TIC RESPONSABLES

08 DOSSIER

MEDIARESPONSABLE

SEPTIEMBRE 2007 P.V.P.: 20 euros

- Reportaje *multistakeholder* con más de 35 participantes
- Entrevistas con AETIC, ASIMELEC y la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información
- 15 artículos de opinión
- Más de 50 noticias
- Más de 35 casos prácticos de entidades del sector de las TIC

Con el patrocinio de:

Alcatel·Lucent

MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO

red.es

vodafone

vemos

el potencial de los estudiantes en España.

El empleo de las TIC - Tecnología de la Información y la Comunicación - en la educación de los jóvenes, una apuesta por una sociedad de futuro más avanzada.

Aula Autosuficiente de Ariño.

La inversión en I+D+i es esencial para el desarrollo de la Sociedad de la Información. Microsoft, facilita la aplicación de las TIC en la educación española impulsando su desarrollo.

Proyectos como la pionera Aula Autosuficiente de Ariño-Alloza (Teruel) donde por primera vez los alumnos utilizan Tablets Pc e Internet en su educación, se han convertido en referencia para miles de docentes. Un éxito que ha hecho posible que el Centro Rural Agrupado Ariño-Alloza esté hoy asociado a la UNESCO.

Otros proyectos similares se han implementado en La Rioja, Euskadi, Comunidad de Madrid, Castilla y León, Cantabria y Asturias. Una realidad posible gracias al entusiasmo del profesorado y al apoyo de las Administraciones.

Y todo, para crear una Sociedad de la Información en la que estemos todos presentes.

Más información en **microsoft.es/potencial**

Tu potencial, nuestra pasión.™

Microsoft®

La brecha digital 'responsable', dentro del propio sector

Durante 2006, el sector de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en España experimentó un crecimiento por encima de la media registrada en los últimos años. Incluso algunos expertos apuntan que, de mantenerse este ritmo, se lograría la convergencia con Europa durante los próximos años.

Pero, en materia de Responsabilidad y Sostenibilidad Empresarial, ¿existe la misma situación de auge? ¿Es suficiente el compromiso social de las TIC? nos preguntamos en el reportaje central del *Dossier TIC Responsables* que tenemos la satisfacción de poder editar desde Media Responsable por segundo año consecutivo.

Esta pregunta genera disparidad de opiniones entre los diferentes agentes de la sociedad: hay quien incluso rechaza la existencia de la brecha digital, mientras que otros aseguran que no se ha logrado reducir en España durante los últimos años. Lo que está claro es que no parece que ningún agente social quiera quedarse al margen de este debate.

Aún se detectan significativas brechas digitales en el trato que están dando las empresas TIC a la RSE

Reducir la brecha digital, aumentar la satisfacción del consumidor, gestionar mejor los residuos que generan los aparatos o hacer accesible la tecnología a personas con algún tipo de discapacidad son algunos de los retos a los que se enfrentan las TIC.

Pero quizá aún más importante por su transversalidad con el resto de desafíos es el de reducir la brecha digital 'responsable' existente aún en el sector. Porque, aunque en esta edición del *Dossier TIC Responsables* se han incrementado el listado de casos prácticos de las empresas respecto a la primera edición, aún se detectan diferencias o 'brechas' significativas entre la implicación y apuesta de las pioneras por fomentar la RSE dentro y fuera de sus organizaciones, y la de la gran mayoría de empresas TIC.

Las principales asociaciones del sector, encabezadas por AETIC y por ASIMELEC, así como la propia Secretaría de Estado de Telecomunicaciones, están tratando de asumir el liderazgo en estos temas, pero no podemos olvidar que la involucración de todos los agentes resulta imprescindible para lograr que deje de ser necesario preguntarse si es suficiente el compromiso social de las TIC.

Marcos González
periodista y director

MEDIARESPONSABLE

Director: Marcos González
(marcosgonzalez@empresasresponsable.com)

Departamento de Márketing:
María Ortiz
(mariaortiz@empresasresponsable.com)
Esteban Billar
(estebanbillar@empresasresponsable.com)

Departamento de Redacción:
Iván Sánchez
(ivansanchez@empresasresponsable.com)
Laura Flores
(lauraflores@empresasresponsable.com)

Diseño y maquetación:
Marta Sospedra
(diseno@empresasresponsable.com)

Fotografía: Alfaquí, Alberto Martín, Elisabet Serra

Preimpresión e impresión: Novoprint
Depósito legal: B-45.132-2007

Todo el contenido de la revista está impreso en papel 100% reciclado

Administración, publicidad y suscripciones:
Marta Asensio
(administracion@empresasresponsable.com)

Riera de Premià, nº 4, entlo. 1ª
08330 Premià de Mar (Barcelona)
Tel.: 93 752 47 78
Fax: 93 751 40 75
www.empresasresponsable.com

Edita: Media Responsable, S.L.
CIF: B-63958698

Media Responsable es miembro de:

Francisco Ros, Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información

Martín Pérez, Asociación Multisectorial de Empresas Españolas de Electrónica y Comunicaciones (ASIMELEC)

Jesús Banegas, Asociación de Empresas de Electrónica, Tecnología de la Información y Telecomunicaciones de España (AETIC)

3 EDITORIAL
La brecha digital 'Responsable', dentro del propio sector

6 NOTICIAS
Cronología de noticias sobre Tecnologías de la Información responsables publicadas en los diferentes medios de comunicación entre junio del 2006 y junio del 2007

14 ENTREVISTA
Francisco Ros, secretario de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información
"La empresa que no respete el medio ambiente estará fuera del mercado"

18 ENTREVISTA
Martín Pérez, presidente de la Asociación Multisectorial de Empresas Españolas de Electrónica y Comunicaciones (ASIMELEC)
"Las TIC son fundamentales para conseguir los Objetivos del Milenio"

22 ENTREVISTA
Jesús Banegas, presidente de la Asociación de Empresas de Eléctronica, Tecnología de la Información y Telecomunicaciones de España (AETIC)
"Las empresas más importantes de TIC lideran la RSE en España"

26 REPORTAJE *MULTISTAKEHOLDER*
El compromiso social de las TIC ¿suficiente?
Un total de 38 expertos analizan cómo hacer frente a la brecha digital y a otros nuevos retos del sector en RSE

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) avanzan a una velocidad de vértigo. Sólo hace falta pensar en cómo Internet ha cambiado la vida a millones de personas en el mundo en tan sólo unos pocos años. Pero ¿ha desarrollado este sector la RSE a la misma velocidad? Hay división de opiniones entre los expertos. Para algunos, el negocio está haciendo un gran esfuerzo en materia de RSE. Para otros, las TIC podrían hacer mucho más, aportando su experiencia y sus recursos, y extendiendo sus beneficios al conjunto de la sociedad.

49 CASOS PRÁCTICOS

3M
Accenture
Alcatel-Lucent
Atos Origin
Amper
Brother
BT
Canon
Cisco Systems
Epson
HP
Ericsson
France Telecom España (Orange)
Fujifilm
Intel
Mitsubishi Electric
IBM
Indra
Microsoft
Motorola
Nokia
Océ
Philips
Panasonic
Sadiel
Pioneer
Sanyo
Sage
Sharp
Siemens
Softtek
Sony Ericsson
Sun Microsystems
Telefónica
Symantec
Toshiba
Vodafone
Xerox

Tribunas 34

Alberto González, Asociación de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento (aDeSe)

Álvaro Serrano, Asociación de Distribuidores Españoles de Tecnologías de la Información (ADETI)

Miguel Ángel García, Asociación de Empresas de Tecnologías de la Información, Comunicaciones y Electrónica de Castilla y León (AETICAL)

José María López, Asociación Gallega Empresas Tecnologías Información y Comunicación (AGESTIC)

Miguel Errasti, Asociación Nacional de Empresas de Internet (ANEI)

José Luis Colvée, Asociación para el Fomento del Comercio Electrónico Empresarial (anetcom)

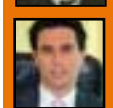
Luis Frutos, Comité Español de Business Software Alliance (BSA)

Luís Fernando Martínez, Asociación de Empresarios de Tecnologías de la Información y Comunicaciones de Andalucía (ETICOM)

Eulàlia Pérez, Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología

Leandro Navarro, PANGEA (organización perteneciente a la Asociación para el Progreso de las Comunicaciones)

Felipe Romera, Parque Tecnológico de Andalucía (PTA)



Sebastián Muriel, Red.es (entidad del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio)

Yolanda Rueda, Fundación Cibervoluntarios

Carme Botifoll, Innovación e Internacionalización de la Generalitat de Catalunya (CIDEM)

José Ángel Sánchez, Fundación COTEC para la Innovación Tecnológica

son perfectamente válidos aún. Hay que trabajar para hacer de la RSC un componente más de la estrategia empresarial.

COMPUTERWORLD: La brecha digital sigue existiendo, puesto que hay grupos desfavorecidos. Además, las empresas deben hacer mayores esfuerzos en el ámbito medioambiental. Éstas tienen que evitar el concepto de la RSE como un gancho para tener buena imagen. La RSE es generar riqueza y respetar el lugar donde actúas y compartir los beneficios.

ERNST & YOUNG: Habría que añadir la mejora de la relación con los clientes y, dado el actual debate global sobre los recursos existentes y los problemas asociados al consumo energético, la valoración y optimización de los impactos generados por el empleo de las TIC.

FUNDACIÓN CTIC: El Programa de la ONU para el Desarrollo subraya el fracaso de los países en desarrollo a la hora de acceder a los cambios tecnológicos. Diversos estudios han demostrado que, en muchos Estados, la brecha digital limita el desarrollo económico y social, y representa un factor de exclusión de los procesos mundiales de intercambio. A menudo, esta brecha digital aviva las diferencias entre Norte y Sur.

FUNREDES: Además de los ejes planteados, se debe superar el viejo paradigma que refleja el proceso de "ofrecer productos y servicios adaptados a las distintas necesidades sociales" y progresar hacia un nuevo paradigma basado en "definir, con los distintos grupos de usuarios, productos y servicios orientados a vencer la brecha digital dentro de una visión de sostenibilidad y desarrollo humano". Se trata de un cambio sumamente profundo que requiere creatividad e innovación. Algunas respuestas podrían encontrarse en la web 2.0.

GOBIERNO DE LA COMUNIDAD DE MADRID: Los retos principales están asociados a vencer carencias detectadas hace tiempo por la CE y que siguen estando ahí: falta de información sobre la relación que existe entre la RSE y los resultados económicos, conocimiento insuficiente del concepto de RSE por parte de los consumidores, consenso sobre una definición general de RSE y limitados instrumentos para diseñar actividades de RSE.

INDRA: Las empresas españolas son todavía poco innovadoras. Hoy tenemos ya la evidencia de que las sociedades más innovadoras, las que favorecen la generación de nuevas ideas y saben reconocer el espíritu emprendedor, son las más tolerantes y responsables.

INFORPRESS: En su relación B2B, las TIC pueden facilitar a sus clientes la implantación de medidas de RSE. Lo anterior sugiere un proceso de I+D sensible con las necesidades del mercado en términos de lo que la tecnología puede aportar a un salto exponencial en el desarrollo nacional y global.

IWITH.ORG: En España, es necesario avanzar en la competencia real entre operadoras y en la mejora del trato a los usuarios, para que se reduzca el precio de acceso a la banda ancha y mejore su calidad. Otros retos son la aportación de tecnología, conocimiento y experiencia en contextos geográficos de conflicto, subdesarrollo o situaciones de emergencia humanitaria; que los contenidos y servicios digitales sean accesibles para personas con discapacidad, especialmente en Internet; y que las TIC se conviertan en pioneras y líderes en e-trámites y e-atención a cliente, simplificando procesos y reduciendo los tiempos de respuesta.

MORAGUES AND SCADE BUSINESS: No ha habido una gran variación. Aunque creo que las empresas de TIC están identificando oportunidades en la RSE y poco a poco se están subiendo a bordo, deberían hacer más, ya que lo contrario se quedarán fuera de juego.

UNIVERSIDAD DE CASTILLA-LA MANCHA: Es crucial que se fortalezcan las relaciones con los grupos de interés, con especial atención a los colectivos con mayores necesidades sociales, mediante alianzas y acuerdos estables.

UNIVERSITAT RAMON LLULL: Siguen existiendo estos tres, pero hay más. A nivel jurídico, hay que agilizar la resolución los procesos judiciales de cara a prestigiar al sector ante el consumidor, de forma que las asociaciones de consumidores no se encuentren en un callejón sin salida cada vez que se hacen una reclamación, ni las pymes ante los imperios tecnológicos.

PRINCIPALES DESAFÍOS

- **Paliar la brecha digital: en nuestro país es importantísima.**
- **Hacer mayores esfuerzos en materia de sostenibilidad medioambiental.**
- **Atraer a trabajadores cualificados y fidelizarlos a través de la potenciación de la formación continua.**
- **Avanzar en la competencia real entre operadoras y en la mejora del trato a los usuarios.**
- **Impulsar los e-trámites y la e-atención al cliente, simplificando procesos y reduciendo los tiempos de respuesta.**
- **Agilizar la resolución de los procesos judiciales de cara a prestigiar al sector ante el consumidor.**
- **Evitar fenómenos migratorios a través del teletrabajo.**

ALBERTO GONZÁLEZ,
presidente de la Asociación de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento (aDeSe)

El PEGI como compromiso social de la industria del videojuego

En el año 2001 la Comisión Europea decidió auspiciar un proyecto que culminaría un año después con una Resolución del Consejo de la Unión Europea por la que se instaba a realizar un estudio para la protección de los consumidores en el ámbito audiovisual, en especial los jóvenes, mediante el etiquetado de los productos por grupos de edad.

Fruto de esta resolución, la industria europea del videojuego decidió dar ejemplo y constituirse como la primera industria audiovisual, y única, que se sometía de forma voluntaria a un código de autorregulación bautizado como código PEGI (Pan European Game Information).

En la actualidad este código de regulación de contenidos específico para los videojuegos lo comparten 27 países europeos. Para garantizar su correcto funcionamiento se combina la autoevaluación del contenido de los videojuegos por parte de los editores, con el análisis de la evaluación por parte de un organismo independiente, representado por el Instituto Holandés de Clasificación Audiovisual, NICAM.

Un código necesario

Al constituirse el videojuego como un elemento de ocio para todas las edades es cada vez más importante y necesario el impulsar este código de autorregulación, promoviendo su difusión y conocimiento entre los consumidores de videojuegos y, sobre todo, entre los padres y educadores que adquieren los videojuegos dirigidos a los menores de edad.

En este sentido, los resultados del último año han sido muy positivos en lo que respecta a la implantación del PEGI en nuestro país: durante el año 2006 más de 2.000 títulos han llegado al mercado catalogados con este sistema, de manera que en la actualidad la práctica totalidad de los productos disponibles en las estanterías de los establecimientos españoles están etiquetados conforme a este código de clasificación por edades, en armonía con lo que sucede en el resto de países que lo comparten.

La industria del videojuego decidió dar ejemplo y constituirse de forma voluntaria como la primera industria audiovisual en someterse a un código de autorregulación

Compromiso voluntario

La industria del videojuego está de acuerdo con la idea puesta de manifiesto en la UE de que no es competencia exclusiva de las empresas de videojuegos el llevar a

cabo la protección de los menores. Pese a esta conclusión, a lo largo de estos años y de forma constante, voluntaria y autónoma las diversas compañías de videojuegos han adquirido un compromiso firme y han realizado ímprobos esfuerzos, hasta fechas muy recientes sin ningún apoyo por parte de la Administración, por informar a los consumidores acerca de los contenidos que producen, aun cuando en el resto de áreas de la industria audiovisual esta comunicación no se realiza o bien no se lleva a cabo con los mismos niveles de insistencia.

Decálogo para la compra responsable

En esta línea de compromiso, la Asociación Española de Distribuidores y Editores de *Software* de Entretenimiento, aDeSe, presentó en diciembre del año pasado, junto con el Instituto Nacional de Consumo –y en colaboración con el Consejo de Consumidores y Usuarios-, la iniciativa *Decálogo para la compra responsable e informada de videojuegos.* Un decálogo de consejos para los padres y educadores enmarcado en una campaña informativa sobre el conocimiento del código de autorregulación por edades PEGI como herramienta a la hora de adquirir videojuegos destinados al consumo de menores.

De igual manera, es destacable también la responsabilidad que la industria española de videojuegos adquirió en el año 2004 con la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, Autocontrol. Se estableció de forma voluntaria un convenio con este organismo por el que las compañías de videojuegos se mostraban dispuestas a acatar las directrices propuestas por este organismo a la hora de llevar a cabo sus comunicaciones comerciales. Según los datos presentados por Autocontrol en su Informe Anual de Actividad para el año 2006, la industria del videojuego ha cumplido de forma altamente satisfactoria las directrices propuestas a la hora de publicitar sus productos.

Del mismo modo, la industria española del videojuego muestra abiertamente su predisposición a colaborar con el Gobierno en una optimización del código PEGI, con la esperanza de que en nuestro país alcance el reconocimiento del que ya goza en otros países europeos.

ÁLVARO SERRANO,
gerente de Asociación de Distribuidores Españoles de Tecnologías de la Información (ADETI)

ADETI y su contribución a la Sociedad de la Información

ADETI, Asociación de Distribuidores Españoles de Tecnologías de la Información, ha comenzado a dar una serie de importantes pasos en su trayectoria para convertirse en la entidad que represente y defienda eficazmente los intereses del Canal de Distribución TI en España.

Hemos superado con éxito la primera fase, constituyendo y organizando una Asociación que incluye en su Junta Directiva representantes de los distribuidores de tecnología mas importantes de nuestro país, y poniendo en marcha la organización y red de contactos necesarios para que en los próximos meses y años nuestros asociados se vean claramente beneficiados en sus intereses y negocios. Estamos ya inmersos en la segunda fase que nos permitirá crecer como asociación, generando y poniendo en práctica iniciativas en beneficio de todos.

Actualmente estamos poniendo en marcha diversos proyectos importantes y trabajos en colaboración con asociaciones sectoriales y organismos públicos de máxima relevancia, contando entre otros con el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, respecto a los recursos asignados al Plan Avanza para este ejercicio fiscal, a la vez de la sensibilización del Canal de Distribución respecto al uso y venta de sofware 100% legal.

ADETI es la Asociación constituida por y para el canal de distribución. Ofrecemos lo mismo que pedimos: seriedad, profesionalidad, estabilidad, responsabilidad, honestidad, trabajo y adaptación al entorno. ADETI promueve en sus asociados dos cuestiones fundamentales: código de buena conducta; y una serie de obligaciones y derechos.

Nuestro principal activo y fuente de Responsabilidad Social está en nuestros trabajadores y su futuro

Obligaciones de los distribuidores

En cuanto a las obligaciones de los distribuidores, ADETI establece que debe haber una relación concisa, clara y precisa de qué cosas somos capaces de dar a nuestros interlocutores –especialmente nuestros clientes, pero también el resto de involucrados – de forma natural y espontánea. Otras obligaciones son ser útiles, honestos, rigurosos, profesionales, comprometidos con los distintos aspectos de la legislación; reconocer que el principal activo –y con ello nuestra principal fuente de Responsabilidad Social– está en nuestra gente, en nuestros recursos profesionales, en nuestros trabajadores y su futuro; contribuir a la extensión de la Sociedad de la Información, ya no sólo porque es básicamente nuestro negocio, sino porque con ello contribuimos a un entorno más justo, a la eliminación de barreras sociales y a la universalidad de las oportunidades, de la formación y de la información.

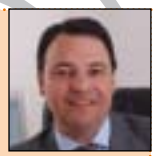
Los derechos del sector

Nuestros derechos son hacer saber a todos cuantos interactúan con nosotros que es difícil mantener un negocio sostenible, rentable, justo, adecuado a la legislación y comprometido con la Administración, con el empleado y con el cliente, si no se dan unos parámetros mínimos en los que desenvolvernos a lo largo del tiempo.

Son muchas nuestras inversiones y nuestros esfuerzos por consolidar fuerzas técnicas y comerciales profesionales, capacitadas y adecuadamente retribuidas, como para no poder prever con la suficiente antelación, no ya los cambios propiciados por el mercado y el entorno competitivo al que estamos sujetos, sino los que proceden de los cambios estratégicos, legislativos, o unilaterales y de relación con aquellos a los que estamos representando y prestando nuestra imagen y entregando nuestros esfuerzos profesionales. Es sencillo: predecibilidad, durabilidad, mutuo acuerdo, arbitraje, retorno de la inversión, reconocimiento de valores específicos y diferenciales, apoyo, asistencia jurídica, competitividad, formación, protección de capital intelectual y representación ante terceros.

Planes de carrera

Los planes de carrera de ADETI son otra dimensión de la Responsabilidad Social. Uno de los puntos en los que el canal tiene dificultad es en encontrar empleados junior, incluso sin experiencia, pero con la formación y las capacidades adecuadas para trabajar en un distribuidor. Para ello, se trabaja de forma decidida en la creación e impulso permanente de los Planes de Carrera ADETI. Están orientados a estudiantes o jóvenes con una corta experiencia profesional que quieran especializarse. Los candidatos se seleccionan por ADETI en función a su formación y experiencia previas. Una vez realizado el curso, se les examina y asigna un tutor que evalúa las prácticas que realice en las empresas asociadas a ADETI para posteriormente acceder a un puesto de trabajo en condiciones tuteladas.



MIGUEL ÁNGEL GARCÍA,
presidente de la Fed. de Asoc. de Empresas de Tecnologías de la Información, Comunicaciones y Electrónica de Castilla y León (AETICAL)

El sector TIC, un futuro profesional en Castilla y León

AETICAL, universidades y la Junta de Castilla y León están elaborado un plan que consolide el empleo del sector de las Tecnologías de la Información en la región, impulsando la incorporación gradual de unos 1000 profesionales cualificados al mercado laboral hasta 2010. Esta actuación pone de manifiesto la importancia de este sector para Castilla y León. Entre las partes colaboradoras en el plan, se encuentran las 160 empresas integrantes de la asociación formada por compañías de la región que compiten en el mercado pero que a la vez cooperan.

En la actualidad, la importancia de una capacitación cada vez más profesional, así como asegurar una mejora competitiva en el sector TIC de Castilla y León, suponen los dos objetivos principales de la Federación de Empresas de Tecnología de la Información, Comunicaciones y Electrónica (AETICAL). Por eso, desde nuestra federación se apuesta por la cooperación con las administraciones y las universidades, a través de la puesta en marcha de proyectos de formación y becas con los distintos organismos públicos. Con ellos, los estudiantes de los dos últimos años de las carreras vinculadas al sector TIC podrán realizar prácticas

en empresas durante cortos periodos compatibles con el curso lectivo. El nuevo plan apostará por formar nuevos profesionales aplicando sus conocimientos a la práctica. Estas ayudas también estarán abiertas a estudiantes de Formación Profesional, de los que se espera la incorporación de unos 150 estudiantes al año. Además, estos apoyos se completarán con un futuro Convenio Marco Salarial y Profesional para el sector TIC de la Comunidad, de manera que no sólo facilitan la capacitación profesional, sino también la inserción laboral.

La importancia de este sector para Castilla y León se ha hecho patente, y desde el Gobierno Regional se pretende evitar la fuga de talento a otras comunidades autónomas.

La labor social de AETICAL

En materia de Responsabilidad Social, uno de los principales proyectos de este año, ha sido la edición para Castilla y León del libro Internet con los menores riesgos, una guía práctica de las nuevas tecnologías enfocada para padres. Este manual supone una ayuda para conocer y evaluar los riesgos de la red, elegir las mejores medidas preventivas para el uso de las nuevas tecnologías y explica como llevar a la práctica las decisiones de los usuarios sobre el modo de hacer uso de Internet.

Así, AETICAL en colaboración con la Asociación Leonesa de Empresas de Tecnología de la Información y las Comunicaciones, ALETIC y la Junta de Castilla y León, han publicado este libro pensado para la protección de los menores en el uso de Internet, escrito por la abogada estadounidense, Parry Aftab.

La edición del libro *Internet con los menores riesgos*, una guía práctica de nuevas tecnologías destinada a padres ha sido uno de los principales proyectos del año en Responsabilidad Social de AETICAL

Otro de sus proyectos más destacados es la edición de un DVD con las 10 claves para usar Internet con seguridad. A través de este formato interactivo se pretende enseñar a los niños de 6 a 10 años a utilizar un universo de oportunidades para la educación, como es la red. Para ello, además de incluir las diez claves básicas para la navegación segura, al estar pensado para un público infantil, cuenta con dos juegos 'guión sin ordenar' y 'Amistades en el Chat'.

Además, también se colabora con el Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación (INTECO) con sede en León, en la creación de cursos de accesibilidad web, y se ha cooperado con la Junta de Castilla y León en el programa Iníciate, consistente en carpas divulgativas y cursos para colectivos desfavorecidos, entre otras iniciativas.

Con estas ayudas y programas que vamos impulsando, contando con el apoyo del sector privado y de los distintos organismos públicos, principalmente regionales, pretendemos poner de manifiesto la creciente presencia de nuestro sector en la sociedad actual, lo que implica que nuestra responsabilidad es y será cada vez mayor.

AETICAL intenta crear valor añadido a sus miembros potenciando la colaboración entre compañías para complementar las aportaciones individuales de sus asociados. La federación se encuentra dentro de la Confederación Nacional de Empresas de Tecnologías de la Información, CONETIC.

JOSE MARIA LÓPEZ,
presidente de la Asociación Gallega de Empresas deTecnología, Información y Comunicación (AGESTIC)

RSE en el sector TIC de Galicia, un futuro centrado en las pymes

AGESTIC, como asociación representativa de las empresas TIC en Galicia, entiende que debe de asumir un papel tractor en las nuevas políticas de Responsabilidad Social Empresarial -RSE- en las empresas gallegas, al tener el sector de las TIC una fuerte influencia en los otros sectores de actividad económica y que con su ejemplo puede inducir a la aplicación de medidas de RSE en otros sectores.

AGESTIC entiende que es preciso un giro en la mentalidad de los empresarios y directivos de las empresas gallegas en lo referente a los ámbitos social, ético, laboral, ambiental y de los derechos humanos, es decir, en todo lo referente a Responsabilidad Social Empresarial.

La actividad empresarial va asociada implícitamente a los beneficios sociales que comporta, de forma expresa o voluntaria, pues toda empresa que genera puestos de trabajo directos e indirectos es fuente de riqueza social, más allá de los beneficios que generen sus productos y servicios. La empresa, sus propietarios y otros partícipes dependen de la sociedad en la que operan en cuanto a su existencia y prosperidad, consecuentemente también tienen respecto a ella importantes obligaciones.

Las empresas tienen que adoptar códigos de conducta relativos al manejo de los recursos humanos disponibles, hombres y mujeres, en igualdad de capacitación y formación, favoreciendo la adaptación al puesto de trabajo y adoptando sistemas de gestión que empleen las herramientas de la RSE en el día a día y el sector de las tecnologías de información y comunicación, por su carácter transversal que incide en resto de los sectores de producción de bienes y servicios,- puede ser el motor del cambio social

Hay que centrar las estrategias de promoción de la RSE de forma preferente en las pymes

AGESTIC y la RSE

AGESTIC, en 2006 ha iniciado un importante trabajo elaborando el primer manual-guía sobre RSC, *Compromisos Éticos/Responsables para Empresas TIC*, cofinanciado por la Consellería de Innovación y la Vicepresidencia de Igualdad de la Xunta de Galicia.

En este manual se hace una aproximación al concepto de RSC en las empresas TIC, una inmersión en la RSC aplicada a la gestión empresarial (planes de RSC, memorias de sostenibilidad, balances sociales, económicos y ambientales, marketing responsable), asi como una autoevaluación de la situación de RSE para conocer el punto de partida. Asimismo, se diseña un programa de actuación sencillo basado en la asunción de sus responsabilidades empresariales. El manual ha sido presentado en las principales ciudades de Galicia y distribuido a 500 empresas del sector TIC, complementándose su publicación en la página web www.agestic.org, de forma que cualquier interesado puede consultarlo.

AGESTIC desarrollará en 2007 una serie de actuaciones complementarias para la realización efectiva de la implantación de la RSE en las empresas gallegas de sector TIC, convocando siete seminarios prácticos, en los cuales participarán 300 empresarios y directivos, en los que en base a experiencias de otras empresas, se muestre la forma de implantar la RSE.

Futuro de la RSE en Galicia

Pese a que en Galicia se están desarrollando importantes iniciativas de fomento de la RSE, éstas se limitan a las grandes empresas, la realidad en las pymes es muy distinta. Hay que centrar, por lo tanto, las estrategias de promoción de la RSE de forma preferente en ese colectivo.

Las políticas y planes a desarrollar en esta materia en Galicia tienen que reposar sobre las siguientes líneas de actuación: campañas de sensibilización e información dirigidas a pymes; fomento de la adopción de criterios de RSE por los consumidores; fomento de medidas de autorregulación empresarial sectorial; promoción de buenas prácticas entre empresas; creación de bancos de proyectos de cooperación; elaboración y difusión de las memorias de sostenibilidad de las empresas; creación del Observatorio de la RSE en Galicia; impulso de la implantación en las empresas de sistemas de gestión que integren los aspectos ambientales, sociales, económicos y de calidad; mejora de las condiciones laborales de los trabajadores y políticas de recursos humanos de calidad; incorporación de la 'gestión del cambio' como medida de previsión y corresponsabilidad de las empresas con sus empleados; f omento de la igualdad entre hombres y mujeres en todos los planos de actividad de la empresa; y creación de programas de ayudas a empresas que alcancen determinados parámetros en RSE.

MIGUEL ERRASTI,
presidente de la Asociación Nacional de Empresas de Internet (ANEI)

RSC y brecha digital

Las tecnologías han cambiado el mundo de una forma tal que hubiese sido inimaginable hace apenas 15 años. Los horizontes que la revolución digital ha abierto para millones de ciudadanos en todo tipo de actividades no tienen precedentes ni siquiera en la eclosión de la pretérita 'Galaxia Gutenberg', derivando de ello un incremento en la transferencia de información y modificando en la práctica la forma en que se despliegan muchas actividades en las sociedades modernas.

Internet, frente a lo que se suele interpretar erróneamente en los medios de comunicación, es una de las actividades económicas que con mayor celeridad se ha sensibilizado en el uso de prácticas empresariales que convergen con las preocupaciones de la sociedad. Derechos humanos básicos tales como la 'protección a la infancia' o el 'derecho a la información' confluyen en nuestra industria con otros derechos tradicionales, como los del consumidor, atendiendo al colosal espacio de actividades diversas que usan y disfrutan de la Red.

Desde ANEI hemos promovido, siguiendo una madurez del sector ya incuestionable, las iniciativas que se iban reclamando acompañando la natural expansión del digital.

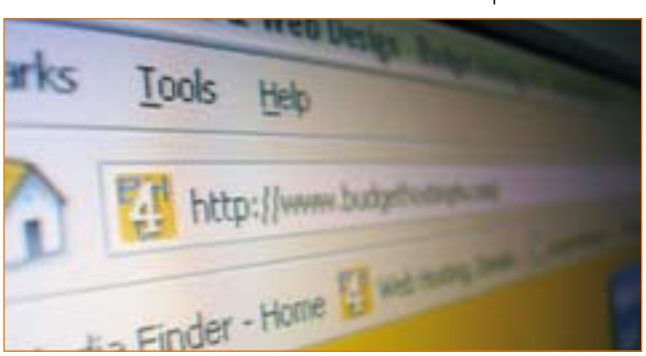
Diseñar una estrategia clara en el desarrollo de políticas de Responsabilidad Social Corporativa es una de las actividades principales de nuestras empresas.

Sin embargo no podemos ni debemos ignorar que aún hay materias que deben ser modificadas y corregidas.

Superar la brecha digital

El informe de Internet World Stats (2005) señala algunas carencias que de no corregirse deslucirán los 'imputs' más positivos.

Así, de los 985 millones de internautas, el 70% se halla en los países de la OCDE, que supone un 15% de la población mundial. Lo que señalado a la inversa pone de relieve que un 30% de los 'conectados' se reparten entre una población de 5.100 millones de personas. Europa y Estados Unidos reúnen a 500 millones de usuarios, mientras que el continente africano no suma más de cuatro millones.



Estas diferencias notables se revelan asimismo dentro de los países más avanzados y a su vez entre hombres y mujeres, ciudad o campo, edades, estatus sociales etc.

Corregir dichos desequilibrios en España proveyendo de acceso a los sectores sociales en desventaja que han quedado 'descolgados' es una de las principales metas. Reducir la brecha digital con el fin de 'conectarlos' así como aumentar las habilidades para el uso de herramientas tecnológicas revierte en beneficio de todos.

El informe de Internet World Stats (2005) señala algunas carencias que de no corregirse deslucirán los inputs más positivos de las empresas de Internet

Una labor de conjunto

La alfabetización digital, o 'inclusión digital', expresión preferida por muchos analistas, es pues una labor de conjunto en la que debemos converger en los fines y medios las administraciones, organizaciones empresariales y las propias empresas. Los beneficios sociales que se forjan afectan a las comunidades, organizaciones, familias y otros grupos.

El e–comercio, los e-servicios, la reducción de los costos de conexión, el perfeccionamiento de los servicios públicos, son indispensables para crear un 'entorno favorable' para la lograr la reducción de las desigualdades dentro de España y hacia el exterior.

En el colectivo de las empresas de Internet, existe un creciente interés por actuar en este sentido, unas empresas lo materializan mediante donaciones, tanto económicas como en producto, otras con voluntariado corporativo destinado a organizaciones sociales, siendo responsables con el medio ambiente o implicándose en acciones con la comunidad. La empresas que trabajan en el ámbito de Internet son jóvenes, han crecido rápido, pero también saben que sus implicaciones con la sociedad son un valor de suma importancia para todas las partes implicadas en su actividad y en este sentido algunas ya están trabajando y otras muchas comienzan a hacerlo en este momento.

La 'tercera revolución industrial 'como la ha calificado la Organización Mundial de Comercio (OMC) no será posible en las sociedades ajenas a las ventajas de la 'Sociedad de la Información'.

JOSÉ LUIS COLVÉE,
director general de la Asociación para el Fomento del Comercio Electrónico Empresarial (Anetcom)

Las TIC: escaparate de la RSE

Mayor agilidad, inmediatez y competitividad. Todo esto y mucho más es lo que ofrecen las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) a nuestras empresas, que consiguen aumentar, con una aplicación eficiente de estas nuevas tecnologías, el valor añadido de sus productos y/o servicios y, además, les permite mejorar, en gran medida, su labor en otros ámbitos, como en la Responsabilidad Social (RS).

Anetcom, como asociación sin ánimo de lucro y organismo conciliador entre la oferta y la demanda tecnológica, está concienciando y tratando de aunar esfuerzos para que los sectores menos favorecidos puedan integrarse en la nueva Sociedad de la Información. Esta es una labor que desde Anetcom apoyamos e impulsamos con actos como los que llevamos celebrando las últimas ediciones del Día Mundial de Internet.

Así, uno de nuestros principales objetivos cumplidos ha sido lograr el apoyo, fundamental, del sector privado TIC para crear un entorno favorable en el que se pueda asumir la Sociedad de la Información como un entorno empresarial globalizado, en el que uno de los pilares debe ser el conocimiento de nuestro entorno y nuestra concienciación por un desarrollo sostenible.

La influencia de la Sociedad de la Información y del Conocimiento y la aplicación empresarial de las TIC en la promoción y difusión de buenas prácticas responsables socialmente están permitiendo un incremento de esta labor social, ya que a través de estas tecnologías se mejora la conciliación de la vida laboral con la familiar; se permiten opciones como el teletrabajo y se fomenta el contagio de la RS a través del aumento de información sobre la misma.

Las TIC y la información

Las TIC han revolucionado el intercambio de información en cualquier ámbito de nuestra sociedad y esto repercute de forma directa en el modo de comunicación entre las empresas, entre clientes y empresas, así como entre los propios clientes, ya que han provocado una enorme transformación del ocio y de los hábitos de consumo. Y las empresas deben adaptarse a estos cambios, deben asumirlos y hacerlos propios, debe ser partícipes socialmente, porque ahora ya no hay excusas, todo se sabe.

No podemos obviar que toda la ética de los negocios está directamente relacionada con las prácticas que realiza nuestra empresa y, en este sentido, desde Anetcom guiamos al empresario en esta nueva era digital, en la que sin unas reglas de netiqueta

sería imposible funcionar. Por ello, Anetcom ha puesto en marcha y está divulgando un código de buenas prácticas, Óptima Web, ya que la nueva Sociedad de la Información y del Conocimiento requiere un sello que garantice la seguridad del internauta y premie el esfuerzo de las empresas por luchar en esta dirección. Ésta es una acción de RS que el sector TIC tiene que asumir plenamente.

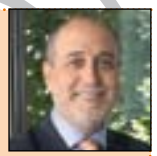
Anetcom está divulgando el código de buenas prácticas Óptima Web como sello que garantice la seguridad del internauta y premie el esfuerzo de las empresas que luchan en esta dirección

Hacia la innovación

Asimismo, consideramos que la concienciación y la motivación empresarial hacia la innovación es, sin duda alguna, un elemento imprescindible tanto para romper la brecha digital aún existente entre España y Europa como para crecer como empresas y como organizaciones esenciales en el desarrollo y crecimiento social de su entorno.

En este sentido, para nuestra asociación, aumentar la competitividad debe ser uno de los objetivos vitales del tejido empresarial, principalmente de sus pymes, las que más abundan en la Comunitat Valenciana, ya que al incrementar su competitividad consiguen hacerse un hueco, más que merecido, en un mercado tan globalizado como el actual y, al mismo tiempo, mejorar como empresas en su labor social. Es innegable que las TIC aportan a las empresas más tiempo y más recursos –al abaratar algunos procesos empresariales–, un tiempo y unos recursos que pueden y deben destinarse a las buenas prácticas sociales.

Las Nuevas Tecnologías, pese a que se están introduciendo poco a poco en la filosofía del proceso empresarial, precisan de un pequeño gran empujón para consolidarse y ser plenamente habituales en el mismo. Este empujón definitivo es el que tiene que aportar un mayor énfasis en otros ámbitos de la empresa, como la RS. A medida que crezcamos como empresa crecerá nuestra labor social.



LUIS FRUTOS,
presidente del Comité Español de Business Software Alliance (BSA)

Tecnología y responsabilidad

El uso de las nuevas tecnologías es ya un factor inherente a la actividad empresarial. Por lo tanto, si cada vez hablamos más de la necesidad de prácticas responsables por parte de las empresas, parece oportuno incluir un apartado dedicado a las tecnologías como un factor más de responsabilidad, dada su progresiva implicación en el negocio.

Dado el papel que BSA desempeña como representante de la industria del *software*, en este artículo nos centraremos en este activo, que en realidad es el verdadero motor de la innovación, lo que diferencia un sistema informático de otro y dota de valor a la infraestructura tecnológica; lo que, en definitiva, mueve la actividad empresarial y determina su productividad y su nivel de modernización.

A la hora de hablar de prácticas responsables de las empresas en relación con las TIC, podríamos hacerlo en una doble vertiente: por un lado, saber y ser consciente de la importancia de su incorporación para que la organización sea más eficaz y competitiva; por otro, una vez que hemos entendido la necesidad de adquirirlas, saber utilizarlas correcta y lícitamente.

Si analizamos la primera de estas vertientes, España sigue siendo uno de los países más lentos de la Unión Europe (UE) en la incorporación de esas tecnologías. El último Barómetro Europeo de la Innovación de la Comisión Europea nos sitúa, por segundo año consecutivo, en el furgón de cola. Concretamente, en el cuarto grupo de cuatro, a la misma altura que Estonia, Italia, Malta, Hungría, Croacia y Eslovaquia. Precisamente, uno de los cinco criterios que valora la Comisión Europea para establecer esta clasificación es la innovación empresarial. Pues bien, de 28 países evaluados por este concepto, ocupamos el puesto…28.

España sigue siendo uno de los países más lentos de la UE en la incorporación de las TIC en las organizaciones

Uso del *software*

Por lo que respecta a la otra vertiente de responsabilidad, no estamos mejor. El 46% del *software* instalado en los ordenadores en España es ilegal, y ese porcentaje alcanza el 75% si hablamos de las pymes. Estamos diez puntos por encima de la media de la UE y 12 por encima de los países europeos de nuestro entorno. Es decir, no estamos utilizando correctamente las tecnologías en España, y en particular el *software*.

Dados estos indicadores, no hace falta ser muy sagaz para darse cuenta de que la empresa española está perdiendo una carrera fundamental para su desarrollo en un entorno globalizado, en el que las fronteras están perdiendo sentido y organizaciones de distintos países compiten en entornos multinacionales y multi-regionales.

Aparte de que la piratería de *software*, a estos niveles, está generando en nuestra economía un lastre que se cifra en 689 millones de euros estimados de pérdidas y entre 4.000 y 6.000 puestos de trabajo, el problema no es sólo de la industria. Afecta también a las propias empresas usuarias de un producto fraudulento.

Un *software* adquirido de forma ilegal no cuesta nada en principio. O eso parece. Pero las horas de trabajo perdidas por fallos, los estragos que en su sistema ocasiona la entrada de virus por falta de seguridad, la imposibilidad de obtener servicios y formación del fabricante y el hecho de anclarse en un producto que quedará obsoleto porque no podrá actualizarse, termina costando mucho dinero.

Ello, sin contar el coste adicional que le puede ocasionar estar incurriendo en una práctica ilegal. Durante el año pasado, el coste medio para las empresas españolas que fueron detectadas y condenadas por uso de *software* fraudulento ascendió a 49.000 euros.

En definitiva ¿es más responsable una empresa que se vale de modernas tecnologías y de *software* legal para ser más competitiva que otra que obvia su importancia? La primera tiene más oportunidades de crecer, de incrementar su plantilla, de contribuir a la riqueza de su comunidad y su país y de generar mayor bienestar a su alrededor, además de que no está infringiendo la ley y está dando un buen ejemplo en su entorno. En efecto, es más responsable.

Dada la situación que tenemos en las pymes españolas, ¿son el 75% de los empresarios irresponsables? Evidentemente, no. Los agentes sociales y económicos, empezando por la Administración Pública, tienen que hacer todo lo posible por informarles de los beneficios de esas tecnologías, facilitarles su adquisición de forma legal, formarles y ayudarles a utilizarlas para que vean que realmente pueden llegar a ser más productivos con ellas. A partir de ahí, sí es el empresario quien debe asumir su papel, ampliar las miras de su negocio y esperar el retorno, sí, pero después de la inversión.

La RSE, una realidad para ETICOM y las empresas TIC andaluzas

LUÍS FERNANDO MARTÍNEZ, director general de la Asociación de Empresarios de Tecnologías de la Información y Comunicaciones de Andalucía (ETICOM)

Dentro de la Asociación de Empresarios de Tecnologías de la Información y Comunicaciones de Andalucía (ETICOM), estamos plenamente convencidos de la importancia que el concepto de Responsabilidad Social Empresarial ha adquirido durante los últimos años, tiene en el presente y obtendrá en el futuro.

Es evidente que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE en adelante), también denominada Responsabilidad Social Corporativa, va a suponer un antes y un después en la gestión de las empresas y en la relación bidireccional de las empresas con la sociedad. La RSE más allá de su actualidad vigente y de las modas de gestión empresarial imperantes, es, por un lado, un concepto de acción empresarial y, por otro, una serie de políticas ligadas al desarrollo sostenible que han venido para permanecer en el ámbito empresarial, basadas en sus tres principales pilares básicos: sociedad, economía y medio ambiente.

Por todo ello, para el sector TIC andaluz, la RSE debe estar cimentada sobre unos criterios claros y definidos debiendo ser una apuesta voluntaria de la empresa, alejada de imposiciones logradas a través de reglas, leyes y normas. Tiene que ser una política estratégica que debe imbuir toda la gestión de la empresa de forma vertical y horizontal, basándose en el convencimiento y el consenso por parte de directivos y trabajadores. Además, debe contener un elemento transversal de vital importancia para nuestro sector, la innovación en los procesos productivos. Al respecto, debe destacarse la homogeneidad que el concepto de RSE tiene por parte de empresarios y sindicatos que comparten los criterios antes mencionados, principalmente el de la adopción con carácter voluntario de la RSE, habiéndose pronunciado en esta misma línea la UE en reiteradas ocasiones.

ETICOM y sus empresas asociadas son conscientes de que la correcta adopción de políticas de RSE fortalece el tejido productivo andaluz

RSE y competitividad

En esta línea, ETICOM y sus empresas tecnológicas asociadas son conscientes de que la correcta adopción de las políticas de RSE fortalece el tejido productivo andaluz, haciéndole mejorar en competitividad y generando una serie de valores añadidos que le permitirán alcanzar los criterios de convergencia anhelados. En este sentido, los enfoques 'éticamente responsables' de la gestión empresarial deben estar basados en una absoluta transparencia informativa, unos sólidos compromisos sociales y medioambientales, una mejora continua de los procesos de producción apoyados en la innovación tecnológica y una continua verificación externa de los procesos.

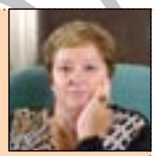
Debo destacar que en ETICOM no somos ajenos a la dificultad de la implantación de los criterios de la RSE en la pyme andaluza, comúnmente alejada de estructuras que faciliten dicha adopción. No obstante, por esa misma problemática, queremos ser la plataforma que impulse y ayude a nuestras empresas que así lo demanden, a poder realizar de forma ordenada y paulatina la implantación voluntaria de las políticas de RSE, aconsejándolas y asesorándolas al respecto. Para ello, contamos con profesionales y colaboradores conocedores de la materia que se encuentran a su disposición.

Los inicios en los 90

Desde la década de los 90, las empresas TIC andaluzas ya han venido dando diferentes pasos al respecto de la RSE, aún antes de que el propio concepto hubiese calado en los sistemas de gestión empresarial de las grandes corporaciones. De hecho, son numerosas las empresas asociadas a ETICOM que se encuentran certificadas en las normas ISO 14000 sobre gestión medioambiental,

que desarrollan aplicaciones que van encaminadas a resolver diferentes problemáticas sociales, que ayudan a través de la acción social al entorno que las rodean. Incluso el sector TIC ayuda a otros sectores a lograr complementar y mejorar sus políticas de RSE, ya que el uso responsable de las TIC contribuye a conseguirlo, dotándolos de mejoras sociales y medioambientales. Como ejemplos de ello, habría miles, pero citando algunos podría destacarse la lucha contra la 'brecha digital', la contribución al medio ambiente que se produce por la ausencia de contaminación principalmente la automovilística debido los nuevos canales de comunicación, la conciliación de la vida laboral y familiar que se logra a través de las nuevas tecnologías, etc.

En definitiva, ETICOM y las empresas TIC andaluzas que forman parte de la asociación, están afrontando con nota numerosos retos como: la calidad en la gestión; sistemas de seguridad de las TIC; mejora de los modelos y madurez; y la próxima e inmediata gestión de la I+D+i.



EULÀLIA PÉREZ,
directora general de la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología

Año de la Ciencia 2007: una apuesta para el desarrollo del bienestar social

El Año de la Ciencia 2007 es una iniciativa del Gobierno español coordinada por la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT) a instancias del Ministerio de Educación y Ciencia. Pretende promover el conocimiento científico en la sociedad como parte de la cultura, propósito que bien puede enlazarse con la filosofía que imprime la Responsabilidad Social Corporativa en las entidades privadas y que persigue el desarrollo de líneas de actuación que redunden en beneficio de las sociedades donde las empresas operan y están instauradas.

Considerando que el Año de la Ciencia quiere ser el punto de partida para el desarrollo de la cultura científica en nuestra sociedad, como inversión de futuro y motor de crecimiento, puede decirse que se trata de una iniciativa dirigida al bien común, ya que en la cultura científica se encuentra la génesis del desarrollo y el bienestar social.

Esta celebración requiere la participación activa y la colaboración de todos los agentes implicados en el desarrollo científico de nuestro país. Es decir, administraciones públicas –centrales, municipales y autonómicas-, museos, centros de investigación, universidades, fundaciones, investigadores, divulgadores y, por supuesto, empresas.

Acercar la ciencia y la tecnología

El Año de la Ciencia 2007 cuenta con un completo calendario de actividades, a través de las cuales se quiere acercar la ciencia a la vida cotidiana, sacándola de sus espacios habituales para llevarla a la calle. Se trata de lograr que los ciudadanos sean conscientes de la importancia que el desarrollo científico y tecnológico tiene como inversión de futuro, porque tal desarrollo sustenta en buena parte la mejora de las condiciones necesarias para alcanzar el progreso de la sociedad.

Para lograrlo es preciso involucrar en la iniciativa a la sociedad en su conjunto, consiguiendo la participación ciudadana. De esta relación recíproca depende, en gran medida, el éxito de los resultados. La Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT) ha puesto en marcha una convocatoria de ayudas públicas para la financiación de acciones de difusión y divulgación científica que se desarrollen en el marco del Año de la Ciencia. Son susceptibles de financiación actividades que contribuyan a la mejora de los flujos de información científico-tecnológica o ayuden a incrementar el interés social por el conocimiento en los avances científicos y tecnológicos.

Se trata de lograr que los ciudadanos sean conscientes de la importancia que el desarrollo científico y tecnológico tiene como inversión de futuro

La importancia de la participación privada

Iniciativas como esta requieren la implicación pública, pero también la participación privada a través de la RSC, porque en definitiva, generar crecimiento en la sociedad debe ser la finalidad última de toda institución.

Tres iniciativas para fomentar el buen uso de las TIC

LEANDRO NAVARRO,
vicepresidente de Pangea, organización perteneciente a la Asociación para el Progreso de las Comunicaciones

Pangea (www.pangea.org) es una organización sin ánimo de lucro que forma parte de la organización internacional APC (Asociación para el Progreso de las Comunicaciones, www.apc.org) fundada en 1993. Desde entonces damos asesoría, ayuda, formación, desarrollo y servicios técnicos para el uso estratégico de Internet para el desarrollo y la justicia social, además de participar en proyectos para promover una sociedad de la información más justa y responsable.

Nos dirigimos a organizaciones sociales e individuos que comparten nuestra visión: 'un mundo en el cual todas las personas tienen un acceso fácil, igual y asequible al potencial creativo de las TIC para mejorar sus vidas y para crear sociedades más democráticas e igualitarias'.

Hemos elaborado la Carta de los derechos humanos en Internet planteada como una extensión de la Declaración Universal de la UNESCO

Las organizaciones e individuos que dan soporte a nuestras actividades contribuyen a sostener nuestra misión: 'Ser parte de una red global de organizaciones de la sociedad civil con la misión de hacer posible y apoyar a las organizaciones, movimientos sociales e individuos en el uso de las TIC para construir comunidades e iniciativas estratégicas con el fin de hacer contribuciones significativas al desarrollo humano, la justicia social, los procesos políticos participativos y la sostenibilidad'.

Queremos destacar tres iniciativas recientes que muestran el valor de trabajar en una red internacional que comparte esta visión y misión. Si Internet ha de servir como herramienta para el desarrollo y la justicia social, hay que delimitar los derechos que las personas han de tener en esta sociedad de la información, hay que analizar la situación actual de la sociedad de la información en diversos lugares del mundo y valorar las oportunidades de participación que ofrece, y se ha de apoyar a los colectivos más desfavorecidos. De cada uno de estos tres aspectos presentamos un resultado.

La Carta de los Derechos Humanos en Internet

En esta línea, se ha publicado la segunda edición de la Carta de los derechos en Internet. Está planteada como una extensión de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, aprobada por la UNESCO en 1948, para incluir los derechos humanos básicos para que Internet y la sociedad de la información sirva para contribuir al desarrollo.

Es por tanto una declaración ética y que reclama la responsabilidad social en las decisiones técnicas y políticas sobre la sociedad de la información. El trabajo recoge la opinión de los miembros de APC y otras organizaciones relacionadas a la que otras pueden adherirse. La carta describe los derechos agrupados en siete temas: acceso a internet para todos y todas; libertad de expresión y asociación; acceso al conocimiento; intercambio de aprendizaje y creación (*software* libre y desarrollo tecnológico); privacidad, vigilancia y encriptación; gobernanza de internet; conciencia, protección y realización de los derechos.

El estado de la sociedad de la información en el mundo

Por otra parte, se ha elaborado un libro que recoge el estado de desarrollo diverso de la sociedad de la información en el mundo, desde el punto de vista de la sociedad civil, enfocado a la observación del desarrollo de las oportunidades de participación que ofrece Internet a las personas y organizaciones sociales.

Es una iniciativa de APC y el Instituto del Tercer Mundo (www.item.org.uy) para hacer un seguimiento a nivel nacional, regional e internacional, así como controlar los compromisos de los gobiernos y de Naciones Unidas sobre la sociedad de la Información.

GUÍA DE RECURSOS EN LÍNEA SOBRE VIOLENCIA MACHISTA. MODALIDADES DE MALTRATOS POR MEDIO DE LAS TIC Y PAUTAS DE ACTUACIÓN

Bajo ese título, las autoras Asunción Guasch, Lorena Merino y M. Jesús Querol, voluntarias y colaboradoras del Espacio de Mujeres de Pangea, han seleccionado los recursos disponibles en la Red que tratan la violencia machista y el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Este trabajo es fruto de una investigación realizada el año 2005, a cargo del Instituto Catalán de la Mujer (ICD) y que finalmente sale publicada en formato digital a raíz de la puesta en marcha este mes de mayo de la nueva Colección Manuales en línea. Esta guía pretende ser un punto de partida con el fin de ver y analizar el estado actual de la información sobre violencia machista en la Red, y así en un futuro mejorar y facilitar el conocimiento sobre cómo tratar y erradicar esta lacra social.

El libro puede encontrarse en catalán en:
http://www.gencat.net/icdones/publica_online.htm
Espacio de Mujeres de Pangea: http://www.pangea.org/dona/

FELIPE ROMERA,
director general del Parque Tecnológico de Andalucía (PTA)

15 años apostando por un modelo sostenible y respetuoso con el entorno

Crear un espacio pensado y diseñado específicamente para empresas relacionadas con las nuevas tecnologías, basado en un modelo sostenible y respetuoso con el entorno y que nos ayudara a fomentar la I+D+i en Andalucía. Esos eran algunos de los objetivos que nos llevaron a idear y construir el Parque Tecnológico de Andalucía (PTA), con sede en Málaga, en 1992.

Aquella ambiciosa idea, no exenta de dificultades, se materializó en una magnífica realidad que este año cumple su 15 aniversario y que se ha convertido, por mérito propio, en un referente nacional e internacional dentro del sector de los parques científicos y tecnológicos.

A lo largo de estos años, el PTA ha crecido y se ha transformado, adaptándose a las necesidades tanto de las empresas ubicadas en este espacio, como de las personas que cada día trabajan en algún lugar del parque, alcanzando en 2006 cifras históricas como 406 empresas e instituciones instaladas en el recinto, casi 12.000 empleados y 1.327 millones de euros de facturación.

Además, el PTA cuenta con unos elementos diferenciales que han hecho de este entorno un punto de encuentro de redes internacionales y nacionales de innovación, tal y como demuestra el hecho de que el Parque Tecnológico de Andalucía haya sido elegido como lugar para instalar la sede de la Red de Espacios Tecnológicos de Andalucía (RETA); de la Asociación Internacional de Parques Científicos y Tecnológicos (IASP); de la Asociación Española de Parques Científicos y Tecnológicos (APTE) y de las oficinas para el Mediterráneo de la Unión Internacional de la Conservación de la Naturaleza (UICN).

Espacio de oportunidades

Hacer realidad estos datos ha sido posible gracias a la implicación, la colaboración y la Responsabilidad Social de todos cuanto formamos parte del PTA. Así, tanto la sociedad gestora como las empresas y los trabajadores del Parque Tecnológico han sido elementos partícipes en el desarrollo de este entorno en el que se aúnan innovación, tecnología, investigación y conocimiento.

Desde su creación, el PTA ha crecido respetando su entorno, gracias a lo que se ha convertido en un pulmón verde para la ciudad

Dentro de la dinámica y de la evolución que marca la sociedad, el PTA ha incrementado

paulatinamente los servicios que ofrece a las empresas y personas que trabajan en este espacio, dando respuesta a las necesidades que han ido surgiendo durante este tiempo.

Pero, sobre todo, el PTA presta un servicio social y económico a la provincia de Málaga en particular y a Andalucía en general, ya que desde su puesta en marcha, se ha convertido en un espacio de oportunidades, negocio y destino de talentos y profesionales que han encontrado en el Parque un lugar idóneo en el que desarrollar su actividad. Gracias a esto, el PTA se ha consolidado como una importante fuente de ingresos para la provincia de Málaga, complementando la base de su economía, tradicionalmente basada en el sector servicios.

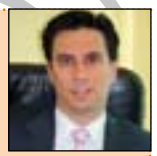
Además, hay que destacar que el Parque Tecnológico, desde su creación, ha crecido y se ha desarrollado respetando su entorno y el medio ambiente, gracias a lo que se ha convertido en un pulmón verde para la ciudad y en un modelo de referencia para otros parques.

Asimismo, el PTA trabaja para fomentar la cultura de la innovación tanto en las grandes como en las pequeñas empresas, con el objetivo de eliminar la brecha digital y acercar las nuevas tecnologías al conjunto del tejido empresarial con sede en Andalucía.

En este sentido, la Red de Espacios Tecnológicos de Andalucía (RETA), con sede en el PTA desde su creación como asociación empresarial sin ánimo de lucro, impulsada por la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía, desarrolla un papel fundamental, prestando servicios y asesoramiento a miles de empresas andaluzas, algunas de las cuales se encuentran en el Parque Tecnológico de Andalucía.

El objetivo, mejorar

El objetivo es claro: mejorar el nivel de competitividad y de innovación del tejido productivo andaluz mediante la incorporación, producción y el uso de las nuevas tecnologías. Para ello, el PTA en su conjunto, ha diseñado y puesto en marcha diversas iniciativas que lo han convertido en un referente de Responsabilidad Social tanto hacia las empresas en él instaladas como hacia el conjunto de la provincia de Málaga.



SEBASTIÁN MURIEL,
director general de Red.es,
entidad del Ministerio de Industria,
Turismo y Comercio

Un circo para acercar las tecnologías a los niños

Entre sus acciones para el desarrollo de la Sociedad de la Información, Red.es, entidad del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, en el marco del Plan Avanza acerca las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC) a los niños y las niñas, de un modo lúdico y educativo, a través de un gran evento para desarrollar las Jornadas de Internet para la Infancia.

Por ello, se ha ideado un espacio atractivo para los chavales, inspirado en el mundo del circo que cuenta con talleres y otras actividades con las que descubrirán todo lo que les ofrecen las TIC, y en concreto Internet. Además, hemos presentado el rediseño de Chavales (www.chaval.es), el portal de referencia para los niños, su punto de partida en el viaje que es Internet.

El objetivo de este 'circo tecnológico' es que los chavales aprendan de una forma lúdica y educativa a hacer un uso útil y responsable de Internet, cuando se encuentran en edad de comenzar a manejar estas herramientas. Unos niños y niñas que constituyen el futuro de la sociedad; una sociedad que además será cada vez más global: en otros países se utilizan las tecnologías en red de manera intensa, y los jóvenes deben entender la utilidad de Internet de manera natural.

Para ello, deben conocer los beneficios y riesgos y saber que Internet, y las nuevas tecnologías, no son el único lugar donde aprender, comunicarse y divertirse. Es decir, la Red es una ventana a un mundo increíble, pero no la única. Además, hay que destacar otro aspecto clave de la iniciativa: el potencial de relación entre generaciones. Por un lado, aquellas que se han desarrollado sin una utilización intensa de tecnologías, y la actual, que no conciben la convivencia sin ellas. La manera de entender Internet como el mayor espectáculo del mundo nos permite unir en el mismo espacio a padres e hijos; nietos y abuelos (como ocurre en un circo tradicional); y es maravilloso ver cómo los más pequeños explican a sus mayores cosas sobre la red y sus oportunidades.

Un uso responsable

Uno de los objetivos específicos que nos hemos marcado con este evento es precisamente promocionar y enseñar las ventajas de utilizar Internet de manera útil y responsable. Nuestro portal www.chaval.es puede ser una puerta de entrada maravillosa: difunde contenidos digitales de calidad, adecuados a la infancia, segmentados por edades, y nos ayuda a todos a concienciar sobre la importancia de asumir una cultura de responsabilidad por parte de todos, que garantice el cumplimiento de los derechos del niño en la Sociedad de la Información.

Es importante que todos asumamos una cultura de responsabilidad que garantice el cumplimiento de los derechos del niño en la Sociedad de la Información

El evento se desarrolla en una gran carpa octogonal de 300 m2 que aúna una ambientación inspirada en el mundo del circo y una estética tecnológica que lo hace más atractivo para los niños y que permite la puesta en marcha de las actividades interactivas.

El 'circo tecnológico' recibió la visita de miles de Chavales durante los cuatro días que estuvo abierto en Madrid. Ante el éxito, se ha previsto su continuidad por diferentes Comunidades Autónomas.

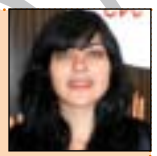
Acercar las TIC a los niños

Dentro de esta carpa circense se encontrarán un mundo sorprendente que acerca las TIC e Internet a los más pequeños.

El espacio sorprenderá y enseñará de una manera lúdica, divertida y, sobre todo, práctica, con distintas actividades que se han desarrollado específicamente para este evento por educadores. Además, el circo contará con multitud de animadores que les darán la bienvenida y les guiarán por cada una de las zonas.

La carpa se estructura en cuatro áreas. Desde una pista central, se distribuye el flujo de personas hacia cada una de ellas: 'Comunicarse', 'Conocer' y 'Divertirse' y la dedicada específicamente al portal web. No se deja a un lado los peligros y riesgos que Internet puede suponer para los menores. Por ello, en todas las actividades se promoverá un uso responsable y seguro mostrando cuáles son las precauciones que deben tomar los padres y, sobre todo, los niños.

Este circo incluye tanto elementos tecnológicos que utilizan soportes multimedia, como novedosas actividades que exigen trabajar con las manos o la interacción personal y directa entre los niños. De esta manera se traslada a los niños que Internet y la informática es una herramienta muy útil, pero que no es la única manera de aprender, divertirse y comunicarse. Hoy, Internet es el gran espectáculo del mundo, pero no debe ser el único espectáculo de su vida.



YOLANDA RUEDA,
presidenta de la Fundación Cibervoluntarios

RSC y tecnología para la innovación social

Las nuevas tecnologías y su poder de transformación es una de las armas más revolucionarias que existe, hoy por hoy, para cambiar el mundo y combatir las desigualdades sociales. Las empresas se han dado cuenta de esta oportunidad, y en estrecha colaboración con organizaciones sociales contribuyen, con sus herramientas y conocimientos, en la creación de programas que usan tecnologías para la innovación social.

Conscientes de esta situación, en la Fundación Cibervoluntarios trabajamos día a día entorno a una visión: 'utilizar las Nuevas Tecnologías como medio para la solución de problemas sociales de fondo'.

Para conseguirlo, nos apoyamos en dos grandes pilares:por un lado el trabajo multisectorial, que aúna, a través de las TIC, el conocimiento de empresas y ONG con el fin de propiciar la creación de soluciones innovadoras a viejos problemas sociales.; por otro lado, los cibervoluntarios, agentes de cambio social, que desarrollan un papel vital de conexión entre lo local y lo global a través de las nuevas tecnologías.

Tecnología para empresas sociales

La Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información (Ginebra-Túnez 2003-2005) puso el marco internacional de la importancia que tiene trabajar de forma multisectorial en la construcción de la Sociedad de la Información.

No es casual que la primera Cumbre de Naciones Unidas en la que se deja participar a empresas y sociedad civil, sea una Cumbre sobre Tecnologías de la Información y la Comunicación. Y es que el desarrollo social a través de herramientas tecnológicas no es responsabilidad exclusiva de administraciones, ni de empresas, ni de universidades, ni de medios de comunicación, ni de ONG… es responsabilidad de toda la sociedad en su conjunto.

Este reto internacional ha sido especialmente recogido por las áreas de Responsabilidad Social Corporativa de empresas que han visto en las tecnologías, sobre todo Internet, un medio fundamental para luchar contra la brecha digital y social, la mayoría de las veces trabajando junto con las ONG.

El uso de la visión y talento de los mejores tecnólogos de la empresa para buscar soluciones de problemas humanitarios, el incubar ideas para empresarios que quieren trasladar la tecnología al campo social, el indagar sobre la relación que existe entre desarrollo tecnológico y cambio social en una comunidad o el aplicar socialmente tecnología de la empresa a temas sociales son algunos ejemplos de programas promovidos por empresas que utilizan la tecnologías para el desarrollo de programas sociales.

Esta forma de trabajar, cohesionada y en estrecha colaboración con entidades sociales, es vital para la creación y el desarrollo de proyectos innovadores en el ámbito social.

No es casual que la primera Cumbre de Naciones Unidas en la que se deja participar a empresas y sociedad civil sea una Cumbre sobre TIC

Cibervoluntarios

Otro de los grandes pilares son los cibervoluntarios, personas curiosas, proactivas, con ganas de aprender, pasión por compartir y entusiasmo por las Nuevas Tecnologías, que contribuyen, de forma desinteresada, a fomentar el uso y conocimiento de herramientas tecnológicas entre la población con menores oportunidades de acceso y/o formación.

Las empresas se han sentido muy atraídas hacia la novedad y eficiencia de este tipo de voluntariado tecnológico hasta el punto de trabajar en conjunto para implantarlo en sus entidades como una nueva fórmula de compromiso con la sociedad. Según señala Naciones Unidas, sin voluntarios tecnológicos será imposible acabar con la brecha digital, de ahí la importancia de que las empresas ayuden, a través de su voluntariado corporativo a la captación y capacitación de cibervoluntarios que contribuyan al desarrollo e implementación de la sociedad de la información y del conocimiento.

Empresa e innovación

En definitiva, gracias a la unión del concepto de Responsabilidad Social Corporativa como compromiso empresarial ante la sociedad, de las tecnologías de la información, especialmente Internet, como herramienta vital para el desarrollo y, del trabajo multisectorial como base para la búsqueda de soluciones creativas para la solución de problemas sociales, hoy por hoy se está empezando a potenciar en las empresas una línea innovadora en la búsqueda de soluciones y creativa a la hora de detectar y canalizar necesidades y demandas en la sociedad. En resumen, una línea marcada por la innovación social, que si todo sigue así, dará mucho que hablar en los próximos años.

CARME BOTIFOLL,
directora general de Innovación e Internacionalización de la Generalitat de Catalunya (CIDEM)

Hacia la economía del conocimiento

Hoy en día nuestras economías se enmarcan en un contexto de actuación internacional de intenso y constante cambio. Este hecho conlleva una consecuencia fundamental que es la interrelación de la mayoría de nuestras actividades, ya no sólo productivas y económicas, sino también políticas y sociales.

En este contexto, las economías avanzadas, como la catalana, la española o la europea, han visto acrecentar un reto de cada vez mayor importancia y que tiene que ver con su tradicional posicionamiento en los mercados internacionales.

Los bienes, y también servicios, que históricamente habían dado lugar a ventajas competitivas para nuestros países, ahora se ven alterados por la competencia de bajos costes de producción de los países del este, mientras que el avance de la economía del conocimiento se ha postulado como el nuevo credo para las economías más desarrolladas.

Es el momento, pues, de plantear una estrategia que nos permita posicionarnos entre estas últimas. Es el momento de apostar por los sectores de mayor valor añadido, por las nuevas tecnologías, por la innovación y por la I+D como elemento diferencial que nos permita seguir ocupando posiciones destacadas en el mercado global.

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) juega, en este contexto, un papel fundamental. Si bien a menudo transmitimos a nuestras empresas que la I+D y la innovación han dejado de ser una opción, para pasar a ser un elemento necesario para nuestra competitividad económica, lo mismo sucede con la RSC.

I+D y RSC

Tal y como sucede con la I+D y la innovación, la RSC afecta a todas las empresas de nuestra economía, indistintamente de su dimensión o de su sector de actuación. Se constata que hoy en día los consumidores prefieren consumir productos de empresas con una política activa de RSC, y lo mismo sucede con los empleados, que prefieren trabajar en empresas comprometidas con estas políticas.

Estos elementos, pues, se alzan como importantes aliados a la hora de generar valor añadido, y por tanto competitividad, tanto de cara al mercado como para la propia empresa.
Y en este contexto, las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) son, además de una importante herramienta para la gestión de las empresas, un elemento clave que contribuye en gran medida a la RSC, sobre todo si tenemos en cuenta la potencialidad de las TIC para facilitar a la empresa la incorporación a la nueva economía y a la sociedad de la información.

Dado el momento económico actual, es preciso hacer una apuesta firme por la innovación y la internacionalización, sin dejar de lado los valores sociales

Las TIC, un gran potencial para la competitividad

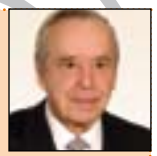
Por su parte, es necesario resaltar el potencial de las TIC para generar valor añadido y mejorar la competitividad de las empresas (a través del aumento de la eficiencia). De hecho, las TIC han permitido la mayor revolución del siglo XX y han contribuido decisivamente al avance social y económico.

Por ello, desde el Govern de Catalunya estamos potenciando el uso de las TIC, entre otros aspectos, como medio para favorecer la mejora competitiva de las empresas catalanas. Y para lograrlo, apostamos por aquellos factores diferenciales que, como la RSC, la innovación o la internacionalización, aseguran un mayor valor añadido a las empresas.

Queremos que Catalunya alcance un nivel de innovación acorde con su nivel de desarrollo, pero no a cualquier precio. En este sentido, la acción del Govern, en general, y de la Dirección General de Innovación e Internacionalización, en particular, está encaminada a mejorar la competitividad global de la economía catalana, siempre manteniendo criterios de eficiencia, de sostenibilidad y de mejora de los valores sociales.

En esta política toma especial importancia la generación de sinergias derivadas de la cooperación con los distintos agentes del sistema de innovación; si bien es cierto que la implicación de los diferentes agentes permite un mayor beneficio social y económico. Así, es relevante destacar la alineación de las actuaciones entre unos y otros agentes, y, en este sentido, el actual Govern está dedicando muchos esfuerzos.

Dado el momento económico actual, descrito anteriormente, es preciso hacer una apuesta firme por la innovación, como medio diferencial competitivo, y por la internacionalización, ya que los mercados globales exigen a nuestras empresas una presencia no sólo local, sino a nivel mundial. Ello, siempre, sin dejar de lado los valores sociales, comprendidos en las políticas de RSC, y que, sin duda, contribuirán de forma definitiva a que Catalunya dé el paso que necesita para ganar en competitividad y bienestar.



JOSÉ ÁNGEL SÁNCHEZ,
presidente de COTEC, Fundación para la Innovación Tecnológica

La eficiencia del sistema de innovación, en primer plano

Nuestro sistema de innovación muy poco se parece hoy al que existía cuando empezamos con estas Asambleas. Y esto debe ser motivo de satisfacción para todos nosotros, aunque ni su tamaño, ni su calidad, nos permitan todavía estar tranquilos. Porque el 1,13% del PIB que supone nuestro gasto en I+D dista mucho del 2% de la media europea. Y sólo el 3% de los artículos científicos españoles son de calidad excelente, cuando la media europea está por encima del 5%.

En todo caso, y a la vista de todo ello, ya no es razonable que nuestra principal preocupación sea 'sólo' el crecimiento del sistema, porque éste ya ha logrado un importante grado de desarrollo, y además está dando resultados. Por ello, y a partir de ahora, el objeto fundamental de nuestras preocupaciones deberá ser la mejora de nuestra eficiencia.

Es una realidad el que hasta hoy, desde Cotec hemos venido insistiendo en el volumen del gasto en I+D. En el número de investigadores, públicos y empresariales, o en la eficacia de las políticas como estímulo de esta capacidad. Podríamos decir que nos hemos ocupado especialmente de los *inputs* del sistema de innovación. No nos hemos olvidado de los llamados *outputs*, pero éstos no han sido para nosotros prioritarios, en la medida de que estábamos convencidos de que lo importante era asegurarnos primero la capacidad suficiente para generar ciencia y tecnología. Algo que era y es absolutamente imprescindible para ser competitivos, pero que ya lo hemos logrado.

Creemos que ha llegado el momento de optar por un nuevo modelo de crecimiento de nuestro sistema de innovación

Un nuevo modelo de crecimiento

Por ello, ahora creemos que ha llegado el momento de optar por un nuevo modelo de crecimiento de nuestro sistema de innovación, que esté guiado 'fundamentalmente' por la búsqueda del rendimiento de los recursos aplicados. Un rendimiento que tendremos que medir por la verdadera contribución de la tecnología generada a la mejora de la competitividad del país.

Pero la relación entre tecnología y competitividad, por más que sea evidente, no es ni directa, ni fácil de evaluar. Y por eso, y porque necesitamos medir ese esfuerzo, tendremos que apoyarnos para conseguirlo en unas cuantas características de nuestro sistema como puntos de referencia que nos permitan comprobar constantemente si vamos por el buen camino. Es decir, en qué medida nuestro sistema se va haciendo más competitivo. Unas características que, además de ser fáciles de medir, deberán ser exponente inequívoco de la habilidad que vayamos consiguiendo para aprovechar las ventajas de la tecnología como fuente de esa competitividad.

Pues bien, desde Cotec vamos a utilizar tres índices o puntos de referencia para medir y valorar nuestros avances en esa línea. Serán éstos: la evolución del peso de los sectores generadores de alta tecnología, de la productividad de los sectores tradicionales, y de nuestro comercio internacional. Y con regularidad haremos públicas esas mediciones. [...]

Nuevos papeles para los agentes

Ahora bien, este modelo de crecimiento del sistema de innovación requiere que los distintos agentes del mismo asuman nuevos papeles y que reorienten algunos de los actuales. Y no será difícil hacerlo, porque la experiencia adquirida en estos años, ya nos permite intuir, aunque sea mínimamente, cómo deberán ser esos nuevos papeles.

Por ejemplo, es evidente que si nuestro tejido productivo pidiera con más insistencia tecnología, la capacidad del país para producirla sería mayor, porque mientras la ciencia se justifica por sí misma, la nueva tecnología sólo tiene sentido si encuentra una aplicación, o

nace para solucionar un problema. Es decir, si hay demanda. Y estas dos oportunidades sólo son proporcionadas por las empresas cuando emprenden proyectos ambiciosos. Por eso que la expansión de nuestro sistema sólo se producirá cuando un número suficiente de empresas opte por estrategias de competitividad apoyadas en la tecnología y que den lugar a sólidos proyectos. Porque, desde luego, de lo que ya no hay ninguna duda es de que nuestro futuro dependerá más de los buenos proyectos que de la financiación. [...]

Y no podemos olvidar a las pymes. Porque es seguro que, en los próximos años, más agrupaciones sectoriales tendrán que crear organizaciones de soporte a su innovación. Y entre éstas, seguirán siendo imprescindibles los centros tecnológicos. [...]

En todo caso, somos conscientes de que, colocar la eficiencia del sistema de innovación en el primer plano de nuestros objetivos, es un importante reto que debe poner a prueba nuestras capacidades.

(Extracto del discurso pronunciado durante la Asamblea Anual de COTEC celebrada en junio de 2007)