

## Emprèn des del núvol!

Aquest any que tot just ara comença, arriba farcit de sucoses novetats per a la gent emprenedora de qualsevol classe i pelatge. Si el 2010 va ser l'any de l'esclat de les plataformes ciutadanes, liderades per emprenedors amb ganes de fer bullir l'olla, com ara, Gild, El Iniciador o Barcelona Entrepreneurship City, per posar tres casos força notables; el 2011 serà l'any de les xarxes socials que, nascudes en clau catalana, volen esdevenir mercadal nostrat de l'intercanvi global.

Glocalització és la parauleta que farà fortuna enguany. El mot no és nou. Car és nascut en la ruralia japonesa de la dècada dels 80. És glocal aquell que té la capacitat de crear ponts entre allò local i allò global. És a dir, que pot parlar en català de política internacional o, en anglès, dels problemes de Vilatova de Baix. De fet, el terme 'glocal' es fa servir en referència a aquelles persones que són capaces de menjar-se un pa amb tomàquet a Catalunya, o una brotxeta de saltamartins a Laos, és a dir, que no tenen massa problemes per adaptar-se a les realitats locals d'un món globalitzat i on les fronteres es desdibuixen si hom obre la ment i surt de casa.

I què te a veure tot això amb la gent emprenedora?

Doncs bàsicament que, l'any passat, va veure l'adaptació local d'eines globals que acceleren les capacitats de l'empresa catalana per trobar gent amb qui fer negoci i esdevenir més globals.

La primera de les apostes és la de la Nova Anella, el testament que el Govern d'Entesa lliga als seus substituïts al capdavant d'ACCIO. Es tracta d'una xarxa de networking empresarial que té l'objectiu d'internacionalitzar l'empresa catalana. L'Anella no és una novetat. De fet, era un taud difícil de fer rutil·lar. Un mort en vida que, com l'Au Fènix, ha renascut de les seves cendres, i ara sí, ara sembla que és molt més usable i funcional. Tota una aposta per l'empresa que vol posicionar-se en aquest mercat global on som tots enredats.

La segona de les apostes, esdeve el punt de trobada de les empreses que tenen Barcelona com a referent, objectiu i imatge. Biznetarcelona, encara en fase de proves, és el regal de l'Ajuntament de Barcelona a les empreses de la ciutat. Un punt de trobada de part difícil, per llur magnitud i l'aplegament d'interessos que hi ha hagut a la rebotiga del projecte, però que està donant un resultat espectacular pel que fa a la generació d'espais de trobada i col·laboració a disposició dels usuaris que, en ell, hi fan estada. Obertura total per qui vulgui viure la Barcelona emprenedora i empresarial.

La tercera és l'aposta del rerepaís: Grèra neix d'un dels emprenedors amb més futur i visió emprenedora de casa nostra. En Josep Albertí és un manresà capaç de vendre estufes al desert del Sàhara. La tecnologia que hi ha darrera de la seva escombra aranesa és d'arrel vigatana. I, per postres – l'olfacte sempre mana -, el seu soci financer viu al rovell de l'ou de la ciutat de Barcelona, el punt que atrau més capitals d'aquest país que ens agermana.

Tres eines, tres estratègies, tres apostes que, complementades, esdevenen un nou mercat de contactes i relacions al servei de l'emprenedoria catalana. Ja sigui la dels estevets de botiga i manguitos, o la dels Verdaguers, Bonvies, Lees i d'altres "glocals" de nau ferrenya i mires àmplies.

Etiquetes *BiznetBarcelona, emprenedoria, glocal, glocalització, Grèra, internet, L'Anella, xarxa social*