



02.3	Industria, Comercio y Contenidos	02.3.1	Descripción de las iniciativas y acciones
		02.3.2	Tabla resumen de las iniciativas y acciones
		02.3.3	Coordinador, relatores y miembros

02.3.1 Industria, Comercio y Contenidos

El objetivo de las iniciativas que se presentan en el sector empresarial y comercial (incluida la creación de los contenidos) muestra dos vertientes fundamentales: la primera es asegurar la completa absorción y uso de las tecnologías de las comunicaciones y la información por parte del sector empresarial, mientras que la segunda es garantizar un fuerte liderazgo por parte de las industrias locales del sector de las Tecnologías de la Sociedad de la Información y de la industria de creación de contenidos (multimedia y audiovisual). La consecución de estos retos habrá implicado por partida doble que en Cataluña se haya cambiado la cultura empresarial, la forma de trabajar y el perfil de los profesionales.

Las acciones de este ámbito vienen apoyadas por otras de aplicación reguladora que favorezcan el entorno competitivo y el cambio generacional. Las acciones reguladoras se implantarán dentro de las acciones del ámbito transversal.

El estudio CONDRINET¹ identifica 4 prioridades para el negocio europeo:

- Implantar un amplio uso de las telecomunicaciones para transformar el proceso del negocio.
- Crear organizaciones "flexibles" y rápidas en "aprender" con trabajadores motivados y al mismo tiempo conocedores de las Tecnologías de la Información.
- Colaborar con todo tipo de organismos para poder disponer de una regulación y estandarización adecuada.
- Capturar la atención de los clientes y mantenerla gracias a la oferta de productos y servicios orientados a los intereses de la comunidad.

Las PYMEs con fuerte contenido tecnológico jugarán un papel esencial en el momento de diseñar nuevos productos y servicios, siendo precisamente la PYME el elemento que, incorporando la innovación y favoreciendo la demanda, haga que el potencial científico y tecnológico que posee Cataluña se transforme en éxito económico. Las tres líneas estratégicas consisten en:

- Una política de estímulo a las empresas de productos y servicios en Tecnologías de la Información, considerando el desarrollo del comercio electrónico como una industria TIC más.
- La promoción del sector creativo de contenidos multimedia, audiovisual y de nuevos emprendedores.
- La adaptación del mundo empresarial al cambio: las empresas como apuesta de futuro.

Esta política impulsa acciones pensadas para fortalecer el sector productivo empresarial de las industrias de la Sociedad de la Información. Sin embargo, no se limita sólo a las

1. Content and Commerce driven Estrategies in Global Networks. European Comission. DGIII/E www.echo.lu/info2000

Tecnologías de la Sociedad de la Información y las Comunicaciones (TIC), sino que también contempla aquellas empresas que son productoras de electrónica, ordenadores y todo tipo de hardware para las telecomunicaciones, la informática y el audiovisual, así como las que corresponden al sector emergente del comercio electrónico o bien al sector SI en general.

Las siguientes gráficas presentan algunas comparativas de los indicadores más relevantes de las potencialidades productivas de un país en la Sociedad de la Información.

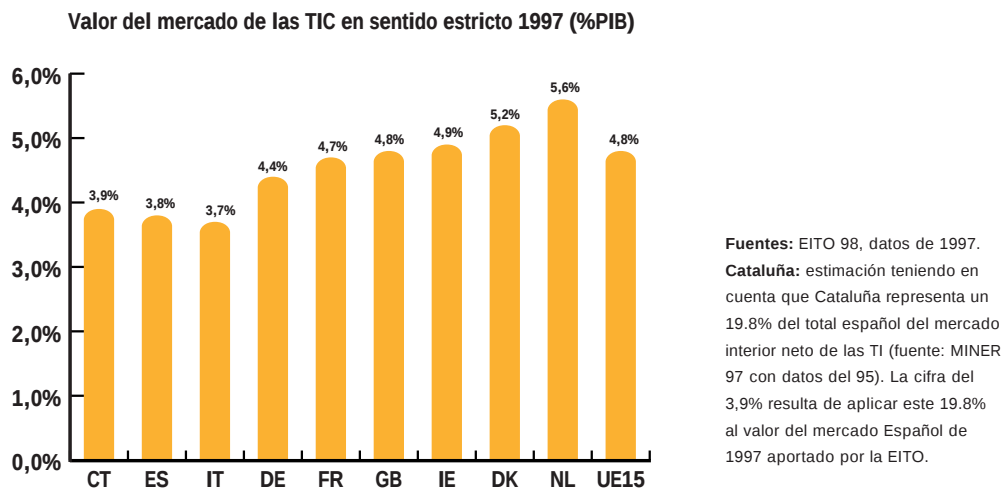


Figura 3. Esta gráfica recoge el buen posicionamiento de Cataluña en el ámbito europeo en lo que se refiere al mercado de las Tecnologías de la Información. Dentro del concepto TIC en sentido estricto se incluye, tal como lo define la EITO, el sector de las Tecnologías de la Información (informática) y el sector de las Telecomunicaciones (operadores). No se incluye, por tanto, toda la electrónica de consumo y profesional, sector muy relevante para Cataluña.

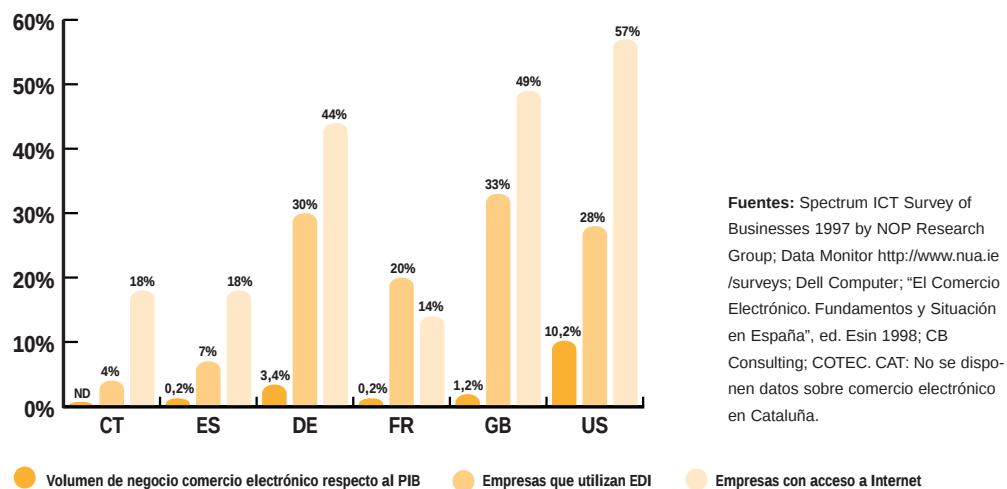


Figura 4. Volumen de comercio electrónico y penetración de Internet y EDI en las empresas.

Iniciativa 1**Estímulo de la demanda.**

El objetivo de esta iniciativa es estimular la demanda de productos y servicios relacionados con las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) mediante dos tipos de acciones: unas orientadas a crear un entorno que potencie la demanda y genere al mismo tiempo nuevos hábitos y condiciones económicas adecuadas, y otras orientadas al fomento de nuevos productos que animen el consumo y la necesidad por parte del usuario de productos TIC atractivos y a precios competitivos.

Dentro del bloque de acciones del primer tipo se contemplan aquellas generadas por la Administración, y que consistirían en que la misma Administración hiciese pública su planificación de aprovisionamiento de equipos y de servicios relacionados con las TIC, y también en el hecho de que incluso se primase la selección de los proveedores de acuerdo con el acceso y uso de herramientas electrónicas. Finalmente, se habría de alcanzar una siguiente etapa en la que el aprovisionamiento de la Administración vía Internet fuese obligatoria.

Acciones:

- Creación de las condiciones culturales, de infraestructuras, económicas y regulatorias que permitan aumentar la demanda de productos TIC.
- Publicación en Internet de la planificación y del aprovisionamiento de las administraciones a corto y largo plazo, de manera que las inversiones en TIC por parte del sector público fuesen conocidas por sector empresarial TIC. De esta forma, la Administración actuaría como estímulo de la demanda. Adicionalmente, habrá que potenciar el hecho de que las administraciones puedan primar de alguna forma el acceso telemático de sus proveedores a sus compras.
- Estímulo a la creación de nuevos productos y servicios atractivos e innovadores para el consumidor.

Agentes:

Departamento de Industria, Comercio y Turismo, sector público y privado, Comisionado para la Sociedad de la Información (CSI), LOCALRET (Consortio Local para el desarrollo de las redes de telecomunicaciones y las nuevas tecnologías), operadores.



Iniciativa 2

Impulso a las industrias de las Tecnologías de la Sociedad de la Información en Cataluña.

El objetivo de esta iniciativa es desplegar un conjunto de medidas para reforzar la creación y la producción de las empresas dedicadas a las Tecnologías de la Sociedad de la Información (TIC).

Los elementos potenciadores del cambio son fundamentalmente dos: por un lado el facilitar el acceso al capital junto con la potenciación de viveros de empresas, y por otro lado la promoción de un nuevo modelo de empresa. A todo esto hay que añadirle el tema de los incentivos fiscales.

Para Cataluña resulta esencial ser un país líder en la producción de TIC. Alcanzar este objetivo sólo es posible si se hace más accesible y factible el acceso al capital. Para ello es necesario establecer condiciones adecuadas que potencien la financiación con capital riesgo para las empresas del sector TIC, a la vez que incentivando el nacimiento de empresas embrión "star ups" (empresas embrión) a partir de universitarios expertos en Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. El objetivo es duplicar anualmente las inversiones en capital riesgo (CR) para poder alcanzar en 2003 unos niveles comparables a países como Holanda. Paralelamente se estudiarán las formas que posibiliten crear el cultivo adecuado para que se pueda disponer de "fondos de capital TIC catalán". Por consiguiente, y en la medida que sea posible, cabe acompañar las acciones de financiación con acciones bursátiles.

Dentro del paquete de incentivos fiscales para aquellas empresas que inviertan en TIC, (o bien en ingeniería de procesos y formación orientada a las TIC) hay que perfilar regulaciones fiscales que permitan aplazar las plusvalías obtenidas por creadores de nuevas empresas cuando estas plusvalías se reinviertan en empresas de creación de menos de 6 años. Este es un buen procedimiento -paralelo al del inversor privado "business angel" americano- para que los empresarios que han creado con éxito una empresa en el pasado aporten su ayuda a otros empresarios que no tienen experiencia. Esta actuación ya se ha implantado en Francia dentro del marco de su Plan Estratégico de la Sociedad de la Información.

Por otra parte, dentro del paquete de acciones encaminadas a favorecer un entorno de cultivo empresarial, hay que promover el hecho de que el empresariado esté dotado de infraestructuras con servicios de banda ancha (cable o tecnologías alternativas) en determinados puntos y parques industriales adecuadamente equipados. En este sentido se recomienda que se realice una reconsideración urbanística del suelo, y que se establezca una definición del mismo para las empresas de servicios, con el fin de que puedan competir con el suelo residencial. Eso facilitaría una concentración de empresas multimedia en suelo urbano, al

mismo tiempo que se incentivarían asentamientos nuevos. Todo el conjunto de medidas redundaría en beneficio de un equilibrio territorial.

Acciones:

- Disponibilidad de capital: se promoverá la inversión de capital activando las posibilidades de las gestoras de capital riesgo para que inviertan en Cataluña en la forma de "capital semilla", e influyendo en generar una natural confianza en los inversores con el fin de que aflore el inversor privado ("business angel"). Para ello hace falta:
 - Participación institucional en los Forums de TI para inversores europeos como órgano coorganizador.
 - Estímulo y apoyo a los emprendedores en lo que respecta a la forma y lugar desde donde acceder al capital.
- Radicación de consorcios europeos en Cataluña. En este sentido habrá que promocionar la creación de un Fórum de Inversión para proyectos empresariales europeos con sede en Cataluña. Este Forum puede coexistir como una evolución interna dentro de los gestores catalanes actuales.
- Tratamiento fiscal específico para la creación de empresas TIC y para las inversiones de empresas en TIC.
- Creación de una Red de investigación avanzada en diseño y producción de productos TIC con una participación mancomunada entre investigadores públicos y los privados. Esta red estará a disposición del sector empresarial como una infraestructura más, y será resultado de las iniciativas en I + D del Plan Estratégico.
- Compartición de las actuales plataformas tecnológicas existentes, que puedan actuar como dinamizadoras o impulsoras de las nuevas tecnologías. A título de ejemplo: BCN Activa, Infopime, ESA, etc.
- Facilitación de asesoramiento y política de apoyo a los nuevos emprendedores TIC.
- Dotación de premios a las mejores iniciativas empresariales que se apliquen en tecnologías de la Sociedad de la Información
- Reconsideración urbanística del suelo: adaptación de las calificaciones del suelo a la nueva realidad empresarial TIC. En este sentido el suelo residencial puede convertirse en un nuevo potencial para las empresas de servicios tecnológicos.

Agentes:

Departamento de Economía y Finanzas, sector financiero, Departamento de Industria, Comercio y Turismo, sector privado, corporaciones de televisión, CSI, LOCAL-RET, entes locales, sector multimedia, cámaras de comercio.



Iniciativa 3

La promoción del sector empresarial de creación de contenidos.

Para conseguir que el sector emergente de las empresas dedicadas a la creación de contenidos prospere en nuestro país, hay que implantar medidas adecuadas para las microempresas que conforman este sector, así como también para las grandes empresas del sector audiovisual. Se trata de poner en juego y al mismo tiempo conjugar los intereses de los agentes que compondrán en un futuro casi inmediato el sector económico más importante, por lo que se refiere a la cantidad de personas a las que dará ocupación. El sector audiovisual, según el estudio de CONDRINET de la CE, crecerá en los próximos 4 años el 75% y creará en Europa 300.000 nuevos puestos de trabajo.

Por otro lado, la creación de contenidos multimedia será inmensa tanto en lo que se refiere a la edición electrónica de la prensa digital como al sector del ocio (juegos interactivos) y al sector de los contenidos para la formación y educación.

La consecución de esta iniciativa exige un conjunto de acciones que fortalezcan el sector:

Acciones:

- Especificación de incentivos fiscales para inversiones en TIC, y para la adaptación de la I + D en el sector multimedia.
- Creación de centros de innovación tecnológica de servicios multimedia de banda ancha dinamizadores del sector de los contenidos regionales. Estos centros de excelencia (que serán uno de los elementos que más dinamizarán el sector) serán responsables de la creación, aprovisionamiento y exportación de contenidos en materia de la SI, así como centros integradores y de soporte a las PYMEs catalanas del sector de contenidos. El éxito final de este objetivo radica en un replanteamiento de la formación académica de los profesionales del futuro, los cuales prácticamente serán "autónomos" que crearán su propia ocupación. Dentro de esta acción es necesario enfocar el problema del cambio cultural tanto en el ámbito empresarial como en el ámbito académico.
- La coordinación del sector privado con el sector público para la digitalización y la creación de fuentes culturales, educativas y turísticas y de su disponibilidad será esencial. Anualmente se implantará una línea de actuación en cada uno de estos ámbitos: turismo, educación, cultura/ocio.
- Creación de vínculos estables entre los proyectos educativos de la Administración y de las empresas del sector de contenidos y TIC, en visos a la futura "escuela interactiva". Estos pactos comportarán un volumen de negocio que será conocido por las dos partes cada bienio.
- Una de las grandes zonas de negocio para los contenidos será el mercado latinoamericano. En este sentido se impulsará la creación y exportación de contenidos elaborados en Cataluña y pensados desde su inicio como objeto de exportación. Se darán premios a las mejores iniciativas en este ámbito.

Agentes:

Departamento de Cultura, Departamento de Industria, Comercio y Turismo, cámaras de comercio, sector privado editorial, diferentes administraciones, Comisionado de Universidades e Investigación (CUR), Universidades, CSI, LOCALRET.

Iniciativa 4**Convergencia de los sectores audiovisual y multimedia.**

Activación de la convergencia entre el sector audiovisual tradicional, por un lado, y el de las telecomunicaciones y el multimedia por el otro. Esta iniciativa comporta un replanteamiento tanto del negocio como de los tipos de servicios y productos finales que producirá el mercado audiovisual interactivo en un mercado local pero con estrategias globales.

La consecución del objetivo comporta acuerdos entre los operadores del cable y satélite, las empresas proveedoras de videoservidores, las televisiones locales, los proveedores de contenidos multimedia y audiovisuales, y las administraciones.

Acciones:

- Promoción del tejido empresarial de las corporaciones audiovisuales con incidencia en Cataluña como futura apuesta por el sector audiovisual y de la comunicación. Además, se plantea dar apoyo a la convergencia entre el actual tejido de las televisiones presentes en Cataluña y las aplicaciones derivadas de las nuevas tecnologías, especialmente Internet. Un ejemplo en este sentido sería el promover que los nuevos operadores de cable incorporaran a las programaciones de determinados canales los contenidos generados por las televisiones locales. Es importante aprovechar la generación de contenidos locales de las televisiones de alcance territorial limitado para así completar la información disponible en Internet.
- Creación de un proyecto emblemático (audiovisual e interactivo) que sea ejemplificador y tenga visibilidad.

Hay que puntualizar, en este sentido, que las televisiones locales constituyen un instrumento clave en el aprendizaje y la profesionalización de los futuros expertos que necesita el sector.

Agentes:

Departamento de Cultura, Corporación Catalana de Radio y Televisión, televisiones, entes locales, operadores de cable, CSI, LOCALRET, cámaras de comercio.



Iniciativa 5

Promoción del comercio electrónico.

Esta iniciativa se ocupa de estimular el volumen de negocio electrónico de las empresas en Cataluña con el fin de aumentarlo el 200% el primer año y alcanzar de esta forma la media europea en 2003. La consecución de este objetivo comportará no sólo la realización de tareas de promoción, sino también la aplicación de medidas fiscales y legales, las cuales se desplegarán a partir de las iniciativas reguladoras propuestas en el ámbito EL MARCO DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN, dentro del conjunto de iniciativas que conforman el marco regulador de la SI.

El éxito de este objetivo radica fundamentalmente en la competitividad del mundo empresarial, objetivo que se logrará en la medida en que las empresas consoliden tanto los negocios electrónicos entre empresas ("business-to-business", B2B), como una presencia competitiva en la venta al consumidor final por Internet. Se trata de tener un modelo de negocio adecuado al nuevo milenio, que pueda contar con el apoyo de unas medidas fiscales y legales que potencien el comercio electrónico y la presencia de la empresa catalana en Internet.

Acciones:

- Información y divulgación a las empresas sobre las ventajas del comercio electrónico y de las transacciones electrónicas: hay que informar y educar en una técnica de ventas, mercado y soporte al cliente que es totalmente diferente a las formas de hacer convencionales, ya que exigen una adaptación al multilingüismo y a las idiosincrasias de otros mercados.
- Difusión de (nuevas) leyes, hábitos, tarjetas y dinero electrónico, y un marco legal protector de las transacciones en red.
- Promoción por parte de la Administración de procedimientos de intercambio electrónico con los suministradores.
- Coordinación con las asociaciones correspondientes y patronales para estimular y utilizar la implantación de la estandarización del intercambio electrónico de datos en entorno web en el "business-to-business" (B2B).
- Alimentación de "clusters" de acciones conjuntas para implementar proyectos complejos donde sólo las sinergias de los diferentes actores hacen posible un centro comercial sostenible. En esta línea habría que implantar centros comerciales virtuales que cuenten con la participación de la banca, las televisiones, los sectores correspondientes y los suministradores de contenidos.
- Promoción de webs multiculturales y de buscadores de productos y servicios comerciales online, ayudando a las empresas en dos sentidos: por un lado, a que tengan presencia global en Internet, y por otro para que el empresario encuentre la "Feria Virtual" que necesita para su sector.

- Implementación de un conjunto de acciones que pongan a disposición del comercio electrónico catalán las empresas de logística que necesita el sector, tanto a nivel local como mundial. El éxito que se pueda conseguir con la venta electrónica estará no tanto en función del precio, sino en calidad integral del servicio; es decir, en el hecho de que resulte más fácil acceder a un producto o servicio catalán que no a otro de otro país.
- Promoción de plataformas virtuales que hagan fácil a los usuarios la compra y el acceso a bienes turísticos y culturales de nuestro país, dada la relevancia del sector turístico y del de contenidos. Esta acción contempla acuerdos entre empresas cartográficas, turísticas, hoteleras, operadores de viajes, transporte aéreo, terrestre y marítimo, municipios, etc.

En lo que se refiere al marco legal, en este sentido habrá que incentivar el comercio electrónico y suprimir las barreras legales innecesarias. Estas acciones se definen dentro del ámbito EL MARCO DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN del Plan Estratégico.

Agentes:

Asociaciones empresariales, cámaras de comercio, Comisión Mixta para la Regulación del Marco Legal de la Sociedad de la Información, sector empresarial, sector financiero, televisiones, **CSI, LOCALRET,** entes locales, etc.

Iniciativa 6

Medidas para la adaptación del mundo empresarial.

Esta línea de acción se apoya en el reciclaje y formación continuada tanto del personal directivo como de todo el personal laboral. Se propone adaptar a la empresa y a sus trabajadores el nuevo modelo empresarial: trabajo parcial, tareas flexibles, trabajo en equipo, teletrabajo y mercado global.

La realización de programas de formación en grupos especiales, para mejorar el conocimiento o para adquirir conocimientos específicos, ha de tomar el perfil de un programa en formación permanente, de forma tal que se potencie una actuación proactiva por parte de los trabajadores respecto a la formación continuada. En este sentido, hay que establecer una formación específica en tecnologías para cada sector de manera particular.

También es necesario establecer confianza y planes "catalizadores" en torno a grandes asociaciones y federaciones empresariales. Con ello se pretende definir, consensuar y



estimular el uso del correo electrónico y el intercambio electrónico de datos, usando entornos de web estandarizados para cada sector; esta acción habría de realizarse mediante convenios y actuaciones entre las empresas y las asociaciones empresariales punteras en cada sector de forma particular. Se trata de extender herramientas de transacción electrónica sencillas con tecnología WEB que tengan un impacto inmediato a nivel sectorial (como plataforma del “business-to-business”, negocio electrónico entre empresas). Por ejemplo, tramitaciones telemáticas a través de los gremios y asociaciones (instaladores eléctricos, talleres de automoción, gremios industriales, etc.).

En suma, se implantarán programas que potencien las habilidades y capacidades de los trabajadores de la nueva SI, y además se realizarán proyectos piloto para difundir y ejemplificar la utilización de las TIC entre el tejido empresarial.

Acciones:

- Priorización de los fondos públicos para la formación continuada en TIC de los profesionales.
- Promoción de la formación en Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en la empresa:
 - Formación para directivos catalanes en convenio con las escuelas de negocio.
 - Formación para los profesionales de los diferentes sectores.
 - Reciclaje de los trabajadores en materias de TIC.
 - Subvenciones para PYMEs para la formación del personal en TIC.
- Sensibilización del empresariado sobre el nuevo modelo de empresa: comercio electrónico, teletrabajo, servicio de atención al cliente, nueva gestión, etc.
 - Difusión de experiencias de gestión excelentes públicas y privadas.
 - Creación de un forum de difusión de experiencias públicas y privadas (“best practices”) con “feedback” en las empresas del sector.
 - Difusión e implantación del correo electrónico y WEB-EDI en las empresas catalanas, y difusión de proyectos piloto ejemplificadores.
 - Acuerdos con organizaciones empresariales para potenciar y articular proyectos.
 - Dotación de incentivos fiscales para inversiones en TIC.

Agentes:

Cámaras de Comercio, FORCEM, Departamento de Industria, Comercio y Turismo, Centro de Información y Desarrollo Empresarial (CIDEM), Departamento de Trabajo, asociaciones empresariales (Fomento del Trabajo, PIMEC-SEFES, etc.) y sindicatos.

02.3.2 Tablas resumen de las iniciativas y acciones

INICIATIVAS	ACCIONES	AGENTES
Iniciativa 1 Estímulo de la demanda	• Creación de las condiciones culturales, de infraestructuras, económicas y regulatorias que permitan aumentar la demanda de productos TIC. • Publicación de la planificación y el aprovisionamiento de la Administración vía Internet. • Difusión de estrategias de marketing para potenciar la demanda de productos TIC. • Potenciación de la creación de nuevos productos y servicios innovadores.	Departamento de Industria, Comercio y Turismo Sector público y privado CSI LOCALRET Operadores
Iniciativa 2 Impulso de las industrias TIC en Cataluña	• Promoción en Cataluña al capital riesgo y especialmente al "capital semilla" promovido por inversores privados y "business angels": - Participación institucional en los Forums de TI para inversores europeos como órgano coorganizador. - Estimular y dar soporte a los emprendedores acerca de la forma y lugar en donde acceder al capital. • Promoción de la radicación de consorcios europeos en Cataluña. • Tratamiento fiscal específico para la creación e inversiones de empresas TIC. • Creación de una red de investigación, de innovación y transferencia de tecnología en productos TIC: universidad-empresa. • Potenciación de los instrumentos actuales de promoción industrial y de servicios (ESA, Infopyme, Barcelona Activa, etc.) incluyendo la potenciación de los viveros de empresas TIC tanto físicos como virtuales. • Facilitación de asesoramiento y política de apoyo a los nuevos emprendedores en TIC. • Dotación de premios a las mejores iniciativas empresariales relacionadas con las tecnologías de la Sociedad de la Información. • Reconsideración urbanística del suelo: adaptación de las calificaciones del suelo a la nueva realidad empresarial en TIC.	Departamento de Economía Sector financiero Departamento de Industria, Comercio y Turismo Sector privado Corporaciones de televisión CSI LOCALRET Entes locales Sector Multimedia Cámaras de comercio
Iniciativa 3 Promoción del sector empresarial de creación de contenidos	• Especificación de incentivos fiscales para la adaptación de la I + D en el sector multimedia. • Oferta de oportunidades empresariales a los nuevos creativos. • Creación de centros de servicios multimedia de banda ancha dinamizadores de la creación, aprovisionamiento y exportación de contenidos y servicios en TIC. • Coordinación de los sectores público y privado para la digitalización y creación de fuentes culturales, turísticas y educativas y para la disponibilidad de las fuentes citadas. • Creación de vínculos estables entre los proyectos educativos de la Administración y de las empresas del sector de contenidos y TIC en visos a la futura "escuela interactiva". • Dotación de premios anuales a las mejores iniciativas en exportación de contenidos.	Departamento de Cultura Departamento de Industria, Comercio y Turismo Cámaras de comercio Sector privado editorial Diferentes administraciones CUR-Universidades CSI LOCALRET



Iniciativa 4 Convergencia de los sectores audiovisual y multimedia	• Promoción de las televisiones locales y de la producción de contenidos locales. • Definición y realización de un proyecto emblemático en el campo del audiovisual interactivo.	Departamento de Cultura Corporación Catalana de Radio y Televisión Entes locales Operadores de cable CSI, LOCALRET Cámaras de Comercio
Iniciativa 5 Promoción del comercio electrónico	• Potenciación de la creación de centros de conocimiento avanzado en comercio electrónico: - Formación, información y difusión del comercio electrónico sobre: herramientas, marco protector de las transacciones, formas de pago electrónico, técnicas de venta y de marketing, centros comerciales virtuales, etc. - Promoción de webs multilingües y multiculturales, y de buscadores de productos y servicios comerciales online, ayudando a que las empresas tengan una presencia mundial. • Promoción por parte de la Administración de procedimientos de intercambio electrónico. • Coordinación con las asociaciones de los diferentes sectores para estimular la implantación del WEB-EDI en el "business-to-business" (B2B). • Alimentación de "clusters" de acciones conjuntas para realizar proyectos complejos: televisión + banca + empresas de contenidos. • Impulso a la reconversión del sector de los operadores logísticos de forma consistente con los requerimientos del comercio electrónico. • Promoción del comercio electrónico en los sectores de contenidos y turismo.	Asociaciones empresariales Cámaras de comercio Comisión Mixta para la Legislación del Marco Legal de la Sociedad de la Información Sector empresarial Sector financiero Televisiones CSI LOCALRET Entes locales
Iniciativa 6 Medidas para la adaptación del mundo empresarial	• Priorización de los fondos públicos para la formación continuada en TIC de los profesionales. • Promoción de la formación en TIC en la empresa: - Formación para los directivos catalanes en convenio con las escuelas de negocios. - Formación para los profesionales de los diferentes sectores. - Reciclaje de los trabajadores en TIC. - Subvenciones para PYMEs para la formación del personal en TIC. • Sensibilización del empresariado sobre el nuevo modelo de empresa: comercio electrónico, teletrabajo, servicio de atención al cliente, nueva gestión, etc. - Difusión de experiencias de gestión excelentes, públicas y privadas. - Forum de difusión de experiencias públicas y privadas ("best practices") con "feedback" en las empresas del sector. - Difusión e implantación del correo electrónico y WEB-EDI en las empresas catalanes, y difusión de proyectos piloto ejemplificadores. - Acuerdos con organizaciones empresariales para potenciar y articular proyectos. - Dotación de incentivos fiscales a las inversiones en TIC.	Cámaras de comercio FORCEM CIDEM Departamento de Trabajo Asociaciones empresariales (Fomento del Trabajo, PIMEC-SEFES, etc.) y sindicatos

02.3.3 Coordinador, relatores y miembros

Sr. Acebillo Marín, Pere	GEC
Sr. Alsina Jiménez, Joan	Catalana de Iniciativas CR, SA
Sr. Antúnez Xaus, Josep M ^a	Bolsa de Barcelona
Sr. Barceló Roca, Miquel	Instituto Catalán de Tecnología (ICT)
Sr. Basacoma Lletjos, Joan	ASIMELEC
Sr. Berenguer Villaseca, Xavier	Instituto Universitario del Audiovisual (UPF)
Sr. Bisbal Méndez, Joaquim	Universitat Oberta de Catalunya (UOC)
Sr. Borrell Marco, Esteve	CIRSA
Sr. Calvo Florenza, Armando	Editorial Planeta
Sr. Canal, Joan	Centro de Cálculo de Sabadell (CCS)
Sr. Casanovas García, Josep	Facultad de Informática de Barcelona (FIB)
Sr. Casas Cadevall, Jordi	CECOT
Sr. Chicón Altet, Agustí	ALCATEL
Sr. Coll Sandiumenge, Ramón	Banco Sabadell
Sr. Damià, Jordi	Feria de Barcelona
Sr. Domènech, Eudal	IP-MULTIMEDIA
Sr. Edelmann González, Jorge	ORACLE
Sr. Esteve Avilés, Antoni	LAVINIA TV
Sr. Giménez, David	Departamento de Telemática de PIMEC-SEFES
Sr. Gomis Bosch, Rafael	Departamento de Sistemas de Información-Port de Barcelona
Sr. Grau Lara, Carles	Sun Microsystems Computer Company
Sr. Jaumeandreu Ros, Domingo	SONY ESPAÑA S.A.
Sr. Llebaria Casañé, Benet	ENCICLOPEDIA CATALANA, S.A.
Sr. Masias Muntada, Jordi	Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Barcelona
Sr. Massanell Lavilla, Antoni	Caixa d'Estalvis i Pensions de Barcelona
Sr. Miralles Colomina, Santiago	Televisión de Cataluña (TVC)
Sr. Nacher Mateu, Carlos	Banco Bilbao-Vizcaya (BBV)
Sr. Oliu Creus, Josep	Banco Sabadell
Sr. Oliveras Grau, Joaquim	Asoc. Esp.de Empresas Tecnologías de la Información (SEDISI)
Sr. Porrata-Dòria Yagüe, Ramir de	Asoc. Nac. de Industrias Electrónicas y de Telecomunicaciones (ANIEL)
Sr. Puig Mestres, Josep	Proeditors
Sr. Raventós Torras, Francesc	Catalana de Iniciativas CR, SA
Sr. Roca Junyent, Miquel	Roca Junyent Advocats Associats
Sra. Rojo Torrecillas, Maravillas	Ayuntamiento de Barcelona
Sr. Ros Domingo, Ángel	COBEGA
Sra. Rosa Roca, Blanca	Grupo Zeta
Sr. Sobrequés Callicó, Tomás	Ayuntamiento de Girona
Sr. Terré Ohme, Eugeni	CIDEM
Sr. Torra Vilanova, Josep	Barcelona Virtual
Sr. Torrella Reñé, Joan	Ayuntamiento de Barcelona
Sr. Ureta, Josep Ma	<i>El Periódico de Cataluña</i>
Sr. Valera, Francesc	Instituto de la Empresa Familiar

