

**BARCELONA
METRÓPOLIS**
UN PUENTE PARA LATINOAMÉRICA

En territorio de las 'punto.com'

La capital catalana impulsa el clúster Ecommerce & Tech Barcelona con el objetivo de posicionarse en el mapa mundial del sector digital

Anna Cabanillas

El comercio electrónico vive días de gloria. Y es que, aunque queda un largo camino por recorrer hasta llegar a las cifras obtenidas por el sector en Estados Unidos, que en el año 2012 facturó 140.000 millones de euros, durante el pasado ejercicio el comercio electrónico batió un nuevo récord de facturación en España tras ingresar 10.455 millones de euros, una cifra un 13,6% superior a la que se registró en el 2011 y nada menos que un 180% superior a la del 2007, tal como recoge el último informe de comercio electrónico de la CMT. Un sector que en la última década ha crecido con fuerza en Barcelona, donde ya conviven más de una veintena de empresas dedicadas al *e-commerce* de gran éxito mundial, que venden sus productos y servicios en más de 40 países y que se acaban de unir bajo el clúster Ecommerce & Tech Barcelona.

"La ciudad de Barcelona, que cuenta con más de 20 empresas reconocidas en el mundo del *e-commerce*, que emplean a más de 5.000 personas y facturan más de 2.000 millones anuales, ya es un referente del comercio electrónico en el sur de Europa

Ventajas de la colaboración público-privada

Colocar a Barcelona en el mapa mundial del comercio electrónico y competir al lado de ciudades como São Paulo, Silicon Valley, Londres o Berlín es la razón de ser del clúster Ecommerce & Tech Barcelona. "Tenemos el *know-how* y el talento para conseguirlo, sólo hace falta el empujón definitivo", opina el director general del nuevo clúster, Miquel Martí. "Por ejemplo, en el East-End de Londres, y gracias al apoyo del Gobierno, en los últimos tres años ha habido un incremento del 700% de empresas tecnológicas en el *hub* Silicon Roundabout. Debemos aprender de casos como estos si queremos generar riqueza y empleo", comenta. La teniente de alcalde del Ayuntamiento de Barcelona, Sónia Recasens -que ha colaborado en el impulso y la creación del clúster a través de Barcelona Activa-, advierte que el sector digital ayudará a posicionar Barcelona como una ciudad global de negocios y pide al comercio tradicional que "apueste por la venta on line, también vinculable a otros sectores como la movilidad, la logística o el turismo".

Un sector que se encuentra en plena revolución

El sector digital ha experimentado una auténtica revolución en los últimos quince años en Catalunya, dando lugar a empresas totalmente consolidadas y conocidas en medio mundo como, por ejemplo, el Grupo Intercom - que ha impulsado más de 50 portales en línea como Infojobs o Softonic desde el año 1997-, Atrápalo, eDreams o Groupalia, entre otras. En esta línea, los expertos prevén además que dicho sector triplicará su tamaño en los próximos cinco años, llegando a facturar más de 6.000 millones de euros anuales y dando empleo a más de 15.000 personas en Catalunya. "Pero no podemos dormirnos en los laureles si queremos ser los líderes de Europa, pues otras ciudades europeas, como Berlín o París, también están apostando fuerte por este sector", dice Miquel Martí, director de Ecommerce & Tech Barcelona. Por otro lado, la previsión sobre el consumo on line en Catalunya es alentadora si se tienen en cuenta los datos del Omnibus Municipal de Comercio 2012, según el cual un 38,9% de barceloneses compra ya por internet.

Los más activos en 'e-commerce'

Los internautas de Madrid, Catalunya y Andalucía son los más activos en el uso del comercio electrónico en España, según el informe 'Radiografía de las compras on line', realizado por el portal de 'cashback' Beruby.



pero ahora, mediante la creación del sello Ecommerce & Tech Barcelona, aspira a serlo a escala mundial", dice Miquel Martí, director general del recién nacido clúster.

El clúster cuenta actualmente con 60 asociados de toda la cadena de valor del comercio electrónico, tales como Privalia, Let's Bonus, Be Republic, eDreams, Parabebés o Softonic, universida-

des y escuelas de negocios, instituciones públicas como Barcelona Activa o ACCIÓ, así como con diversos grupos de inversión vinculados a dicho sector. Conseguir triplicar en cinco años el tamaño del ecosistema *e-commerce* en la ciudad es uno de sus objetivos primordiales. "Fomentar la emprendeduría y la creación de nuevas *start-up* vinculadas al co-

Los productos más vendidos

El informe 'Radiografía de las compras on line' arroja otros curiosos resultados, como que los días de más ventas son de lunes a jueves, o los jóvenes de 25 a 35 años son los que más utilizan internet para realizar sus compras. Respecto a los produc-

tos más vendidos, la restauración (20,1%) y los viajes (19,7%) son los más solicitados y acaparan el 40% de las ventas, seguidos de la compra de moda y belleza (12,1%) y de ocio (10,3%), mientras que los artículos de deporte y oficina cierran el ranking.



Privalia es una de las empresas de comercio electrónico de éxito que tienen su sede en Barcelona JORDI PLAY

compañías de *e-commerce* catalanas, buscando nuevos mercados en los que puedan vender sus productos y servicios, entre los que destacan Colombia, Chile, Brasil o Perú, entre otros. "De hecho, ya trabajamos de la mano de Investing Bogotá para establecer conexiones con el mercado colombiano. Creemos que, por su posición geográfica y por cuestiones idiomáticas, Barcelona podría ser una buena base de operaciones para el comercio digital entre Europa y el Centro y el Sur de América", opina Martí.

Por este motivo, se está estudiando el lanzamiento de un sello propio, BCN Tech City, que identifique las compañías socias del clúster, garantizando que los productos y servicios son de alta calidad. Las empresas asociadas también contarán con un canal de comunicación directo con la administración para temas fiscales y jurídicos, así como un espacio donde podrán fomentar el *networking* entre compañías que compartan retos similares. "Además, como clúster podremos actuar como grupo de compra y negociar precios más favorables para las compañías socias con los distintos proveedores, y llevar a cabo proyectos y estudios sectoriales de forma conjunta que, las empresas por sí solas, no po-

Barcelona, que tiene más de 20 empresas en el mundo del 'e-commerce', ya es un referente en Europa

mercio digital es el principal reto que el clúster se pone por delante. Por ello, a lo largo del año organizaremos seminarios y cursos de formación donde los nuevos emprendedores podrán aprender de empresas de éxito, como Privalia o Let's Bonus", añade Martí.

Asimismo, facilitar a las empresas del sector el acceso a financia-

ción para sus proyectos es otra de las metas para el clúster. "Por ello, los principales grupos de inversión presentes en Barcelona como La Caixa Capital Risc, RCD o Nauta Capital, entre otras, forman parte del clúster e invertirán en proyectos de largo recorrido", dice el directivo.

El clúster también trabajará en la internacionalización de las

drían costear", concluye Martí.

E-commerce & Tech Barcelona se financiará a través de las cuotas aportadas por los socios, acuerdos de patrocinio con empresas del sector tecnológico presentes en la ciudad -como, por ejemplo, Telefónica, HP o Vodafone-, así como de subvenciones de las administraciones públicas que han respaldado el proyecto.