

MANUAL SOBRE LA COMPRA PÚBLICA TÈXTIL COM A MECANISME D'IMPULS DE LA INNOVACIÓ EMPRESARIAL

Foment de Terrassa

Barcelona, gener 2009

Índex

1	INTRODUCCIÓ	3
2	OBJECTIUS	7
3	ANÀLISI DE LES PRINCIPALS TIPOLOGIES DE COMPRA PÚBLICA TÈXTIL	8
4	EXEMPLES ACTUALS DE PRÀCTIQUES IMPULSORES DE LA INNOVACIÓ EN MATÈRIA DE COMPRES PÚBLIQUES	10
4.1	NOUS SISTEMES D'ENLLUMENAT (CIUTAT I ESTAT D'HAMBURG)	11
4.2	CONTRACTES D'ESTALVI D'ENERGIA (ITÀLIA).....	12
4.3	XARXA DE CIUTATS BÀLTIQUES - PUBLIC PROCUREMENT FOR INNOVATION	12
4.3.1	<i>L'etanol com a combustible per a cotxes (Estocolm)</i>	13
4.3.2	<i>Venda de bitllets a través del mòbil per al transport públic (Hèlsinki)</i>	14
4.3.3	<i>Sistema fotovoltaic per a terrenys de propietat municipal (Malmö)</i>	15
4.3.4	<i>Possibilitats de cooperació</i>	15
4.4	AJUNTAMENT DE BARCELONA	16
4.5	CENTRE TECNOLÒGIC FORESTAL DE CATALUNYA.....	17
4.6	EXPERIÈNCIES EUROPEES	17
5	RECOMANACIONS ENVERS LA TIPOLOGIA DE PROCESSOS, REDACTAT DE LES CLÀUSULES I VALORACIÓ DELS ELEMENTS INNOVADORS	23
5.1	PROCESSOS DE COMPRA PÚBLICA I INNOVACIÓ.....	23
5.2	EXEMPLES DE CLAUSULATS	27
5.3	VALORACIÓ DELS ELEMENTS INNOVADORS	29
6	ORIENTACIONS EN MATÈRIA DE COMUNICACIÓ I PROMOCIÓ	31
6.1	OBJECTIUS DE COMUNICACIÓ	31
6.2	PÚBLICS OBJECTIU	31
6.3	MECANISMES DE COMUNICACIÓ	32
6.4	PRODUCTES DE COMUNICACIÓ I MITJANS DE DIFUSIÓ	33
7	EXEMPLES D'EMPRESES INNOVADORES	35
7.1	ESTAMBRIL	35
7.2	FINSA.....	36
7.3	PUBLIART	36
7.4	TEXTIL SANTADERINA	37
7.5	ANTONIO FERRE	37
7.6	RAMÓN ESPI.....	38
8	RECOMANACIONS	39

1 INTRODUCCIÓ

Els procediments de compra i contractació pública generen importants impactes tant en l'entorn i les condicions de vida de les persones, com en l'activitat econòmica. La importància a nivell quantitatiu queda clarament palesa en les següents xifres: segons dades actuals, les compres públiques representen aproximadament el 18% del PIB de la Unió Europea, una proporció que s'ha mantingut força estable els darrers anys. A Espanya, la xifra, tot i ser menor, també és significativa: la contractació pública del conjunt d'Administracions Públiques representa al voltant del 13% del PIB.

Però com s'ha mencionat, l'impacte de les compres públiques va molt més enllà del seu volum econòmic: un enfocament de contractació responsable que incorpori criteris ambientals, socials i ètics en les decisions de compra contribueix a minimitzar els impactes negatius i, alhora, potencia les alternatives més respectuoses amb el medi ambient, l'equitat social o, entre d'altres, **l'àmbit objecte del present manual, la innovació empresarial.**

La compra pública, tot i ésser un àmbit de treball per diferents administracions en aquests darrers anys, ha viscut un clar procés d'expansió arran de la Llei 30/2007, de 30 d'octubre, de contractes del sector públic. Aquesta nova llei presenta diversos aspectes positius que convé esmentar:

- En primer lloc, permet que els òrgans de contractació estableixin “condicions especials” en relació amb l'execució del contracte, sempre que siguin compatibles amb el dret comunitari i s'indiquin en l'anunci de licitació i en el plec o en el contracte. Aquestes condicions especials es podran referir, principalment, a “consideracions de tipus mediambiental o a consideracions de tipus social, amb el fi de promoure l'ocupació de persones amb dificultats particulars d'inscripció en el mercat laboral, eliminar les desigualtats entre l'home i la dona en aquest mercat, combatre l'atur, afavorir la formació en el lloc de treball, o altres finalitats [...]”¹. És a dir, **la Llei facilita la inclusió de clàusules específiques que propicien la valoració de molts més elements que no tan sols el preu en el procés de licitació pública.** Més enllà dels mediambientals i socials, la Llei també permet la integració de clausulats específicament pensats per a fomentar la innovació en les empreses, àmbit d'anàlisi del present manual.
- En segon lloc, la Llei millora les condicions per al possible establiment d'una política d'innovació que aprofiti l'incentiu del mercat públic. Aquesta millora es palesa en alguns dels nous elements procedimentals que es permeten en el procés de compra: un exemple és el reconeixement explícit de poder definir l'objecte de la

¹ BOE número 261 de 31/10/2007. LLEI 30/2007, de 30 d'octubre, de Contractes del Sector Públic. Sec. 1 Pàgines: 44336 a 44436

compra mitjançant una especificació funcional (no tan sols tècnica), circumstància que és inductora de creativitat i innovació; un altre exemple és la possibilitat d'adjudicar contractes particularment complexos mitjançant un «diàleg competitiu» amb les empreses, quan sigui molt difícil definir especificacions i valorar les solucions del mercat. El diàleg competitiu és un procediment pel qual l'òrgan públic encarregat de la contractació estableix un diàleg formal amb alguns proveïdors, prèvia sol·licitud d'aquests, per tal d'analitzar el desenvolupament d'una o varies solucions susceptibles de satisfer les necessitats del licitador i que serviran de base per a que els candidats escollits presentin, un cop finalitzat el procés de diàleg, una oferta.

- En darrer lloc, convé assenyalar que la Llei introdueix un nou aspecte particularment important: es tracta de l'**admissió de contractes de col·laboració entre el sector públic i el sector privat**, que compreguin, diu textualment la Llei, “la fabricació de béns i la prestació de serveis que incorporin tecnologia específicament desenvolupada amb el propòsit d'aportar solucions més avançades i econòmicament més avantatjoses que les existents en el mercat”². És obvi que el desenvolupament conjunt de tecnologia innovadora entre empreses i l'Administració pot tenir beneficioses repercussions en molts sectors, a través de l'impuls de la innovació i la seva introducció en el teixit productiu. És important mencionar que els beneficis van en ambdós sentits, atès que anar en la línia de fomentar la innovació és també anar en la línia d'assegurar que l'autoritat pública compra la millor solució per a les seves necessitats.

Per tot plegat, doncs, es pot afirmar que, efectivament, l'impuls de la innovació en les empreses del nostre territori té un important instrument en la compra pública, ja sigui aquesta de productes, com els tèxtils, o de serveis, com la tecnologia.

D'altra banda, l'any 2008, l'administració pública espanyola va comprar diferents productes tèxtils, com ara vestuari per a forces armades, cossos de seguretat i empreses públiques, i material sanitari, com benes, gases o apòsits, entre d'altres, per valor de 575 milions d'euros, segons l'estimació realitzada pel Centro de Información Textil y de la Confección (CITYC)³. Com es pot apreciar, és un volum molt alt, el qual s'ha d'aprofitar per potenciar i impulsar la innovació de les nostres empreses. En els propers apartats s'analitzarà com es pot dur a terme des de les administracions públiques.

Foment de Terrassa, SA, societat que depèn de l'Ajuntament de Terrassa, és l'encarregada de l'execució de tasques relacionades amb la representació de la Vicepresidència ACTE-

² Article 11.c

³ “*Estudio sobre las compras públicas en el sector textil / confección*”, Centro de Información Textil y de la Confección; dada actualitzada durant la jornada “El fil de la sostenibilitat. Compres públiques, tendències i noves oportunitats de negoci” celebrada a Terrassa l'11 de novembre del 2009.

Espanya, la qual ostenta actualment l'Ajuntament egarenc. L'Associació de Col·lectivitats Tèxtils Europees (ACTE) és una xarxa de territoris europeus, creada l'any 1991, que té per missió representar i defensar els interessos de les col·lectivitats territorials de tradició tèxtil de la confecció, en concret, i del que s'anomena Sistema Moda (que inclou pell, cuir, calçat i complements). La Diputació de Barcelona presideix la xarxa europea i, com s'ha mencionat, l'Ajuntament de Terrassa presideix la xarxa espanyola d'ACTE Espanya.

En els darrers temps, l'associació ha manifestat i plasmat la seva voluntat de treballar en l'àmbit de les compres públiques:

- Petició Moda&Salut: petició adreçada a estaments polítics de diferents nivells (català, espanyol i europeu) per assolir una qualitat certificada per als productes dels sectors del tèxtil, la confecció, la pell i el calçat (productes TCC).
- Línies de treball esbossades en la Carta de Terrassa del sector tèxtil-moda: document que sorgí de la jornada internacional "El fil de la innovació", en què es feia esment a la voluntat de Foment de Terrassa, l'Ajuntament de Terrassa i ACTE de seguir impulsant l'àmbit de les compres públiques per aprofitar-ne el seu potencial innovador.
- Participació a la Jornada de Compres Públiques a Madrid: on es varen manifestar les intencions d'ACTE i es va seguir treballant en l'impuls de noves eines i actuacions, arran del potencial de la nova llei de contractes, llei 30/2007, en el marc de les licitacions públiques.
- Contactes amb la Xarxa Catalana de Compra Pública Ètica: per a la implementació d'actuacions conjuntes de sensibilització i la col·laboració en accions relacionades amb la compra pública sostenible.
- Realització de la jornada "El fil de la sostenibilitat: compres públiques, tendències i noves oportunitats de negoci", a Terrassa, en la que diversos experts i expertes varen presentar les seves reflexions i les dades relacionades amb aquest àmbit, fent èmfasi en les possibilitats de futur que les compres públiques presenten. En el document de conclusions de la jornada s'hi esbossaven possibles línies d'actuació per tal de promoure compres públiques innovadores i sostenibles.
- Altres treballs impulsats directament per l'Àrea d'Innovació de l'Ajuntament de Terrassa: per exemple, clausulats socials en el Fons Estatal d'Inversió Local (FEIL).

Arran de totes les accions descrites, i de les reflexions en el si de l'associació, Foment de Terrassa - Ajuntament de Terrassa ha decidit redactar un manual sobre la compra pública que serveixi com a argumentari per a les Administracions Públiques. En concret, un dels àmbits del manual serà el present manual, compres públiques com a mecanisme d'impuls de la innovació, el qual té com a objectiu principal visibilitzar i estimular el potencial que tenen les compres públiques, en relació a l'impacte en l'activitat innovadora empresarial.

Per assolir-ho, en primer lloc, un cop detallats els objectius del manual, es presenten les dades relatives als principals productes tèxtils que són adquirits per part de les administracions públiques catalanes i espanyoles. A continuació, es mostren alguns exemples actuals de compres públiques impulsores de la innovació, els quals provenen tant d'entitats espanyoles com d'europées. Els exemples responen a diferents productes i serveis, mostrant tot el ventall de possibilitats de l'àmbit objecte del present manual. Tot seguit, es detallen les recomanacions en relació als processos a implementar, les clàusules a introduir en els plecs i diferents criteris per a la valoració de l'àmbit d'innovació de les empreses oferents. El següent apartat fa referència als elements de comunicació i promoció del present manual, amb la descripció dels públics objectiu i dels productes a utilitzar, entre d'altres elements. El manual finalitza amb la presentació d'alguns exemples d'empreses innovadores que es podrien beneficiar de la implementació dels processos que aquí es descriuen i, en darrer lloc, amb un seguit de recomanacions a tenir en consideració.

2 OBJECTIUS

L'objectiu general que es vol assolir amb la realització dels treballs objecte del present manual és el que s'ha definit en l'apartat anterior: analitzar les compres públiques tèxtils com a mecanisme impulsor de la innovació.

Al seu torn, aquest objectiu general es pot desglossar en un seguit d'objectius de caràcter més específic:

- Identificar els camps on serà més propícia la introducció de clàusules innovadores.
- Mostrar exemples actuals de pràctiques impulsores de la innovació a través de la compra pública.
- Definir les recomanacions envers la tipologia de redactat que s'haurà d'utilitzar en els plecs de condicions i en els sistemes per valorar posteriorment l'apartat específic de la innovació.
- Proposar directrius bàsiques en matèria de comunicació i promoció del present manual, per tal d'assolir l'objectiu de convertir-lo en un argumentari sòlid davant les administracions i les pròpies empreses.
- Exemples d'empreses que han demostrat ser innovadores i que podrien gaudir de discriminació positiva en cas d'existir clàusules que valorin especialment a les empreses innovadores.

3 ANÀLISI DE LES PRINCIPALS TIPOLOGIES DE COMPRA PÚBLICA TÈXTIL

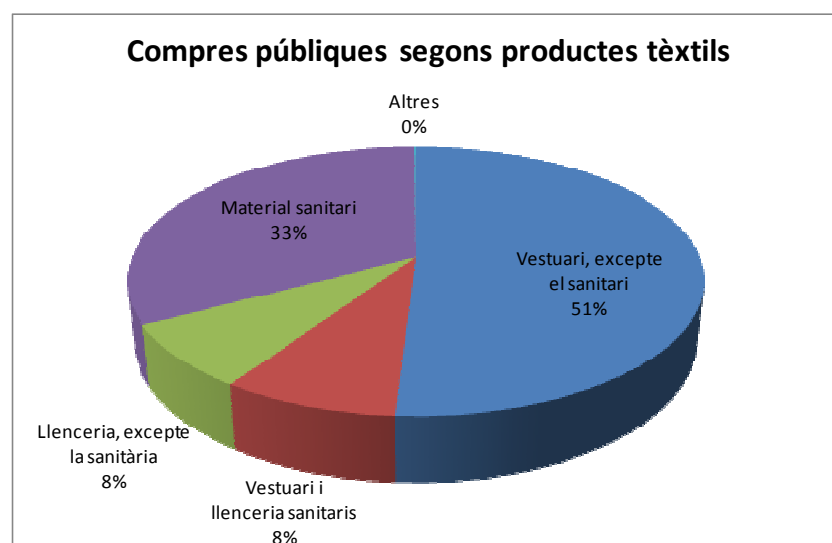
En primera instància, convé analitzar quins són els principals àmbits en què les administracions públiques efectuen compres tèxtils, per tal de poder identificar els tipus de productes (i serveis) que es podrien potenciar amb la introducció de clàusules impulsores de la innovació en els plecs de contractació.

Així, segons les dades del Centro de Información Textil y de la Confección (CITYC), per l'any 2007, els principals productes, i els imports associats, en què es va focalitzar la contractació pública són els que es presenten en la següent taula:

PRODUCTE TÈXTIL	MILIONS D'€
Vestuari, excepte el sanitari	260,8
Vestuari i llenceria sanitaris	43,1
Llenceria, excepte la sanitària	39,5
Material sanitari	168
Altres	0,5
TOTAL	511,9

Font: CITYC

Per veure'n millor el repartiment, a continuació es mostren les dades en termes percentuals:



A la xifra total que s'ha presentat anteriorment, 511,9 milions d'euros, cal afegir-hi les dades dels concursos d'adjudicació directa que, degut al seu baix import, no queden

comptabilitzades en el quadre. Així, segons el propi CITYC, per a l'any 2008, **el volum total del mercat de compres públiques tèxtils a Espanya es pot quantificar en 575 milions d'euros⁴**. D'aquests, aproximadament un 50% correspon a les administracions autonòmiques (CCAA), mentre l'Estat en representa més del 25% i els Ajuntaments al voltant del 8%.

⁴ Veure nota 3.

4 EXEMPLES ACTUALS DE PRÀCTIQUES IMPULSORES DE LA INNOVACIÓ EN MATÈRIA DE COMPRES PÚBLIQUES

En aquesta fase de l'estudi s'ha realitzat una recerca d'exemples actuals que s'estiguin implementant arreu d'Espanya (i Europa) que presentin característiques interessants i útils per a la definició de les noves clàusules que es pretén introduir.

Així, els exemples han de servir com a referència per a l'establiment de mesures que fomentin la innovació en les empreses (tèxtils) dels territoris àmbit d'actuació, aprofitant i potenciant aquells elements que s'identifiquin com a inductors de les pràctiques innovadores que es volen impulsar.

Tanmateix, prèviament a la presentació dels exemples, convé realitzar unes reflexions de caràcter general en relació al procés de compra pública⁵. Així, en primer lloc es pot afirmar que cada procés de contractació és diferent en termes de: el risc que comporta, la complexitat, el cost inicial, i les eines i habilitats requerides. És a dir, hi ha una sèrie de factors que determinen el tipus d'actuacions més apropiat per a cada procés d'adquisició:

- El tipus de producte o servei
- La mida del contracte
- La dimensió de l'autoritat pública
- L'ambició / el compromís polític de l'autoritat pública
- Les capacitats de contractació disponibles

Donats aquests condicionants, l'opció de **la cooperació directa amb el mercat per part de l'administració esdevé la millor solució**, en la línia de desenvolupar (noves) solucions que s'adaptin de forma òptima a les necessitats de l'autoritat pública.

En aquest sentit, estudis realitzats en els darrers anys⁶ identifiquen tres àmbits fonamentals per a l'èxit de la contractació pública com a mecanisme d'impuls d'innovacions:

1. Els **coneixements sobre els procediments de contractació pública** tal com s'especifica en les Directives comunitàries de contractació. És a dir, s'ha de conèixer amb profunditat la normativa i reglaments existents per tal de no incórrer en il·legalitats que puguin invalidar el procés (o, almenys, que aquest sigui

⁵ “Existing approaches to encourage innovation through procurement”, projecte SMART SPP, disponible a http://www.iclei-europe.org/fileadmin/template/projects/smart_spp/files/SMART_SPP_D2.2_ExistingProcurementApproaches.pdf

⁶ Íbid

recorregut en un tribunal i el temps d'implementació de la licitació s'allargui substancialment).

2. La **competència tècnica** per poder produir les especificacions, és a dir, saber quin és el resultat previst del projecte. O sigui, els i les responsables de la contractació han d'atresorar competències tècniques i habilitats de gestió per administrar les repercussions econòmico-financeres del procés de contractació.
3. La **capacitat de gestió general**, és a dir, saber mantenir els plans establerts, els acords contractuals i tenir coneixement sobre el risc de participació en els beneficis.

Repasats aquests elements, estratègics a l'hora d'implementar processos de contractació com els que es volen impulsar amb el present manual, tot seguit es presenten alguns exemples actuals de pràctiques impulsores de la innovació en matèria de compres públiques.

Per una banda, trobem **exemples que pretenen vincular específicament la compra pública i la innovació empresarial:**

4.1 NOUS SISTEMES D'ENLLUMENAT (CIUTAT I ESTAT D'HAMBURG)

Aquest primer cas tracta de l'adquisició de nous sistemes d'enllumenat a l'estat i la ciutat d'Hamburg per complir els objectius en termes d'estalvi d'energia i de sostenibilitat.

Aquests sistemes van ser adquirits per a tots els edificis públics (1.500), creant efectes d'economia d'escala i massa crítica. D'altra banda, es va assignar el seu propi pressupost a l'agència de contractació i competències en relació a totes les qüestions de consum d'energia, circumstància que va comportar que l'organisme fos capaç de treballar independentment.

Aquest fet va ser recolzat per la cultura de l'avaluació de tot el cicle de vida del producte/servei, un mandat polític clar i el suport de les més altes autoritats.

La **principal lliçó** que cal extreure d'aquest cas rau, en primer lloc, en l'ús de la **interposició d'un ventall ampli d'empreses locals amb experiència** (per tal d'utilitzar els seus coneixements, connexions i experiència), i en segon, unes **converses preliminars estrictament separades del procés d'adquisició real** per assegurar-se que el procés podria ser afrontat i **per obtenir informació sobre les propietats disponibles, així com oportunitats per a la reducció de costos**. A més, l'**efecte dòmino** envers les empreses privades creat per les associacions del medi ambient i el programa de suport fou notable.

4.2 CONTRACTES D'ESTALVI D'ENERGIA (ITÀLIA)

Aquest cas mostra com un **contracte basat en el rendiment** (o contracte d'acompliment) d'un gran nombre d'administracions pot esdevenir en una **eina per combinar l'eficiència en costos i els incentius a la innovació** en la contractació pública.

Consip, l'agència central italiana de compra, fou designada per dur a terme la tasca d'organitzar, aplicar i supervisar la contractació dels serveis de calefacció per l'administració pública. El contracte basat en el rendiment (*performance-based contract*) fou considerat la millor alternativa, atesos impediments com ara la complexitat del mercat, la manca de capacitat i comprensió del mercat en molts dels organismes públics i l'alt nivell de despeses en la contractació d'energia. El contracte va ajudar a superar aquests obstacles de manera eficaç, fomentant la innovació als proveïdors i la transferència de la responsabilitat de les tasques intensives en coneixements o bé a Consip o bé als proveïdors.

Les principals raons de l'èxit del projecte, en termes de resposta obtinguda, participació, cobertura geogràfica i estalvi de costos, foren dues:

1. **El contracte proveïa d'alts incentius als proveïdors per innovar** en la introducció d'elements per a l'estalvi de costos de calefacció, millorant la seva rendibilitat sense reduir la qualitat dels serveis prestats. Això s'aconsegueix a través de la **gratificació als proveïdors basada en els resultats obtinguts**.
2. **L'administració de les compres realitzades per una única autoritat** (aglutinadora), la qual tenia, per una banda la capacitat per dissenyar i executar el contracte, i, per l'altra, el coneixement de la demanda i les condicions de l'oferta per gestionar tot el cicle de compra.

4.3 XARXA DE CIUTATS BÀLTIQUES - PUBLIC PROCUREMENT FOR INNOVATION

Els antecedents de la iniciativa "*La contractació pública per a la innovació*" és el projecte Inno BaltMet, en el qual es van estudiar, per part de la Universitat de Tecnologia de Tallin (Estònia), els processos de contractació impulsors de la innovació. L'estudi "*La contractació pública per a la innovació en les ciutats bàltiques*" ha identificat les millors experiències a la regió i funciona com un instrument de sensibilització a les ciutats membres del projecte.

Així, s'han analitzat diversos casos de ciutats europees que presenten actuacions en l'àmbit objecte del present manual: Copenhaguen, Hèlsinki, Malmö, Riga, Estocolm i Tallin.

Les conclusions de l'anàlisi de diversos casos específics de contractació d'aquestes ciutats van ser les següents, en relació a la implementació de processos de compra pública d'impuls de la innovació:

- Establir una estratègia i unes directrius clares.
- Unir les polítiques d'innovació, recerca i desenvolupament (si escau), clústers i contractació pública.
- Recopilar informació del mercat sobre noves solucions tecnològiques.
- Destinar una part de les despeses de contractació pública a la innovació.
- Treballar cap al canvi de cultura organitzativa: establir una unitat o designar una persona específicament per aquest àmbit.
- Cooperar o bé amb altres ciutats (unificant recursos) o bé amb el sector privat (contractació cooperativa).

A continuació es presenten alguns dels casos analitzats:

4.3.1 L'etanol com a combustible per a cotxes (Estocolm)

Aquest cas és una fase addicional d'un projecte en curs d'adquisició de cotxes respectuosos amb el medi ambient que s'inicià al voltant de l'any 1992. A la capital sueca, els aspectes mediambientals són una preocupació important i els cotxes que funcionen amb etanol són, en gran part, efecte dels últims projectes de contractació pública, que han obtingut uns excel·lents resultats: 9 de cada 10 vehicles són impulsats per etanol.

Alhora, s'ha de tenir en compte que hi havia una infraestructura ja existent de 1.000 estacions de servei. No obstant, com que no hi havia disponibles vehicles lleugers que funcionessin amb etanol, però alhora, hi havia un gran interès empresarial en aquesta tecnologia, la ciutat d'Estocolm va organitzar un procés de contractació cooperatiu per a mostrar als fabricants d'automòbils l'existència d'aquest mercat en concret. En certa manera, aquest és un exemple de **contractació catalitzadora**, atès que la compra dels cotxes de la ciutat d'Estocolm era un objectiu menor. **L'objectiu principal era crear un mercat per a aquests vehicles.**

Es va contactar amb 5.000 empreses locals que usaven vehicles lleugers per tal de sondejar el seu interès en adquirir-los (d'anteriors experiències es sabia que la demanda agregada de 3.000 cotxes podria ser suficient per motivar als fabricants de cotxe per iniciar la seva producció). D'aquestes, 2.500 empreses, entre privades i municipals, van expressar el seu interès en comprar aquests vehicles, i es va iniciar, així, el procés de contractació.

La licitació va concloure amb l'adjudicació del concurs a Volkswagen, que va presentar una oferta basada en un dels seus vehicles, tot i que és molt important mencionar que la marca, la major fabricant d'automòbils de tota Europa, no comptava en aquell moment amb cap cotxe que funcionés amb etanol, però es va comprometre a desenvolupar-lo abans del gener del 2008.

Així doncs, des de la perspectiva de la compra pública impulsora de la innovació, més enllà de l'efecte catalitzador ja esmentat, aquest és un **exemple de l'agregació de la demanda i la reducció del preu per unitat venuda**. Per a la ciutat, no hi va haver riscos reals associats, perquè no s'especificava que els compradors haguessin d'adquirir efectivament els vehicles, tan sols es va fer referència a que hi havia més de 2.000 potencials clients. És a dir, l'únic cost directe per a la ciutat consistí en la posada en comú de la demanda i en dur a terme el procés de contractació.

4.3.2 Venda de bitllets a través del mòbil per al transport públic (Hèlsinki)

Els servei de venda de bitllets a través del mòbil funciona a tots els telèfons mòbils que poden enviar i rebre SMS. Tots els principals operadors de xarxes mòbils a Finlàndia van facilitar l'accés al servei.

El servei utilitza els missatges de text SMS estàndard i un mètode de validació única d'oferir "bitllets mòbils". El bitllet arriba en temps real, mostrant el període de validesa, la zona, el número d'identificació i el número d'expedidor. El preu del bitllet és carregat automàticament a la factura telefònica del client.

El servei va ser adquirit per l'empresa HKL, una unitat de "Transport de la Ciutat de Hèlsinki", i la tecnologia va ser desenvolupada per Plusdial Ltd en cooperació amb Add2Phone Ltd.

Un projecte de desenvolupament conjunt es va iniciar el 2001, i els primers bitllets a través del mòbil es van vendre i provar en els tramvies, metros i ferris durant el Dia Internacional sense Automòbils, l'agost de 2001. Aquest va ser el primer servei en el món de venda de bitllets de transport pel mòbil accessible per al gran públic. La prova pilot "real" es va iniciar en tramvies i metros el 2002. El contracte de producció es va signar entre Plusdial Ltd i "Transport de la Ciutat de Hèlsinki" el 2003.

El servei de venda de bitllets mitjançant el mòbil pot ser considerat un èxit, atès que, tot i que, de moment, el servei només està disponible dins de la zona de la ciutat de Hèlsinki, en el tramvia la proporció d'aquest tipus de bitllets supera el 55% de tots els bitllets individuals venuts (dades de l'any 2006).

L'aplicatiu d'expedició de bitllets a través del mòbil va guanyar el Gran Premi del Primer Ministre de Millors Pràctiques l'any 2004. L'octubre de 2006, nou milions de bitllets havien estat lliurats a través dels telèfons mòbils dels passatgers en els vehicles de transport de la ciutat de Hèlsinki. Les vendes mostren un creixement anual constant i els passatgers han expressat amb freqüència el desig que el servei s'ampliï a la resta de l'àrea metropolitana de Hèlsinki.

L'empresa Plusdial Ltd ja ha introduït el seu servei de venda de bitllets a Alemanya, Itàlia, Gran Bretanya i Suècia. El servei d'expedició de bitllets a través del mòbil també ha suscitat molt d'interès internacional, i serveis similars oferts per altres empreses

s'apliquen àmpliament avui en dia en diversos països, no només per al transport, sinó també per altres propòsits de *mCommerce* (comerç a través del mòbil).

4.3.3 Sistema fotovoltaic per a terrenys de propietat municipal (Malmö)

La justificació de l'aplicació d'un sistema d'energia solar fotovoltaica, que en propicia l'estalvi, es deriva de les preocupacions ambientals pròpies dels països nòrdics. Amb l'aplicació d'aquesta iniciativa, Malmö és ara la ciutat número 1 a Suècia en aquest camp, i altres ciutats estan seguint el seu exemple.

Durant el projecte, els sistemes fotovoltaics es van instal·lar en terrenys de propietat municipal. El procés de compra pública es va dur a terme per part l'Ajuntament (consultors externs participaren en la preparació de l'oferta) i va comptar amb el suport financer del govern central.

Aquest procés de compra és un exemple de **contractació directa amb capacitat d'afectar també al mercat**. Per a l'èxit del projecte, juntament amb l'aplicació de tecnologies ja existents, els proveïdors van haver de dur a terme algunes innovacions incrementals. Així, el projecte serveix com un **exemple del sistema de testeig, demostrant que aquests sistemes poden ser utilitzats de forma eficaç i eficient per part del sector públic**.

Aquest cas és considerat com un èxit per Malmö, atès que la ciutat va ser considerada "La Millor Pràctica de ciutat" - Millors pràctiques de desenvolupament sostenible de la ciutat" a la regió bàltica i del Mar del Nord (Premi SCD 2007), i, alhora, va aconseguir un impacte addicional: l'atracció de turistes.

4.3.4 Possibilitats de cooperació

En darrer lloc, convé esmentar un possible resultat del desenvolupament del projecte que també és d'interès per al present manual: **la cooperació futura entre les ciutats en matèria de compra pública impulsora de la innovació**.

En aquest sentit, la **contractació cooperativa és especialment important quan la política de compra pública pretén influenciar la innovació, atès que l'efecte sobre aquest àmbit empresarial tendeix a estar relacionat amb la mida de la demanda**. Un dels pocs exemples existents implica Copenhaguen i Estocolm, les quals han adquirit cotxes que funcionen amb combustible alternatiu de forma conjunta. No obstant, tenint en compte els estudis actuals, les ciutats no estan molt segures de com fer-ho i de si realment han de procedir a una compra cooperativa, donat que encara romanen moltes qüestions per resoldre⁷.

⁷ Per exemple, Ruoppila, S. *et al.*, Lember, V, Drechsler, I., von Hertzen, N., Kiiski, E., Mäeltsemees, S., Lõhmus, M. and Lääne, S. (2007). *Possibilities of Joint Public Services Provision*

Tanmateix, tot i aquest dubtes, en el marc del projecte de les ciutats bàltiques, cap persona entrevistada va negar la necessitat de cooperació. Tal i com textualment ho va manifestar un d'aquests representants: “cal intensificar la cooperació, especialment entre els països petits”.

Pel que fa als productes específics i serveis proposats per a ser adquirits cooperativament, aquests inclouen:

- Solucions *d'e-govern* (administració electrònica)
- Vehicles nets i combustibles (alternatius)
- Diagnòstics (biomedicina)
- Recerca d'aparcament a través de l'aplicació en un mòbil

Per altra banda, tot realitzant la recerca d'exemples propers, s'identifiquen **exemples que vinculen la compra pública i la innovació empresarial mitjançant l'aplicació de criteris mediambientals:**

4.4 AJUNTAMENT DE BARCELONA

L'Ajuntament de Barcelona és un gran consumidor de productes tèxtils, bàsicament de roba de treball per a col·lectius específics (jardiners, guàrdia urbana, bombers, etc.). En aquest sentit, l'Ajuntament fa temps que va apostar per la implementació de clàusules específiques en els processos de contractació per tal d'impulsar aquell àmbit que en cada moment s'ha considerat prioritari i/o estratègic.

Així, **Parcs i Jardins** –Institut Municipal de l'Ajuntament de Barcelona– va ser la **primera empresa pública espanyola en introduir clàusules de responsabilitat social corporativa i criteris ètics en els concursos que anualment convoca per al subministrament de roba de treball.**

Des d'un primer moment, **les empreses licitadores s'havien de comprometre a respectar els drets laborals bàsics recollits en les declaracions de l'Organització Internacional del Treball:** drets dels treballadors, política compromesa de gestió del medi ambient i prevenció de riscos laborals. En segona instància, el plec de condicions per al subministrament de l'any 2008 va incorporar **noves clàusules, consistents en criteris**

between the Cities of Helsinki and Tallinn. NetEffect Ltd and Tallinn University of Technology. (document no publicat).

ambientals pels teixits (es valoren positivament aquelles ofertes que minimitzen l'ús de substàncies tòxiques i que fomenten l'ús de fibres procedents de l'agricultura ecològica).

Posteriorment, **BSM**, l'empresa municipal que gestiona serveis i infraestructures relacionats amb la mobilitat i el lleure, també es va sumar a la compra de "Roba ètica", aplicant els mateixos requeriments als seus plecs anuals.

Les clàusules aplicades per l'Ajuntament de Barcelona, tot i estar encaminades a l'obtenció de resultats mediambientals, es poden considerar alhora un exemple de pràctica d'impuls de la innovació, atès que fomenten que les empreses que volen participar en el concurs investiguin i desenvolupin solucions per donar resposta a les noves demandes de l'administració (minimitzar l'ús de substàncies tòxiques i fomentar el de fibres procedents de l'agricultura ecològica, cada cop més resistents i eficients).

4.5 CENTRE TECNOLÒGIC FORESTAL DE CATALUNYA

El Centre Tecnològic Forestal de Catalunya (CTFC) promou la compra pública sostenible com a mesura per fer front al canvi climàtic des de les administracions. A través d'un conveni amb la Diputació de Lleida, l'entitat realitza accions d'assessorament tècnic als ens públics de diferents municipis per tal que adquireixin productes i serveis amb un menor impacte ambiental, contribuint, així, de forma significativa, a la reducció de gasos hivernacle i a mitigar els efectes del canvi climàtic.

El rang de productes i serveis sobre els quals assessora el Centre és molt ampli: paper i material d'oficina, enllumenat públic, equipaments electrònics, productes tèxtils, serveis de neteja, energia, mobiliari, obres públiques, alimentació, jardineria i vehicles, etc.

En aquest sentit, la voluntat del Centre Tecnològic és generar un efecte multiplicador que fomenti la innovació i l'adaptació als nous requeriments ambientals per part de les empreses locals, mitjançant la compra pública, i facilitar així la transició cap a una economia verda.

4.6 EXPERIÈNCIES EUROPEES

En el marc de la contractació de subministraments de roba de treball, hi ha diverses experiències en països d'Europa que convé esmentar atès el seu grau avançat de desenvolupament en aquest àmbit:

- *Ajuntament d'Amsterdam (Holanda)*: arran de la redacció d'un "manual per a la compra de roba de treball neta", el qual fou presentat a trenta proveïdors de l'administració local, tots els departaments responsables de convocar concursos d'adjudicació per a la compra de roba de treball varen realitzar les tasques necessàries per incloure criteris socials en aquests concursos. Així, es va optar per puntuar els codis de conducta de les empreses licitants, així com la pertinença d'aquestes a algun sistema de certificació independent que garanteixi el

compliment de les **normes bàsiques de l'Organització Internacional del Treball (OIT)**.

- *Ajuntament d'Enchede (Holanda)*: a partir d'un llistat de la totalitat de productes tèxtils consumits pels diferents departaments de l'administració local, varen centralitzar les compres i varen iniciar un procediment de concurs públic per a contractar un sol proveïdor. En la primera selecció d'empreses licitadores, entre les 30 que s'hi varen presentar, es puntuaven una llista d'aspectes entre els quals el compliment de les exigències de la **Campanya Roba Neta** constituïa un 13,5% de la puntuació total.
- *Ajuntament de Munich*: les empreses que vulguin accedir a les licitacions han de garantir, mitjançant la firma d'una declaració, que en el procés de fabricació dels seus articles **no hi ha participat mà d'obra infantil**.
- *Ajuntament de Düsseldorf i l'Estat Federat de North Rhein Westfalia (Alemanya)*: el projecte es va iniciar convidant als diferents compradors públics a una reunió per a intercanviar impressions i introduir-los en la nova línia de treball. En primera instància, varen ser els bombers els qui varen incloure clàusules específiques que garantissin que els seus proveïdors complissin els estàndards mínims internacionals en matèria de **condicions laborals**. Posteriorment, a partir de l'any 2002, tots els proveïdors de l'Ajuntament han de signar una declaració en què es comprometen al compliment dels estàndards de l'Organització Internacional del Treball. A nivell regional, North Rhein Westfalia està desenvolupant un projecte de característiques molt similars que està avançant amb èxit.
- *Xarxa de Municipis Clean Clothes Comunities (Bèlgica)*: dels 300 municipis que componen la part flamenca de Bèlgica, 65 s'han adherit a aquesta iniciativa, la qual té com a objectiu la implementació de diversos sistemes de certificació, el més exigent dels quals és la *Fair Wear Foundation* (que podríem traduir per fundació per la Roba Neta). Aquelles empreses que formen part de la fundació poden demostrar fàcilment l'adequació de la seva producció a les **normes bàsiques de l'OIT**. A la resta se'ls hi demana una declaració en què garanteixen el compliment de certs mínims i a treballar per tal d'obtenir certificats de qualitat social.
- *Xarxa de Municipis Ethique sur l'Etiquette (França)*: actualment aquesta xarxa compta amb més de 200 ajuntaments que han iniciat accions a favor de la **compra pública ètica**.

A mode de cloenda d'aquest apartat, tot seguit es presenten una sèrie de conclusions i recomanacions que sorgeixen de l'anàlisi dels diversos casos i estudis presentats:

1. Actualment, **la contractació pública no es concep com una part inherent de les polítiques d'innovació de les ciutats**.

Amb el plantejament per part de la Unió Europea, i la nova Llei espanyola de contractes públics, aquest és un fenomen que s'ha de revertir, atès que la compra pública impulsora de la innovació ha estat considerada, almenys en la teoria, com l'eina més potent que tenen les autoritats públiques per promoure la innovació.

2. Hi ha una manca de consciència entre els funcionaris i les empreses sobre la relació entre les compres públiques i la innovació.

Tot i algunes experiències incipients, en general hi ha poc coneixement sobre l'ampli ventall d'eines que es poden utilitzar des de les administracions per promoure la innovació empresarial. Les experiències existents, amb o sense èxit, no són transferides ni difoses de forma àmplia.

A més, a vegades, el sector públic tracta les solucions obtingudes com una cosa que pertany només a les organitzacions públiques i no afavoreix l'ús de les aplicacions desenvolupades (és a dir, drets de propietat intel·lectual) en benefici dels proveïdors comercials. D'aquesta manera, el sector públic en realitat impedeix la difusió de les noves tecnologies en el mercat.

3. No hi ha una pràctica comuna en relació amb la transferència de drets de propietat intel·lectual.

La qüestió de la transferència de drets de propietat intel·lectual és la deficiència més eminent de les pràctiques actuals de compra pública d'impuls de la innovació. És clau per al desenvolupament econòmic que els drets de propietat intel·lectual romanguin en els proveïdors per a que els resultats del procés de compra pública (és a dir, solucions innovadores) puguin ser difosos al mercat.

4. Els principals factors desencadenants de les compres impulsores de la innovació han estat les necessitats públiques específiques o polítiques concretes com les mediambientals.

L'experiència reflectida en els casos presentats revela que la innovació per satisfer les necessitats socials és la causa predominant per a les innovadores solucions obtingudes. Per exemple, en el cas de Malmö, la compra del subministrament d'energia fotovoltaica va ser resultat directe de la seva política mediambiental (ahora, com s'ha mencionat, va ser explotat com una eina de màrqueting per a la ciutat). Una situació similar va succeir a Estocolm (cotxes amb etanol), on l'actuació va estar marcada pels objectius mediambientals de la ciutat.

És a dir, en molts dels casos no s'ha utilitzat la contractació com una mesura pròpia de la política d'innovació, sinó més aviat com una eina addicional per a la consecució d'altres d'objectius (socials i ambientals). Per tant, la font per a l'èxit

futur depèn en part de la capacitat de les ciutats i regions per convertir l'àmbit de la innovació en un element transversal i estratègic. La compra pública ofereix opcions molt més àmplies que les que s'han desenvolupat fins ara.

5. Els governs locals poden actuar com a creadors de mercat.

La creació de mercats en general pot succeir de dues maneres: en primer lloc, la creació de mercats pot ser un "subproducte" d'un procés de contractació, on l'objectiu principal era satisfer algun tipus de necessitat social; en segon lloc, la creació de mercats pot ser el principal propòsit d'una activitat de compra pública. Com demostra l'exemple d'Estocolm, la creació de mercats mitjançant l'ús de contractes de cooperació pot ser la meta d'una autoritat local, i amb èxit, com s'ha vist en el cas mencionat.

6. La contractació pública de solucions innovadores ha tingut un impacte positiu en els proveïdors.

El cas de bitllets a través del mòbil de Hèlsinki demostra la influència positiva que el sector públic pot donar als mercats mitjançant la contractació impulsora de la innovació (i mediambientalment responsable).

L'impacte positiu de la compra pública en les empreses es palesa en l'augment de les exportacions i, més important encara, en els canvis en les rutines de les empreses pel que fa a com s'aborda la innovació. Aquesta reorientació en l'activitat empresarial, amb major èmfasi en la innovació, és, quan s'obté, el millor resultat que pot assolir la compra pública.

7. Els processos de compra pública com a mecanisme d'impuls de la innovació també poden fallar.

Alguns dels exitosos casos que s'han descrit no varen obtenir aquests grans resultats des del principi en tots els processos de compra pública. Ans al contrari, hi va haver fracassos, però el que és important és adquirir una experiència que pugui revertir en bons resultats en les contractacions posteriors.

8. El paper dels governs regional i central segueix sent important a l'hora d'iniciar processos de compra pública impulsora de la innovació per part de les autoritats locals.

Entre d'altres instruments, el govern central (i/o regional) pot utilitzar les retallades fiscals per a determinats productes nous o la creació de reglaments per modificar l'impacte ambiental de les empreses, com a mesures que fomentin la innovació empresarial.

Un bon exemple és Suècia, on el govern central va ajudar a la ciutat d'Estocolm a crear un mercat pels vehicles que utilitzessin l'etanol com a combustible, exigint que les estacions de servei també venguessin els combustibles alternatius i amb la no imposició d'impostos per a aquests.

El cas dels sistemes d'energia fotovoltaica de Malmö també posa de manifest el positiu efecte que les polítiques del govern central poden tenir en la compra pública (local) impulsora de la innovació. En aquest cas, la ciutat de Malmö va poder utilitzar la concessió de subvencions del govern central en el marc de solucions de tecnologia d'energia eficient.

9. Són necessàries mesures de suport per promoure la difusió de solucions innovadores, ja que la compra pública pot ser insuficient per si sola.

Per tal de garantir la difusió d'un producte o servei innovador, és important que, un cop finalitzat el procés de compra, es duguin a terme actuacions complementàries de suport en la línia de la promoció de la innovació empresarial. Per exemple, en entrar amb vehicle a les ciutats d'Estocolm o Londres s'ha de pagar la "taxa de congestió", però no en el cas que el cotxe sigui "net", és a dir, mediambientalment sostenible (adicionalment, en alguns casos poden fins i tot aparcar de franc).

10. El suport polític és fonamental.

En la majoria dels casos presentats, els processos de compra pública varen comptar amb el suport directe de part del més alt nivell polític. Així, és bàsic que les autoritats polítiques mostrin el seu suport explícit a aquest tipus de contractacions.

11. Els casos revelen que en els processos més complexos de compra pública impulsora de la innovació hi participen consultors/es i experts/es.

Aquest va ser el cas en la gran majoria d'exemples presentats, circumstància que augmenta els costos del procés. Donades les habituals restriccions pressupostàries de les entitats públiques, no és fàcil recomanar l'ús de *know-how* extern, però sí que convé remarcar que la participació d'aquest col·lectiu de professionals va ser cabdal.

12. Les ciutats s'enfronten al repte de canviar la cultura de contractació vigent i motivar als seus funcionaris i funcionàries a utilitzar les noves eines disponibles.

El procés de canvi que es vol impulsar amb les actuacions objecte del present manual no és ni senzill ni ràpid. Ans al contrari, la transició cap a una cultura de la contractació que incorpori els criteris que aquí es descriuen necessitarà l'obstinació

dels responsables d'aquest àmbit, els i les quals hauran de dur a terme una contínua tasca de sensibilització sobre la matèria.

5 RECOMANACIONS ENVERS LA TIPOLOGIA DE PROCESSOS, REDACTAT DE LES CLÀUSULES I VALORACIÓ DELS ELEMENTS INNOVADORS

Un cop analitzats els exemples de compres públiques impulsores de la innovació que s'estan duent a terme actualment, en el present apartat es defineixen algunes recomanacions en relació, per una banda, a la tipologia de processos que poden implementar les administracions en el seu afany de fomentar la innovació empresarial, i, per l'altra, al redactat específic que els plec de condicions haurien de tenir per tal d'obtenir la millor resposta possible, per part de les empreses, en els processos de licitació.

En aquest sentit, es farà especial èmfasi en la definició de l'*scoring*, és a dir, en els criteris de valoració i puntuació que s'hauran d'utilitzar per tal de discriminar positivament aquelles empreses que aportin elements innovadors en els productes (i serveis) que ofereixen a les administracions públiques.

Prèviament, però, convé esmentar que el present manual té com a objectiu l'anàlisi i definició de clàusules que impulsin la innovació en qualsevol tipologia de contracte i de producte o servei. Més enllà de polítiques i actuacions passades que focalitzaven l'àmbit de la innovació en la contractació de tecnologia, en el present cas, degut al desenvolupament de l'àmbit de les compres públiques en els darrers anys, les clàusules tenen la voluntat de ser "universals", és a dir, que es puguin establir, sempre que així escaigui, per a tot tipus de contractes i productes/serveis, no tan sols per aquells d'elevat contingut tecnològic, atès que la innovació que es pretén fomentar pot radicar en aspectes molt diferents als tecnològics: nous mètodes de distribució, tècniques de màrqueting, producció socialment responsable, sistemes organitzatius innovadors, etc.

Fet aquest apunt, a continuació es presenten, com s'ha mencionat, la diversitat de processos existents i els seus principals avantatges i inconvenients, tant per les empreses com per la pròpia administració pública.

5.1 PROCESSOS DE COMPRA PÚBLICA I INNOVACIÓ

En primer lloc, cal fer esment als diferents tipus de processos existents actualment. Així, s'identifiquen tres formes de fomentar la innovació: i) en qualitat de "client de llançament", ii) comprant un producte o servei en les últimes etapes de desenvolupament, i, iii) invertint en la contractació de R+D, estimulants la demanda més enllà del que el mercat és capaç d'oferir en l'actualitat.

En aquest sentit, existeixen diferents **formes de diàleg i cooperació** entre les administracions i les empreses per implementar aquests processos:

- **Contacte amb el mercat abans del propi procés de compra:** fora del procés de compra, el diàleg entre ambdues parts pot adoptar diferents formes. L'òrgan de contractació pot proveir informació sobre les seves intencions futures de licitació amb antelació per donar temps al mercat per reaccionar, o pot sondejar el mercat per identificar les millors solucions que el mercat pot (o podria) oferir.

Actualment, una problemàtica freqüent és la manca de coneixements detallats per part dels contractadors/es sobre les solucions que el mercat pot proveir. Així, un procés de diàleg correctament organitzat i desenvolupat és una excel·lent via per assolir aquests coneixements. En alguns casos, l'administració pública pot requerir l'assessorament de centres especialitzats en R+D o del propi Departament d'Innovació. En darrer lloc, és molt important remarcar que aquests processos de diàleg s'han d'implementar amb la major transparència possible, permetent que hi participin totes les empreses interessades, les quals poden contribuir al desenvolupament de solucions òptimes.

- **Procediments avançats de compra pública:** l'exemple clàssic d'aquest tipus de procediments és el **diàleg competitiu**, el qual té com a objectiu permetre la col·laboració amb els proveïdors en el desenvolupament de la millor solució a les necessitats plasmades en la licitació. El diàleg consisteix en una anàlisi conjunta de les idees, propostes i possibilitats de recerca i desenvolupament vinculades amb el producte o servei objecte de licitació. És important destacar que aquest procés, el qual ha de fer èmfasi en la transparència i la no-discriminació, pot haver estat precedit per contactes previs a la pròpia compra (veure punt anterior).
- **Adquisició de R+D:** en els casos en què es requereix un nivell molt alt d'innovació, es pot desenvolupar un contracte per a les tasques inicials de R+D, de forma prèvia a l'inici del procés de licitació del producte/servei.

Aquest procés consisteix en la compra de solucions innovadores que puguin esdevenir en una compra futura, en el marc d'un procés de contractació diferent, de productes/serveis que requereixen certa innovació tècnica. L'objectiu d'aquest tipus de processos és impulsar determinades activitats de R+D que són necessàries, segons la perspectiva de l'autoritat pública, per respondre a una necessitat específica d'un producte o servei que no està actualment disponible al mercat.

Complementàriament, segons manifesten les empreses que interaccionen amb les administracions públiques, els **punts forts** dels processos de compra pública són els següents:

- **L'avaluació neutral i una major transparència** en el procés de selecció.

- **Decisions a més llarg termini**, en contraposició al curt termini predominant en alguns casos en les decisions adoptades pel sector privat (amb l'ànim d'aconseguir resultats positius ràpids).
- **Increment en la consciència i la demanda de productes energèticament eficients**, que és un avantatge per a les empreses innovadores, atès que hi estan invertint i la seva voluntat és promocionar els seus productes. A més, moltes administracions públiques són conscients que assumir els alts preus de compra (actuals) per impulsar la innovació pot conduir a estalvis a mig i llarg termini.
- **Les administracions públiques són clients importants** per a la majoria de les empreses, atès que representen una part substancial de la seva cartera comercial.
- Les administracions públiques són més **fiables en relació a les condicions de pagament**.

D'altra banda, les **debilitats** identificades en la compra pública són les següents:

- Els **procediments burocràtics que limiten la compra** fora dels contractes o dels acords marc.
- **La prevalença del preu com un factor decisiu**, per davant de criteris de qualitat, mediambientals o els propis d'innovació. En alguns casos, les administracions públiques haurien ser més ambicioses i assumir preus més alts, considerant tots els costos del cicle de vida del producte o servei (a mig o llarg termini, el cost pot ser menor que altres productes o serveis més barats en primera instància).
- En general, **els terminis de la compra pública són molt lents**.
- Atès que és un àmbit poc desenvolupat fins ara, es posa de manifest una **manca de documentació de referència en relació a la gestió dels processos de contractació** (seguiment i avaluació dels contractes).

Per concloure aquest apartat, a continuació s'aprofundeix en l'anàlisi dels principals elements que configuren els procediments avançats de compra (negociats, diàleg competitiu o partenariat público-privat), els quals s'estan configurant com l'eina més adequada per al desenvolupament de solucions innovadores que donin resposta a les necessitats de l'entitat pública, especialment en els projectes complexos que requereixin una major especificació tècnica. Tanmateix, s'ha de remarcar que són tipologies de processos amb un baix nivell d'implantació en el nostre territori.

Així, per a les administracions públiques, els principals obstacles per dur-los a terme són:

- **Dificultat per trobar proveïdors** interessats a causa dels costos (en temps i inversió) d'aquests processos, els quals no tenen garanties de venda, circumstància que pot revertir en un nombre limitat de proveïdors.

- La manca de coneixements tant en el procés com en el desenvolupament d'especificacions tècniques basades en els resultats que es volen obtenir.
- Els elevats costos d'inversió en R+D, a causa d'un baix rendiment de la taxa d'inversió.

Alhora, el sector públic presenta una sèrie de necessitats a l'hora d'implementar els processos descrits:

- Formació per evitar problemes jurídics i tècnics durant el procés de compra.
- Coneixements tècnics (o suport d'experts/es) per definir les especificacions.
- Solucions que ajudin a mitigar els possibles riscos financers associats al procés.

Per la banda de les empreses, les principals barreres a la seva participació són:

- Les limitacions tècniques i els alts costos per a les administracions públiques.
- La incertesa respecte futurs contractes de la solució innovadora desenvolupada amb altres administracions públiques.
- La separació pressupostària en les administracions públiques pot dificultar la compra pública impulsora de la innovació, especialment en els contractes on la instal·lació i el manteniment no estan integrats.

Pel que fa a les necessitats de les empreses, aquestes són:

- Tenir coneixement de les etapes del procés de contractació.
- Disposar de temps suficient per reaccionar a les demandes de l'administració.
- Una assignació adequada dels drets de propietat intel·lectual, inclòs l'assessorament en els aspectes jurídics i en patents per establir correctament aquests drets. Algunes de les propostes consisteixen en què els drets d'explotació siguin de l'empresa i l'administració pagui una llicència, o que l'administració utilitzi i pugui oferir el producte/servei al públic en general, però que l'empresa es reservi el dret d'utilitzar la metodologia per altres aplicacions.
- Rendibilitat de la proposta, per tal que l'empresa participi en el procés.
- Transparència i claredat en el procés.
- Garantir la qualitat dels productes mitjançant la certificació de tercers.

5.2 EXEMPLES DE CLAUSULATS

De forma molt senzilla i orientades a l'aplicació directa, a continuació es presenten un seguit de recomanacions pel que fa a les clàusules que s'haurien d'introduir en les licitacions, classificades segons la fase del procediment en què cadascuna s'insereix:

Definició de l'objecte del contracte

En aquest àmbit, és molt important tenir en compte que qualsevol criteri que s'introdueixi per valorar el producte o servei ha d'estar directament relacionat amb l'objecte del contracte. Conseqüentment, convindrà introduir la dimensió de la innovació empresarial (i altres com la sostenibilitat o criteris ètics) en la descripció del propi producte o servei que es vulgui contractar.

- Contractació de productes tèxtils, amb preferència per aquells que incorporin elements innovadors (a determinar segons el contracte, amb els quals han de tenir relació) respecte els ja existents en el mercat.
- Contracte per al subministrament de teixits de l'àmbit sanitari que compleixin amb els següents requeriments: resistència, confortabilitat, etc. (a determinar).

Especificacions tècniques

Les especificacions que es determinin en aquesta apartat, les quals han de ser transparents i no han de limitar la competència ni discriminar a possibles licitadors, han d'estar vinculades amb l'objecte del contracte.

En el cas d'utilitzar referències respecte estàndards establerts (a nivell local, regional, estatal o internacional), com ara les ecoetiquetes en l'àmbit mediambiental, l'administració ha de considerar també les ofertes que no utilitzin aquests estàndards però que tinguin altres mecanismes per demostrar l'acompliment de les especificacions requerides.

- Contractació de roba de treball que incorpori les especificacions tècniques següents: propietats ignífugues, tèxtils intel·ligents, etc. (a determinar).
- Contractació d'elements tèxtils (uniformes, per exemple) la vida útil dels quals representi un increment de, com a mínim, el 10% respecte els utilitzats actualment.

Selecció de candidats

Les capacitats (tècniques, financeres, etc.) i qualificacions requerides a les empreses

- Cadascuna de les empreses participants ha de poder demostrar, mitjançant la documentació o productes que cregui convenient, la seva viabilitat per al desenvolupament del producte o servei objecte del contracte.

participants en el procés han d'estar relacionades i ser proporcionals amb el propi objecte del contracte.

Adjudicació del contracte

Per a l'adjudicació del contracte, l'autoritat pública pot considerar l'oferta econòmicament més avantatjosa amb tan sols un únic criteri, el preu (com s'ha vingut realitzant majoritàriament fins ara), o incorporar múltiples criteris que tinguin en compte altres vessants del producte/servei, com podria ser el grau d'innovació empresarial de cadascun dels licitadors (juntament, si es vol i escau, amb consideracions ambientals i socials).

- S'haurà de determinar la ponderació que s'atorga a cadascun dels criteris de valoració.
- Per veure exemples de diferents àmbits que es poden considerar en la valoració del grau d'innovació, veure el proper apartat, 5.3.

Execució del contracte

Un cop s'hagi adjudicat el contracte, l'empresa guanyadora haurà de complir estrictament amb tots els requisits detallats en el plec de condicions, tant pel que fa a les clàusules administratives com a les especificacions tècniques que s'hagin determinat.

L'incompliment, parcial o total, de les condicions d'execució pot desembocar en la rescissió del contracte o en la imposició de sancions. Així, en aquest tipus de contractes, i especialment en els més complexos, és necessari establir, per part d'ambdues parts, mecanismes de control i d'avaluació del compliment de les condicions d'execució del contracte.

- Serà necessari establir conjuntament entre ambdues parts els mecanismes de seguiment de l'execució. Aquestes s'hauran de determinar en relació a l'objecte del contracte.

5.3 VALORACIÓ DELS ELEMENTS INNOVADORS

En el següent quadre es presenten un seguit d'orientacions respecte a diversos elements a tenir en compte en el procés de valoració de cadascuna de les ofertes.

La ponderació de l'àmbit "innovació empresarial" haurà de ser proporcional a les característiques de l'objecte de contracte, circumstància que determinarà variacions en l'*scoring* per diferents tipus de producte o servei.

Així, per a l'avaluació de cadascuna de les empreses candidates, a continuació es proposen un seguit de criteris i requisits que podrien contribuir a seleccionar les empreses que millor s'adeqüin als requeriments plantejats en els plecs de condicions.

En aquest sentit, els criteris que es descriuen fan referència al "potencial innovador del projecte", és a dir, són els elements que permeten valorar l'impacte en termes d'innovació de l'empresa licitadora. Entre d'altres, es proposa valorar el tipus d'innovació plantejada, el nombre de patents de les que disposa l'empresa, la importància de l'àmbit de la innovació en la gestió de l'empresa (mitjançant els percentatges destinats a R+D), elements que en propiciïn l'èxit (com convenis amb Centres de Recerca), etc.

La valoració dels requisits s'efectua sobre la base del compliment o no compliment d'alguns d'ells o, en alguns casos, del grau de compliment, segons una puntuació⁸ que permetrà donar prioritat a unes empreses respecte a unes altres i fins i tot, si escau, establir una puntuació mínima obligatòria per accedir a la licitació.

⁸ Les puntuacions associades a cada criteri són orientatives, i s'haurien de concretar per a cada procés de licitació concret, d'acord amb les característiques d'aquest.

Criteris a tenir en compte per a la valoració del grau d'innovació empresarial			
Criteri	Descripció	Forma de valoració	Proposta de punts
Tipus d'innovació que suposa	Caldrà analitzar el tipus d'innovació que proposa el producte/servei en funció d'en quin àmbit incideix.	- Innovació de procés i de producte / servei	15
		- Innovació de procés o de producte / servei	10
		- Cap innovació	0
Propietat de la innovació	Caldrà analitzar la titularitat i la formalització de la innovació que proposa el projecte de producte/servei.	Segons la documentació acreditativa, el producte/servei suposa:	
		- Explotar una innovació pròpia registrada	15
		- Explotar una innovació pròpia no registrada	10
		- Explotar una innovació aliena registrada	5
Previsió d'inversió en R+D+I	Caldrà analitzar la previsió d'inversions en R+D que proposa el projecte de producte/servei en els primers mesos/anys de vida.	El projecte preveu:	
		- Inversió R+D+I > 2,5% sobre vendes anual	20
		- Inversió R+D+I ≥ 2% anual	15
		- Inversió R+D+I ≥ 1% anual	10
		- Inversió R+D+I < 1% anual	5
Relació amb centres de recerca	Existència d'algun tipus d'acord de col·laboració entre l'empresa i un o diversos centres de recerca implicats en la investigació en el si del sector tèxtil.	- Existeix acord de col·laboració	30
		- No existeix acord de col·laboració	0
Patents pròpies	Percentatge de participació dels productes o serveis provinents de patents pròpies sobre el total de la facturació.	- Participació = 100%	50
		- Participació ≥ 75%	35
		- Participació ≥ 50%	20
		- Participació ≥ 25%	10
		- Cap patent pròpia	0
Projectes de R+D+I en marxa	Lloc on es desenvolupen els projectes de R+D actuals de l'empresa	- Projectes d'R+D+I interns	50
		- Projectes d'R+D+I a la resta de Catalunya	30
		- Projectes d'R+D+I a Espanya o l'estranger	20
Èxit en la innovació	Percentatge de projectes d'innovació realitzats amb èxit sobre els iniciats des de la posada en marxa de l'empresa	- Èxit > 50%	50
		- Èxit ≥ 25%	30
		- Èxit < 25%	10
		- Cap èxit	0
Inversió en R+D+I	Inversions realitzades en R+D (interna + externa) per part de l'empresa en els darrers tres anys de vida.	- Inversió R+D+I > 2,5% sobre vendes anual	20
		- Inversió R+D+I ≥ 2% anual	15
		- Inversió R+D+I ≥ 1% anual	10
		- Inversió R+D+I < 1% anual	5
Esforç innovador	Percentatge de despeses d'R+D interna sobre la facturació anual.	- Increment anual	15 / 0
	Percentatge de despeses d'R+D externa sobre la facturació anual.	- Increment anual	15 / 0
Resultats de la innovació	Introducció d'innovacions estructurals o en l'organització	- S'ha introduït alguna innovació estructural	10 / 0
	Introducció d'innovacions de gestió en l'organització	- S'ha introduït alguna innovació de gestió	10 / 0
	Noves patents o models d'utilitat desenvolupats en els darrers tres anys.	- Increment	15 / 0
	Percentatge de facturació anual per productes o serveis introduïts els darrers tres anys.	- Igual o superior al 25%	15 / 0
	Marge brut de les vendes dels nous productes o serveis respecte el marge brut dels productes madurs.	- Igual o superior al 15%	10 / 0

6 ORIENTACIONS EN MATÈRIA DE COMUNICACIÓ I PROMOCIÓ

En aquest apartat, s'aportaran orientacions en relació a la difusió del present manual, amb la voluntat de dur a terme una tasca de sensibilització que permeti assolir l'objectiu d'incrementar el nombre de processos de compra pública que s'usen com a mecanisme per impulsar la innovació empresarial.

6.1 OBJECTIUS DE COMUNICACIÓ

En primer lloc, s'han de focalitzar de forma clara els objectius que es volen assolir amb les actuacions de sensibilització i difusió que aniran vinculades al present manual. Així, tot seguit es presenten els objectius o eixos comunicatius en els quals s'han de basar tots els productes informatius:

- **Difondre l'existència del manual i la seva dimensió**, fent referència als objectius generals del manual, a les entitats implicades en el seu desenvolupament, als valors que guien el projecte i a les activitats que s'implementaran.
- **Oferir una primera presa de contacte amb el fenomen de la compra pública com a mecanisme d'impuls de la innovació**. És a dir, apropar a la societat - administracions públiques en primer lloc, però també a la ciutadania en general-, de manera atractiva i planera les implicacions del manual, fent especial èmfasi en els beneficis que pot reportar aquest àmbit de treball.
- **Adquirir notorietat i imatge pública**, posicionant el projecte a la ment dels destinataris/àries sota el concepte d'un doble interès: per l'entitat pública, per una banda, i social, per l'altra.
- **Captar i implicar al nombre més gran possible de persones** en relació amb l'impuls de la innovació empresarial des de la compra pública.
- **Ampliar el reconeixement social d'ACTE**, com a xarxa impulsora de mesures innovadores que tenen la voluntat de millorar el teixit productiu, la gestió del sector públic i, en darrer lloc, la qualitat de vida de les persones.

6.2 PÚBLICS OBJECTIU

Atesos els objectius tot just descrits, el públic objectiu de les accions de comunicació del manual cal distingir-lo en diversos grups.

Per una banda, els i les agents directament lligats amb el manual, els i les quals han de ser centrals en tots els elements de sensibilització, informació o formació. Aquests agents són,

principalment, els **responsables de l'àmbit de contractació de totes les entitats públiques espanyoles**.

En segon lloc, és molt important fer arribar l'abast dels continguts del manual als **empresaris i empresàries del sector tèxtil** (i altres sectors vinculats directament o indirecta a aquest), així com als **treballadors/es d'aquestes empreses**, atès que els resultats que es volen assolir amb el present estudi repercuteixen de forma directa en la seva activitat.

En tercer lloc, també convindria comunicar els continguts del manual als **tècnics/es d'empresa** (o àmbits similars amb denominació diferent) de tots els municipis espanyols, atesa la seva relació directa amb el teixit productiu, així com també al **personal dels centres tecnològics de recerca** vinculats directament o indirecta amb el sector tèxtil.

Per altra banda, dins l'àmbit de la comunicació institucional, s'han de considerar també altres agents implicats en el desenvolupament del manual. En primer lloc, convindria mantenir un contacte estable i periòdic amb el '**Ministerio de Industria, Turismo y Comercio**' i el '**Ministerio de Ciencia e Innovación**' del **govern espanyol**, atès que ambdós són ministeris les competències dels quals estan vinculades a l'àmbit tractat pel present manual. En segon lloc, s'haurà d'informar del desenvolupament d'aquest a la resta de **socis d'ACTE**, impulsant el treball en xarxa propi de l'associació.

Finalment, la **ciutadania en general** també ha de ser un públic objectiu de les actuacions de comunicació, per tal de fer-la partícip del desenvolupament del manual i de les positives implicacions que aquest pot tenir. Alhora, aquest fet serviria per augmentar la notorietat pública d'ACTE.

6.3 MECANISMES DE COMUNICACIÓ

De forma prèvia a la descripció de les actuacions, convé mencionar els mecanismes de comunicació que existeixen entre les dues parts interessades en aquests processos: les empreses i l'administració pública.

Les **principals vies per les quals les empreses accedeixen a la informació sobre els processos de compra pública** (siguin aquests oberts, restringits, negociats, o avançats com el diàleg competitiu) es poden resumir en tres:

- **Recerca activa dels i les responsables comercials**, incloent la participació en seminaris on l'administració informa de les seves intencions.
- **Plataformes d'Internet**, com butlletins electrònics o llocs web on l'entitat pública publicita els futurs processos de licitació.
- **Directament a través d'invitacions de licitació.**

En el si de la pròpia administració pública, per tal de facilitar que hi hagi una correcta difusió del manual als i les responsables de l'àmbit de contractació, s'han d'identificar els mecanismes pels quals aquesta informació es pot transferir:

- **Jornades de presentació**, en què una entitat, pública o privada, presenta els principals resultats i conclusions d'un informe, estudi o manual.
- **Accions de formació**, en les quals els funcionaris/àries aprenen i practiquen un seguit d'elements necessaris per al correcte desenvolupament de la seva tasca.

6.4 PRODUCTES DE COMUNICACIÓ I MITJANS DE DIFUSIÓ

Finalment, a continuació es proposen les actuacions i productes que es creu convenient desenvolupar per tal de propiciar una correcta difusió del present manual:

- **Publicació**: en primer lloc, serà important comptar amb el manual en la seva versió editada i maquetada, amb un disseny atractiu que en faciliti la lectura.
- **Actes públics**: un cop es disposi de la publicació, seria convenient dur a terme una presentació pública del manual. En aquest sentit, una **conferència de premsa amb representants polítics** de primer nivell seria una opció idònia per assolir l'impacte mediàtic que l'acte requeriria. En el cas de celebrar una roda de premsa, seria fonamental disposar d'un bon dossier amb el màxim d'informació d'interès sobre el manual i el seu àmbit d'intervenció, el qual hauria de ser lliurat als i a les assistents
- Un **dossier o presentació PowerPoint** amb una explicació del manual. Aquest document seria útil per a trobades i reunions on s'hagués d'explicar breument el contingut de l'estudi, amb la voluntat de captar possibles col·laboradors/es per al desenvolupament de les actuacions plantejades o simplement de fer-los sabedors/es de l'àmbit d'actuació del manual i les possibilitats que se'n desprenen.
- **Plataforma digital**: en el marc del projecte "ACTE: una xarxa per la innovació", desenvolupat durant l'any 2009 per part de 6 entitats públiques membres d'ACTE, s'ha creat l'**observatori Tex4future** (www.tex4future.com) el qual incorporarà, entre d'altres, un apartat dedicat específicament a la compra pública. Així, seria necessari establir els mecanismes necessaris amb aquesta plataforma per garantir que tota la informació d'interès vinculada amb el manual formi part dels continguts de Tex4future, incloent, per exemple, informació sobre la publicació de concursos vinculats al sector tèxtil.
- **Seminaris**: la realització de seminaris on participin representants de diferents municipis i regions, en els quals es promogui el debat sobre noves vies per a la innovació a través de la compra pública pot ser una excel·lent eina de sensibilització en aquest àmbit. Els seminaris podrien incloure la presentació d'exemples d'èxit relatius a processos de compra pública impulsors de la innovació.

- **Formació:** atès que, com s'ha mencionat anteriorment, la implementació de les clàusules aquí analitzades no és un procés senzill, el qual requereix el replantejament de les actuacions de contractació de les entitats públiques, seria convenient organitzar accions específiques de formació, en les quals es presentés tot l'abast del manual, fent èmfasi en l'aplicació pràctica dels criteris que es pretén potenciar (mitjançant els exemples que conté el manual, o d'altres que es puguin generar).
- **Butlletins digitals:** en darrer lloc, cal mencionar també dos mitjans de difusió que formen part ja actualment de l'estratègia comunicativa d'ACTE: l'*Infoflash* i el *Newsletter*. Aquests dos butlletins podrien ser usats per a la comunicació del present manual i les actuacions associades, convertint-los en eines molt útils per informar de futures convocatòries, accions de sensibilització, presentacions públiques, etc.

7 EXEMPLES D'EMPRESES INNOVADORES

A continuació es presenten alguns exemples d'empreses innovadores que podrien ser potencials beneficiàries dels processos de compra pública que pretenguin fomentar la innovació.

Així, els exemples serveixen per mostrar aquells elements innovadors que es volen potenciar amb les noves clàusules i per visibilitzar que l'esforç i la inversió en innovació és rendible i que la compra pública pot ser un excel·lent mecanisme per posar-la en valor, rendibilitzar-la i, alhora, impulsar-la en les empreses de l'entorn productiu.

7.1 ESTAMBRIL

El grup Estambril S.A., radicat a Sabadell, és l'exemple paradigmàtic d'una empresa del tèxtil que, ateses les perspectives que l'hi oferia el sector, va decidir apostar per la innovació per garantir la continuïtat del seu projecte empresarial. Actualment, Estambril, i l'empresa creada dins del grup específicament per innovar (TAG Innovació), proporcionen solucions per protegir a les persones davant un risc tèrmic. On hi hagi un risc de foc en segments com els bombers, la policia o la indústria, proporcionen equips de protecció individual i fabriquen teixits tècnics ignífugs amb propietats permanents.

Fa menys de 10 anys, a Estambril van analitzar la situació del sector tèxtil i varen percebre, entre d'altres factors, l'amenaça de nous competidors, com les fibres xineses, situació que els va conduir a un replantejament de la seva activitat. Després d'un període d'estudi i reflexió, varen apostar per la creació de TAG Innovació, on es desenvolupen totes les tasques de recerca i investigació del grup empresarial. Així, en el si d'aquesta empresa diferencien entre cinc maners diferents d'innovar:

- Innovació en solucions/productes diferenciats
- Innovació en procés
- Innovació en nous mercats
- Innovació en nous serveis
- Innovació en nous models de negoci

Per exemple, pel que fa a la innovació en els productes que ofereixen des d'Estambril, els principals són els teixits i les peces de roba confeccionades amb fibra Nomex, una solució que han desenvolupat ells mateixos i que està especialment dissenyada per oferir alta protecció tèrmica i contra els riscos de l'arc elèctric. Degut a aquestes qualitats, està principalment recomanada per als sectors de la indústria elèctrica, química, petroquímica i bombers (segments amb riscos tèrmics elevats i derivats de l'arc elèctric).

Complementàriament, EstambriL desenvolupa altres projectes interessants, com la col·laboració que estan realitzant actualment amb una empresa de videojocs per tal de fer formació en prevenció de riscos.

Com es pot apreciar, doncs, es tracta d'una empresa del nostre territori amb ganes d'innovar i de desenvolupar nous productes (noves solucions, com diuen ells) que donin resposta a les necessitats dels seus clients/es, ja siguin consumidors privats o el sector públic.

7.2 FINSA

Aquesta empresa de Terrassa va decidir, per necessitat, atès que el negoci tèxtil tradicional era cada cop menys rendible, apostar per la innovació i endinsar-se en l'àmbit dels tèxtils tècnics.

Així, en la primera etapa de reorientació empresarial van passar de la fabricació i distribució de teixits a la plana per a ús tradicional, a la fabricació i distribució de teixits tècnics per a aplicacions industrials, bàsicament medis filtrants. En el transcurs d'aquesta etapa, varen crear Finsa Filtrros Industriales.

En una segona etapa, amplien la gamma de productes cap als teixits metàl·lics per a usos en arquitectura i interiorisme, creant una empresa denominada Finsa Arquitectura.

En aquest sentit, dins del propi marc de les compres públiques tèxtils, es pot apreciar com el ventall de productes (i serveis) disponibles va molt més enllà dels "típics" productes tèxtils. En concret, la innovació en teixits tècnics, tenint en compte les beneficioses repercussions que aquests poden tenir (ateses les seves qualitats), és un àmbit que es podria impulsar, i molt, des de la contractació pública.

7.3 PUBLIART

De nou, un cas en què de la necessitat se'n fa virtut: ateses les perspectives negatives que també detectaven els promotors dels exemples anteriors, Publiart va apostar per la reorientació empresarial mitjançant la innovació.

Així, a partir de l'empresa mare QUETEX, S.A., dedicada a la fabricació de teixits per a pijames, bates i roba interior, mitjançant la reorientació de part del personal i la inversió en nova maquinària que permetés ampliar el negoci, es va crear Publiart, l'activitat de la qual és la impressió digital sobre suport tèxtil.

A més, a banda de la innovació en producte que representa el projecte de Publiart, aquest incorpora altres avantatges de caire mediambiental: per una banda, la base tèxtil sobre la qual realitzen les impressions és polièster (totalment reciclable, i no l'habitual PVC, altament contaminant), i, per l'altra, les tintes d'impressió són en base aigua i totalment biodegradables.

L'Ajuntament de Terrassa, municipi proper a la seu de l'empresa, que es troba a Sant Quirze del Vallès, ja ha arribat a un acord amb Publiart i una altra empresa de publicitat per a la renovació de tots els "mupis" de la ciutat, els quals fins ara es realitzaven en suport paper. Aquests, degut als canvis d'ubicació i als continus processos de muntatge i desmuntatge, s'acabaven fent malbé i trencant, circumstància que es soluciona en utilitzar suport tèxtil.

Per altra banda, l'empresa també col·labora actualment en la realització d'*stands* ecològics amb una empresa de Manresa. Els elaboren amb alumini i roba, i no a base de fusta, vinil, poliestirens, etc., com es feia fins ara.

Aquest, com d'altres, és un exemple de projecte en el que la solució ha sorgit a partir del treball conjunt entre client i proveïdor (diàleg competitiu). En aquest sentit, tenint en compte que des de Publiart manifesten que "volem clients que ens truquin per cercar idees junts i crear sinergies", no seria possible pensar que el sector públic podria ser un d'aquests clients que, juntament amb aquesta i/o una altra empresa, ideés solucions innovadores per a donar resposta a algunes de les seves necessitats?

7.4 TEXTIL SANTADERINA

Novament ens trobem amb l'exemple d'una empresa dedicada, entre d'altres, als teixits tècnics. Amb més de 30 anys d'experiència, Textil Santaderina va decidir fa anys apostar per la innovació i ha desenvolupat, mitjançant el seu propi departament de R+D, solucions innovadores en molts àmbits diferents: tractament i acabat de les peces, experimentació en nous teixits (i les qualitats associades), els esmentats teixits tècnics, etc.

Es tracta, doncs, d'una empresa que té molt clar per on passa el futur del tèxtil, la qual es podria beneficiar de les actuacions que es pretén impulsar amb el present manual, amb processos de compra pública que fomentessin la investigació i la innovació, i que ajudessin a fer rendibles les tasques de recerca que desenvolupen empreses com Textil Santaderina.

7.5 ANTONIO FERRE

Fundada el 1914, aquesta empresa de Banyeres de Mariola (prop d'Alcoi), està especialitzada en la producció de teixits amb fibres nobles com el lli o el cotó (per al primer cas compten amb la prestigiosa certificació europea "Masters of Linen").

Amb el pas dels anys, l'empresa ha elaborat un ampli catàleg de productes d'alt valor afegit, entre els que destaquen, més enllà de les fibres ja esmentades, els teixits tècnics, els quals destinen principalment a la indústria i a sector agrotèxtil.

Tant les seves instal·lacions, amb maquinària d'última tecnologia i un magatzem intel·ligent, com la seva trajectòria, de més de 4 generacions, els permet situar-se en una posició avantatjosa per a la recerca i la innovació en el sector. En aquest sentit, l'empresa Antonio Ferre fou la guanyadora, l'any 2009, del I Concurs Internacional de Productes

Tèxtils Innovadors, organitzat per l'Associació d'Empresaris Tèxtils de la Comunitat Valenciana (ATEVAL), amb el projecte de “Disseny d'un material compost amb reforç de fibra de jute”.

7.6 RAMÓN ESPI

Aquesta empresa valenciana, ubicada a Agullent, també és un exemple de contínua innovació, com es pot palesar en la multitud de premis i certificacions que tot seguit es detallen. Alguns d'ells neixen d'una important característica de l'empresa: les innovacions tècniques desenvolupades en col·laboració amb instituts tecnològics.

- ‘Premi Empresa Europa 2008’, atorgat per la Cambra de Comerç de València i la Confederació Empresarial Valenciana.
- Certificació ‘Made in Green by Aitex’: atorgat per l'Institut Tecnològic Tèxtil Aitex, aquest certificat garanteix que els articles de la marca RapifeBaby (una de les marques comercialitzades per l'empresa Ramón Espi) estan exempts de substàncies nocives per a la salut d'acord amb la norma ÖKO-TEX Standard 100 i que tots els centres de producció on han estat fabricats tenen implantat un Sistema de Gestió Ambiental i un Codi de Conducta i Responsabilitat Social certificats per entitats independents.
- Certificat ‘Activitat Antimicrobiana Teixit Bambú’: concedit també per Aitex, el certificat fa referència a la línia bambú de l'empresa, la qual consisteix en una innovació en producte: fabricació de peces interiors per a nounats concebudes 100% amb una fibra natural de primera qualitat, quelcom que no existia fins ara. El procés desenvolupat per l'empresa valenciana garanteix un teixit amb efecte antibacteries, ecològic, bio-degradable, transpirable, fresc, de tacte suau i amb capacitat natural de protecció als raigs UVA.
- Finalista del I Concurs Internacional de Productes Tèxtils Innovadors, organitzat per l'Associació d'Empresaris Tèxtils de la Comunitat Valenciana (ATEVAL).

8 RECOMANACIONS

En darrer lloc, a mode de conclusió d'aquest apartat del manual, i arran de tota la informació que es deriva dels diferents elements analitzats ens els capítols anteriors, es presenten un seguit de recomanacions:

- **Les administracions han de copsar tot el potencial que tenen les compres públiques com a instrument per impulsar la innovació empresarial.**

Atès que un dels principals factors, si no el més important, per a que les empreses decideixin innovar és que percebin que el mercat demanda aquests nous productes o serveis, el sector públic, com s'ha vist amb alguns dels exemples presentats, pot actuar com a catalitzador o creador del mercat, generant la demanda i, per tant, impulsant la innovació.

- **Les administracions han de ser conscients dels beneficis que els hi reporta un procés de compra pública que aprofiti tot el seu potencial.**

Com ja s'ha manifestat anteriorment, les solucions que es poden desenvolupar arran d'un procés de compra pública que fomenti la innovació són una via per propiciar que l'administració obtingui el millor producte o servei per a les seves necessitats, facilitant, doncs, la prestació d'un millor servei a la ciutadania en general. Així doncs, els beneficis d'aquests processos són en ambdues direccions: per les empreses i també per les administracions.

- **S'ha de potenciar el diàleg entre l'administració i les empreses.**

El diàleg tècnic entre l'administració i les empreses, previ al propi procés de compra pública, és una excel·lent eina que s'ha de fomentar per tal d'explorar elements i solucions que podrien ser molt útils a l'hora d'establir el plec de condicions.

Una de les formes més utilitzades, tot i que de forma incipient encara, és el diàleg competitiu, un instrument que permet el treball conjunt entre ambdues parts per a la recerca de les solucions que millor s'adaptin a les necessitats públiques. La conjunció dels coneixements, tècnics i funcionals, d'ambdues parts pot repercutir en una millor especificació del plec de condicions i, consegüentment, en millors ofertes.

Alhora, s'han de desenvolupar altres mecanismes, clars i transparents en tots els casos, per recopilar periòdicament informació del mercat sobre noves solucions per a les necessitats públiques. Entre d'altres, aquests podrien ser:

- *"Dies de la indústria"*, en els que les empreses podrien presentar les innovacions en les que estiguessin treballant, per tal que l'administració les tingués en compte en el futur.

- *Tramitar propostes no sol·licitades*: aquesta pràctica, permesa en alguns casos pel Dret Administratiu, pot ser una excel·lent font de suggeriments per a productes i serveis que podrien ser d'utilitat per a l'administració en el futur.
 - *Consultes amb agents de centres de recerca*: un continu contacte i intercanvi d'informació amb els centres d'investigació podria permetre a l'administració estar al corrent de les últimes novetats pel que fa a innovacions que puguin ser del seu interès.
- **L'especificació funcional, amb prevalença davant de la tècnica, hauria de ser l'opció escollida per les administracions.**

Permesa per la nova Llei de contractes, com s'ha esmentat anteriorment, l'especificació funcional estimula majorment la creativitat i la innovació, ja que no imposa cap requeriment tècnic en la realització del producte o servei.

Adicionalment, l'"admissió de variants" a l'especificació del plec també obre la porta a que les empreses aportin solucions innovadores, les quals, en alguns casos, poden esdevenir més adequades que les que s'hagin definit, a priori, per al producte o servei. És a dir, aquest procés permet que les empreses desenvolupin propostes que vagin més enllà de les característiques plantejades en el plec de condicions.

- **L'adjudicació del contracte s'ha de guiar pel criteri d'oferta econòmicament més avantatjosa, el qual pot tenir en compte molts més factors que tan sols el preu.**

Entre d'altres, la innovació aportada pel producte o servei, i les repercussions que aquest fet pot tenir en l'entorn (tant el natural com l'empresarial), també ha de ser un factor de ponderació de l'oferta. A tal efecte, en el present manual s'ha presentat un proposta de criteris a utilitzar en la valoració.

Nogensmenys, altres criteris, com els ambientals o els d'equitat social, també poden ser factors de ponderació per determinar l'oferta econòmicament més avantatjosa.

- **Caldria introduir la figura dels contractes d'acompliment per als executors, els consultors i els proveïdors.**

Aquesta figura jurídica és un instrument legal a través del qual l'administració i l'empresa acorden les condicions tècniques i econòmiques del projecte. Els principals aspectes que inclou el contracte són els següents:

- Característiques del projecte
- Responsabilitat de les parts i garanties considerades
- Formes de pagament i de finançament
- Propietat dels productes

- Esquemes de compensacions, és a dir, previsió d'actuacions en cas de desviacions respecte al pla original
 - **Es podrien assignar subvencions específiques (europees, estatals, regionals o locals) per aquest tipus de processos.**

Atès que els processos no tenen l'èxit garantit, com s'ha esmentat en l'apartat d'exemples, existeix certa por al fracàs entre els funcionaris/àries que pot esdevenir en un feble desenvolupament d'aquest àmbit. Per contrarestar aquesta situació i modificar l'aversion al risc existent, l'assignació de subvencions específiques per a la implementació d'aquests processos podria ser un excel·lent senyal per als compradors/es públics, ja que els hi indicaria que tenen l'aval polític per assumir riscos.

- **Cal efectuar un esforç en la capacitat dels i les responsables de contractació.**

Amb la voluntat que els processos de compra pública que s'implementin assoleixin la major eficiència possible, és necessari invertir en formació per tal que els i les responsables de l'àmbit de contractació de les entitats públiques espanyoles tinguin els coneixements necessaris per a la realització amb èxit d'aquests processos: coneixements sobre les diferents tecnologies i els costos associats, el mercat, la gestió econòmico-financera del procés, etc.

Com s'ha vist en els exemples, una opció factible és recórrer al suport de professionals experts/es en la matèria, els quals podrien participar en el procés de formació i anar perdent presència en els projectes de compra pública de forma gradual.

- **Seria convenient cooperar activament amb entitats públiques i privades per tal d'unir recursos i agregar la demanda.**

L'agregació de la demanda que podria resultar de la unió de dues o més entitats per a una contractació conjunta podria resultar en uns majors incentius per a les empreses i, per tant, en el desenvolupament d'una millor solució per a l'administració.

- **S'han de realitzar intenses tasques de sensibilització i comunicació en aquest àmbit.**

Cal informar periòdicament, i d'una forma atractiva i engrescadora, als funcionaris i funcionàries públics/ques responsables de l'àmbit de contractació sobre els objectius i la naturalesa de la compra pública com a mecanisme d'impuls de la innovació. En relació als productes i mecanismes comunicatius que s'haurien d'utilitzar, el present manual incorpora una proposta en aquest sentit.

- **Promoure l'intercanvi d'experiències.**

Per tal de sensibilitzar sobre la importància de la compra pública com a part inherent de la política d'innovació del territori, convindria establir un intercanvi sistemàtic d'informació entre diferents ciutats i regions. Les actuacions podrien incloure:

- Seminari que promoguin el debat sobre els nous camins per a la innovació a través de la contractació pública.
- Presentació d'exemples sobre casos de compra pública impulsora de la innovació.
- Facilitar l'accés a la informació mitjançant la creació de portals d'Internet específics (en aquest àmbit, com s'ha esmentat, s'està desenvolupant l'observatori Tex4future).

- **Introduir mecanismes d'avaluació.**

Per tal d'avaluar adequadament els processos desenvolupats, i que els aprenentatges experimentats puguin redundar positivament en posteriors contractacions, caldria establir indicadors i mecanismes de seguiment per dur a terme una avaluació rigorosa del procés de compra pública.

- **S'ha de desenvolupar l'àmbit dels drets de propietat intel·lectual.**

Tot garantint que l'administració podrà fer ús del producte o servei que s'hagi desenvolupat durant el procés de compra pública d'acord amb les seves necessitats, és important que l'empresa també tingui drets respecte la comercialització del producte/servei, per tal d'incentivar suficientment la innovació i propiciar, així, el desenvolupament de les millors solucions possibles.