçada amb la segona, es va referir a les persones, ja que "no només s'ha de saber identificar empreses, sinó també les persones que faran de motor del clúster".

IDEES FORÇA

Stuart Webb, director de Clusters d'Innovació i Política TIC- Advantage West Midlands.

- Conèixer els teus punts forts

Els clústers mitjans i/o petits "no poden competir amb Silicon Valley" i, per a tenir èxit, han de fer un exercici de prospectiva i conèixer, treballar i explotar al màxim els seus punts forts. En el cas del Clúster de les West Midlands, aquest treball es va centrar en les mateixes empreses que desenvolupen TIC i en els seus mercats, consolidats o futurs, aconseguint-hi una excel·lència en la innovació, que a mitjà termini té importants repercussions en benefici de l'economia regional i nacional.

- Direcció estratègica ferma

El segon factor d'èxit d'aquest clúster té una estreta relació amb el seu funcionament orgànic i amb la seva direcció estratègica, basada en tres eixos: el treball en xarxa, entre tots els agents implicats; la innovació, de bracet amb les universitats, i el desenvolupament de les habilitats i capacitats (*skills*).

- Saber convertir les debilitats en oportunitats

A l'últim, aquest clúster ha sabut convertir el baix finançament públic en una oportunitat per a vetllar i estudiar millor aquells projectes que mereixen inversió, obligant-lo a revisar el concepte mateix de clúster i, especialment, les seves línies estratègiques, que són examinades cada tres anys.

Elisabet Juan, consultora de Competitiveness Group.

- Fer casar oferta i demanda

El Pla Estratègic del sector TIC del Clúster del 22@ i la Fundació Barcelona Digital (2008-2011) té dues grans línies estratègiques. D'una banda potenciar l'oferta, facilitant el creixement de les TIC, i de l'altra estimular la seva demanda i les seves capacitats en sectors consolidats a Catalunya com ara el turístic o el tèxtil, alhora que es treballa per a cercar mercats de futur.

- Significar un clúster, cercar el seu valor afegit

Donada la proliferació de clústers a escala mundial, s'ha de cercar un model que "brilli amb llum pròpia". Calen iniciatives de reforç propi, facilitar la innovació, generar valor, cercar una clientela, un mercat –global i internacional– i tenir ben clar quins són els punts de partida per a practicar la segmentació i així poder-se significar com a clúster.

- Un lideratge clau

El Clúster TIC del 22@ és un projecte que compta amb una estreta col·laboració i cooperació entre els actors de la *triple hèlix*: universitats, multinacionals i pimes del sector TIC, i administració pública i amb un lideratge clau: la Fundació Barcelona Digital i el 22@ articulen i lideren el projecte, ja que són dues entitats que sumen expertesa, coneixement, infraestructures i possibilitats d'interfície amb altres sectors emergents que poden ser d'interès per a les TIC.