

SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y COMPETITIVIDAD REGIONAL

Javier Rincón

Azertia



A mediados de julio de este año, tuvo lugar en Londres una reunión sobre la Sociedad de la Información en la cual participó Romano Prodi, presidente de la Comisión Europea. Comenzó su intervención con la siguiente reflexión: *"la historia de la economía es compleja, pero debemos entenderla, ya que la prosperidad de los ciudadanos europeos depende de ella"*. Hay tres términos mágicos en esta frase. Por una parte la complejidad de la economía actual, la necesidad de entenderla, y nuestra dependencia de ella. La Sociedad de la Información es uno de los temas más importantes de la actualidad.

Ante este cambio de paradigma, las regiones a nivel mundial ya están tomando medidas para posicionarse. En 1998 la Unión Internacional de Telecomunicaciones recomendó a la ONU que celebrase una cumbre mundial sobre la Sociedad de la Información. En 2001, y con el patrocinio del secretario general Kofi Annan, las Naciones Unidas decidieron celebrar dicho evento en dos fases: la primera tendrá lugar en Ginebra, en diciembre del 2003 y la segunda se celebrará en Túnez, en el 2005. En julio de 2003 tuvieron lugar una serie de reuniones para llegar a un consenso sobre los temas prioritarios. En noviembre de 2002 se celebró la primera reunión preparatoria europea. Las prioridades que se establecieron son: acceso a la información universal y a un precio razonable; promoción de la diversidad lingüística; desarrollo de las capacidades humanas a través de la información; implantación de un entorno adecuado con políticas reguladoras; desarrollo de la confianza en el uso de las tecnologías de la comunicación e información y del modelo global que incluye todas las iniciativas del Gobierno. Todas estas recomendaciones son coherentes con las que ya se mencionaron en el año 2000.

A comienzo de la década de 1990, Estados Unidos, bajo el mandato del presidente Clinton y capitaneado por Al Gore, lanzó una serie de proyectos orientados al desarrollo de las infraestructuras tecnológicas, lo que se conoce como el "modelo americano". Según este modelo, la propia tecnología se retroalimenta, desarrollada por la ciencia (a través de universidades y centros tecnológicos) y utilizada por los negocios. Europa responde años después e incorpora otro elemento diferente: la sociedad. Esa es la gran diferencia entre los dos modelos. A finales de la década de 1990, se empezaron a detectar las desventajas de Europa con respecto a Estados Unidos y Japón. Esto dio lugar al lanzamiento del nuevo proyecto europeo en el año 2000. Se decidió que la economía fuera más competitiva en el conocimiento, manteniendo el crecimiento económico, los puestos de trabajo y la cohesión social. Se puso en marcha un gran proyecto con diferentes variedades en los distintos países. En España, en el año 2000 se implantó el programa Info XXI, con distintas versiones en las diferentes regiones, que se fundamentaron en estrategias de planes tecnológicos. En la actualidad se está estructurando el IV Programa Marco con un fondo de 16.000 millones de euros.

La Sociedad de la Información

Hablar de Sociedad de la Información es hablar de evolución y transformación interrelacionadas, las cuales influyen en la manera en que trabajamos, vivimos y sobre todo tiene un impacto importante sobre nuestras capacidades. Es importante potenciar la interacción entre sociedad y tecnología y el continuo acceso al conocimiento para así crear redes humanas y centros de conocimiento regionales, nacionales e internacionales. Sobre todo, la Sociedad de la Información debe reflejar las preocupaciones de las pymes, de los ciudadanos y de la sociedad en general. Si hubiese que definir alguna característica del Sistema de Información, destacan tres sectores líderes: información, comunicaciones y contenidos. Todo el mundo tiene acceso a la información y todo el mundo necesita desarrollar nuevas capacidades. Las empresas, los organismos y las instituciones se van a desarrollar en el futuro a través de

las empresas de información. De los tres sectores mencionados, la Industria de Contenidos es la más reciente, pero los tres están convergiendo formando la plataforma adecuada para lanzar nuevas propuestas.

Otras experiencias internacionales de las que Navarra puede aprender

Es necesario observar y analizar la manera en que las regiones y países más adelantados están desarrollando estas iniciativas. Finlandia es un buen ejemplo. Desde el año 1993 al 2003 desarrollaron un proyecto de desarrollo basado en los siguientes aspectos: potenciación de las capacidades; incremento del personal de enseñanza; creación de entornos de aprendizaje; puesta en práctica de las infraestructuras necesarias para llevar a cabo las iniciativas, así como el desarrollo de los contenidos y las aplicaciones. Se evalúa continuamente el progreso de estas iniciativas mediante una participación de todos los actores involucrados. El resultado es que en la actualidad, Finlandia ocupa uno de los puestos más elevados en el ranking de las creaciones digitales.

Existen otros ejemplos que no son exclusivamente europeos. Uno de ellos es Malasia, donde el objetivo es impulsar la sociedad con los valores del conocimiento. Todos estos modelos son coherentes con lo mencionado anteriormente. Estos modelos se traducen en una "hoja de ruta", que consiste en identificar aquellas áreas en las que cada país (o región) debe lanzar proyectos de envergadura y futuro, como pueden ser el desarrollo de Internet, tecnología, seguridad, etc. No es un proceso fácil, pero sí parece claro que la apuesta por las tecnologías tiene que ser fuerte. Tras seleccionar unas 500 tecnologías, los diferentes grupos de trabajo van filtrando los datos relevantes hasta llegar a las 100 de la "hoja de ruta". Si la implantación de dichas áreas tiene éxito, esto se traducirá en una mayor competitividad económica, un entorno estable y niveles altos de cohesión social y calidad de vida. En términos de competitividad regional, se desarrollan nuevos productos, se consiguen mejoras el servicio al cliente y se abren nuevos mercados. Todo ello se refleja en una mayor calidad de vida, el acceso a la educación y la distribución.

La globalización de la Nueva Economía

Las regiones tienden a ser más globales, los productos se exportan a otros países, las fronteras son cada vez más difusas y los proyectos pueden desarrollarse desde cualquier lugar del mundo. El proceso de desarrollo se puede hacer a escala mundial. Los mercados de productos toman una nueva dimensión y los ciclos temporales de los productos se acortan cada vez más.

La forma de responder de las regiones está basada cada vez más en los programas de desarrollo regional y en los planes tecnológicos. Es importante decidir si una región quiere mantener su modelo de desarrollo tradicional regional o por el contrario pretende continuar evolucionando en la economía digital. Si una región decide mantener un modelo de desarrollo industrial, éste deberá basarse en tecnología, procesos y capital humano con unas capacidades diferentes. Una visión regional de cómo implantar nuevos productos es fundamental para la competitividad.

Si por el contrario una región se "convierta" en una región digital con éxito, es fundamental que los agentes que participen en dicho cambio deben estar unidos y persigan un único objetivo. Normalmente este cambio puede ser impulsado por tres motores: una gran empresa, como en el caso de Nokia o Ericsson en los países escandinavos, el modelo de Irlanda, que ha sido el artífice del desarrollo económico del país, o una gran universidad, como en el caso de Austin en Texas.

Si la iniciativa es promovida por los gobiernos regionales, estos suelen crear centros tecnológicos, contratando a consultores y técnicos, a la vez que se dan otro tipo de iniciativas paralelas como las de Cámaras de Comercio, asociaciones, etc. El problema de este tipo de iniciativas es que están fragmentadas. Se lleva a cabo por pymes aisladas que no tienen contacto, y por tanto no es un proceso participativo, sin liderazgo ni dirección. Este modelo fracasa. En cambio, si se trata de un proceso en el que existe coordinación entre los centros, la comunidad científica y las grandes compañías, sin importar quién tome el liderazgo, las posibilidades de éxito son mayores.

Además, se deben potenciar las relaciones y la comunicación con regiones y centros de otros países. Si no se recogen buenas prácticas y no se está en asociación con nuevos centros tecnológicos, otras universidades y otros entornos tecnológicos de consultores, las posibilidades de éxito serán más reducidas.

¿Cómo conseguir este cambio de paradigma?

Se trata de hacer un buen ejercicio de benchmarking de iniciativas que ya están en marcha, cuyos resultados han sido positivos, de realizar asociaciones y trabajar conjuntamente con alguna de las regiones que más avanzadas, como es el caso de Irlanda. Irlanda se caracterizaba hace ocho años por tener elevados índices de desempleo, bajos niveles de competitividad y un elevando índice de emigración. El lanzamiento y consolidación del programa Enterprise Irlanda ha situado a Irlanda como el país en tecnología software más importante del mundo, un 40 % del desarrollo de paquetes y aplicaciones de software nacen y se desarrollan allí, se han creado más de 300 compañías electrónicas que dan empleo a más de 80.000 personas en entornos de software y área de servicios, destinándose a la exportación un tercio de su producción.

Algunas de las medidas implantadas para conseguir esto, han sido una bajada de del impuesto corporativo, un buen sistema de incentivos y un sistema educativo orientado a la economía competitiva. La imagen que proyecta Irlanda al exterior es también es importante. El desarrollo de estas propuestas se basan en la implantación de metodologías como Technology Foresight. Son metodologías orientadas a proyectos a largo plazo (15-20 años) que se apoyan en la sociedad, la ciencia y los negocios.

Como conclusión

La principal conclusión es entender los cambios que la sociedad de la información ofrece, se trata de un proceso complejo pero que supone también retos y oportunidades. Las tecnologías de la información es el gran motor que está impulsando este cambio. Para ser competitivos hay que reconocer que se está dando un cambio de dirección, es necesario entender el cambio de este paradigma, mejorar las redes de comunicación internas con el mundo exterior y por último, apostar por el desarrollo del capital humano.