

Proyectos de envergadura dan luz verde al desarrollo tecnológico

# La apuesta digital sigue en pie

CATALUNYA LANZÓ EN 2000 UN ÓRDAGO PARA LIDERAR LA NUEVA ECONOMÍA QUE, PESE A LA CRISIS DEL SECTOR, EMPIEZA A DAR RESULTADOS.



Antonio Gonzalez-Barros, presidente de Intercom, ha demostrado que las incubadoras son un buen negocio.

Los sustos en el sector de las nuevas tecnologías han sido generalizados en todo el mundo y Catalunya no ha sido menos, sobre todo teniendo en cuenta que su apuesta por convertir el clásico tejido industrial en el Silicon Valley de Europa, como la describió el año pasado la prensa internacional, se ha quedado por hacer. Sin embargo, tras la criba en el sector de las *puntocom* la máquina sigue en marcha y los centros de formación y desarrollo tecnológico son cada vez una realidad más palpable.

El modelo de esta evolución es el distrito tecnológico de Barcelona, el **22@**, que en el segundo semestre del año ha empezado a recoger sus frutos. El proyecto de recalificación urbanística de la zona industrial de Poble Nou está dando señales de que se está marchando por el buen camino: el diseñador **Antonio Miró** ha decidido trasladar su sede al barrio, así como **DTG**, **T-Systems** y dos filiales de **Retevisión**. Otras como **Soluziona**, **Lycos** o **Cable & Wireless** están negocian-

do trasladarse al distrito, decisiones que acabarían por consolidarlo.

Si bien el **22@** es el principal plan de conversión industrial de Catalunya, hay otros en marcha que aseguran la presencia futura de Catalunya en la sociedad de

la información. El **TecnoCampus** es una iniciativa del Ayuntamiento de Mataró para acercar a la ciudadanía de la ciudad al mundo de Internet y adaptar a las microempresas del Maresme a la era de la información. Para ello, al igual que Barcelona con el **22@**, convertirán una zona urbana de 14.000 metros cuadrados donde se albergará la futura universidad politécnica de la comarca con la fusión de las dos escuelas especializadas que tienen hoy. Con un presupuesto anual de 2,4 millones de euros –400 millones de pesetas–, el TecnoCampus también potenciará financieramente las ideas que surjan de la universidad y, al mismo tiempo, buscará la integración de la industrial tradicional de la zona, el sector textil. “No planificamos grandes aventuras o competir a nivel internacional sino adaptar nuestra realidad empresarial y social a los nuevos tiempos”, explica **Manuel Mas**, alcalde de Mataró.

El centro de formación y empresa más importante que habrá en la comunidad autónoma será el futuro **Parque Mediterráneo de la Tecnología**, en Castelldefels. Una iniciativa de una inversión ➤



Ginés Alarcón dirige la operadora de cable Colt Telecom en Barcelona.

## Proyectos de envergadura dan luz verde al desarrollo tecnológico

➤ a 15 años de 300 millones de euros –50.000 millones de pesetas– dirigida por la Universidad Politécnica de Catalunya y con el auspicio de la Generalitat. Además de trasladar centros de formación tecnológica importantes, el parque contará con ocho edificios para albergar empresas tecnológicas como los departamentos de I+D de **Telefónica Móviles** y **Nortel**. El desarrollo científico público también tendrá cabida en Castelldefels y en otros centros como el Parque Científico de la Universidad de Barcelona, 3.000 metros cuadrados en el centro de

especialmente en Catalunya, comunidad que concentra el 30% de sus líneas ADSL. Y la operadora británica **Colt Telecom**, que tiene ya desplegados 110 kilómetros de cable en Barcelona, ha puesto en marcha un plan estratégico para captar pymes con ADSL. Su director general en Barcelona, **Ginés Alarcón**, cree que después de que no se hayan cumplido las expectativas de desarrollo de la demanda en Internet la mejor estrategia para establecer las líneas de cable es la de “ir creciendo ladrillo a ladrillo en vez de desplegar red a lo bestia, como han

la última señal ha sido la confirmación de que la proveedora de conexión de ADSL **Loop Telecom** está estudiando su venta. **Picking Pack** ha renunciado a la apuesta de Internet y ya negocia la venta de **Ola Internet**, que después de dos años y un precio de compra de 180 millones de euros –30.000 millones de pesetas– sólo le ha acarreado unas pérdidas de 25,7 millones de euros –4.276 millones de pesetas–.

Los éxitos empresariales en las nuevas tecnologías están llegando, sobre todo, desde los sectores tradicionales. Los supermercados *on line* están siendo especialmente activos en Catalunya con la aparición en 2001 de **Capraboacasa.com** y de **Plusfresh.com**, la versión en Internet de **Plus Fresc**. Éste último está experimentando crecimientos de del 48% y un índice de fidelización del 82%. Por su parte, el veterano del sector con un año de vida, **Condisline**, cerró el ejercicio de 2000 con beneficios y con unas previsiones de ventas de doce millones de euros para este año, cuatro veces más.

### Los súper ‘on line’ están siendo muy activos con la aparición en 2001 de Capraboacasa y Plusfresh

Otros ejemplos de la fortaleza de las empresas tradicionales en la economía digital son la evolución de **Agbar Global Market** o la proyección de **Anuntis**. **David González**, director general de esta editorial líder de clasificados en el mercado hispano, asegura que la clave de que en septiembre sus ediciones digitales ya den beneficios es la perfecta integración del soporte digital y el de papel. Pero González también está convencido de que el negocio puramente on line tiene futuro, “nuestros ingresos por publicidad en Internet representan el 50% del total de 2001, que llegará a 333 millones de pesetas”.

Las propuestas exitosas en Internet han caído pero las que están compitiendo fuerte. **Intercom**, la incubadora de **Antonio González Barros** y participada por **Corsabe** invertirá tres millones de euros y está en marcha una nueva ampliación de capital para tirar adelante “ideas que tengan un mercado claro. En Internet el futuro está en las pequeñas iniciativas más que en los grandes proyectos, y creo que el mercado ya está listo para ellos”, explica González Barros. El tiempo decidirá quién tiene la razón. ■

El alcalde de Mataró, Manuel Mas, quiere adaptar la economía del Maresme a los nuevos tiempos.



Barcelona donde ya han anunciado este año once multinacionales farmacéuticas que instalarán sus laboratorios de investigación.

### Mejores comunicaciones

El desarrollo de las zonas tecnológicas en Barcelona o el Vallès requiere un desarrollo de infraestructuras que las empresas de telecomunicaciones se han comprometido a implantar con la Generalitat. **Localret**, el organismo que aglutina a los municipios catalanes para controlar el despliegue del cable, calcula que en 2001 la red de ciudades conectadas será próxima a los cuarenta municipios. Pero ante las dificultades de inversión y de atracción de consumidores de la banda ancha, las operadoras están invirtiendo más en tecnologías menos evolucionadas pero competitivas como el ADSL. De esta manera, Telefónica ha decidido invertir más en esta tecnología,

hecho algunos”. Aunque en segmentos diferentes, su ancho de banda para empresas crece a un ritmo escrupuloso de cuarenta kilómetros por año que le da rentabilidad, mientras que operadores de televisión e Internet por cable como **Menta** presentan un ebitda negativo de 367,75 millones de euros ó 61.188 millones de pesetas por inversiones acumuladas de 300 millones de euros –cincuenta mil millones de pesetas– que le dieron 25.578 clientes a mitad de año. Una cifra que parece pequeña teniendo en cuenta que **Ono** consiguió 200.000 clientes con el triple de inversión– o, en el caso de la pequeña operadora **Flash 10.com**, se anuncian desde un inicio inversiones de 540 millones de euros –90.000 millones de pesetas– para cablear 32 ciudades, 24 de las cuales lo hará desde la red ferroviaria de **Renfe**.

El sector de las telecomunicaciones está en pleno proceso de concentración,