

Gestión De La Innovación Y Creatividad En Las Regiones

“ Habla para que yo te conozca” .
Sócrates



Cartagena, Nov 28 2013

ESQUEMA DE LA CONFERENCIA



**Conexión entre el
fenómeno innovador
y
el territorio**



- CREATIVIDAD
- TUTELA
- INTERNAZIONALIZACION



**“Valorizar el Territorio”
El camino para
Competir**

- Las tendencias globales han provocado grandes transformaciones en el orden mundial



Modificación de las las estructuras de las organizaciones. (Deslocalización)**

Los Territorios Compiten como las empresas



Innovación



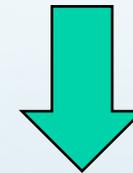
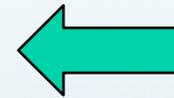
BÚSQUEDA DE VENTAJAS Y POTENCIALIDADES LOCALES

Es necesario que se vaya hacia una dirección que garantice la generación de un desarrollo en el territorio

EL TERRITORIO GLOBALIZACION



**Nuevos
Competidores
Mundiales**



**Nuevas tendencias del
desarrollo de las
Regiones
Aprovechar nuevos
asentamientos de
empresas y mercados
globales**

- **Cultura**
- **Organización político-social**
- **Distritos industriales, clústeres de empresas, los sistemas productivos locales**** *organizaciones de carácter territorial*
- **Redes*** Hoy hay mayor atención al fenómeno de redes “ Ej: Redes Innovadoras del Programa Marco de la unión Europea” VII-PM.

INNOVACION Y TERRITORIO COMO BASE DEL DESARROLLO TERRITORIAL : I+T





• 1. Competitividad Económica

- Mejora la eficiencia
- Diferenciación calidad, diseño, formas de comercialización
 - Inserción competitiva en mercados globales
 - Crecimiento sectores intensivos conocimiento

Bienestar En La Comunidad y Cohesion

- Maximiza las potencialidades de desarrollo socioeconómico de los territorios
- Mantenimiento, mayor demanda y calidad del empleo
 - Movilización y articulación de la sociedad

• Sostenibilidad Ambiental.

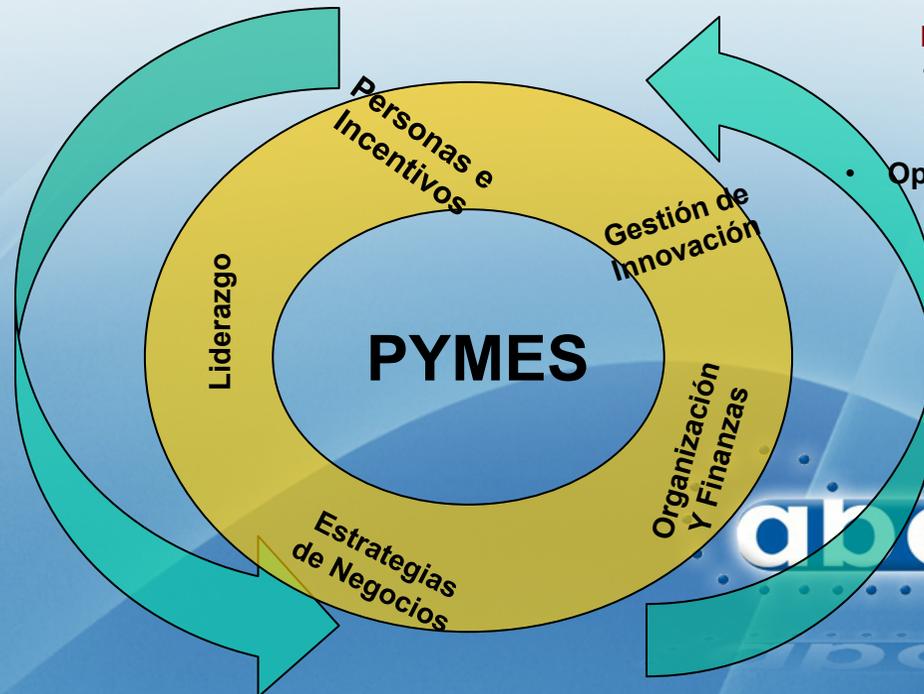
- Mejor aprovechamiento recursos
- Procesos limpios
 - Reducción de impactos

1. El Papel del Territorio: Empresas y Entornos Competitivos

- Para que una empresa CREZCA creando y sosteniendo ventajas competitivas, tener en cuenta dos aspectos: DENTRO DE LA PYME (competencias medulares, estrategia de negocios, mejora continua, gestión de innovación y aprendizaje) FUERA en su entorno, el cual se “ arraiga ” en el territorio.

FACTORES HABILITANTES

- Ambiente de negocios
- Educación y capacitación
 - Suelo, agua, energía
- Infraestructura habilitante
 - Conectividad digital
 - Otros bienes públicos,
 - Instituciones y políticas
- Sostenibilidad ambiental
 - Capital social



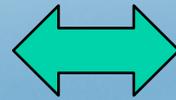
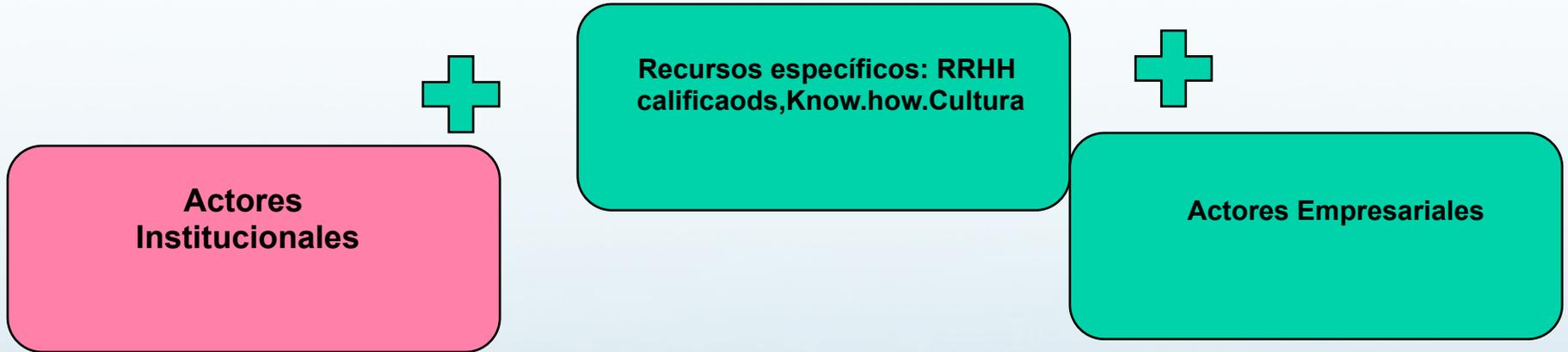
FACTORES MOVILIZADORES

- Oportunidades de mercado
 - Desafíos tecnológicos
 - Foco en el cliente
- Oportunidades y desafíos colectivos (redes, cadenas)
- Liderazgos locales
 - Talento local
- Instituciones y políticas



COMPONENTES DE LOS MEDIOS

INNOVADORES

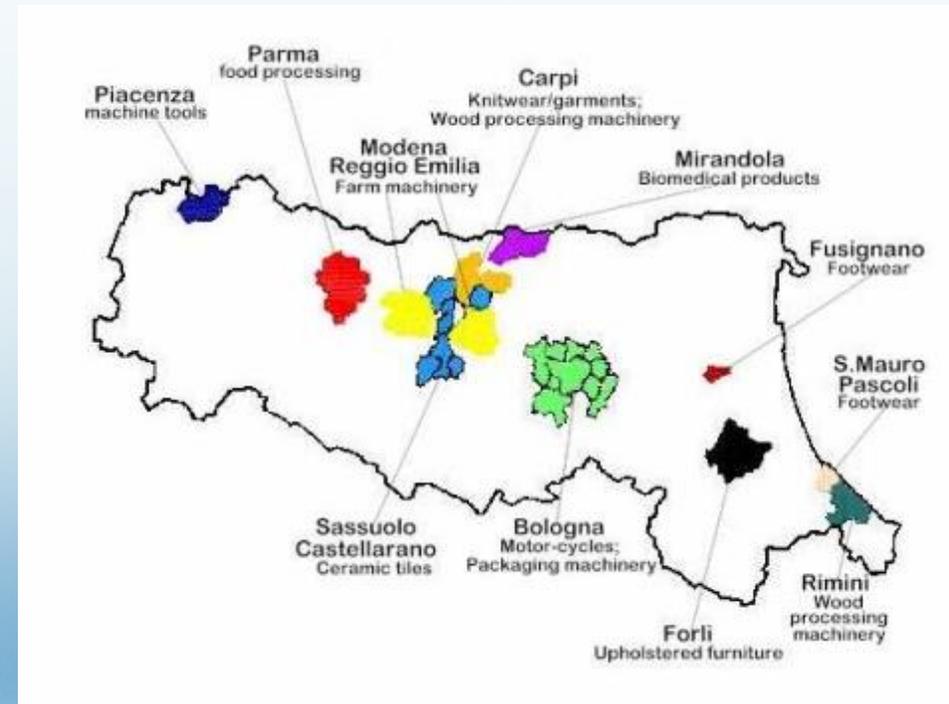


TERRITORIO / MEDIO INNOVADOR

FORTALECERLAS

SOLAS O JUNTAS?

PROPIO POR LO
PEQUEÑO DE LA
MYPYME y DE LA
PYME, SE HACE
NECESARIO
AGLOMERARLAS PARA
ENFRENTAR EL
PROCESO DE INTER-
NACIONALIZACION



PARA QUE SEAN ALTAMENTE COMPETITIVAS

COMO DEBE SER ESTA COMPETITIVIDAD EN ESTE CONTEXTO DE REGIÓN?

- 1. la Competitividad empresarial:** Que puede definirse como la capacidad que las empresas adquieren para asignar recursos de tal manera que sean capaces de aumentar sus cuotas de mercado.
- 2. la “Competitividad Territorial” :** entendiendo esta como la capacidad que tiene cada territorio de crear las condiciones atractivas, para que estén en grado de dar una imagen de ser un “ territorio favorable”, para que las empresas que compiten internacionalmente, se identifiquen en el y se sientan ayudadas a competir.

LOS TERRITORIOS SE VEN OBLIGADOS A INNOVAR HOY TANTO Y CUANTO MAS QUE LAS EMPRESAS

Marketing Territorial

Marketing Territorial: Una strategia que : Viene definido como un plan encaminado a diseñar acciones para la promoción económica de un territorio y que tiene gran relevancia como parte importante de la elaboración de una estrategia de desarrollo local en un cierto territorio, sea municipio o región.

Estrategia *QUE LE PERMITA “ VENDER” dicha REGION, PROMOVER sus VENTAJAS y sus ATRIBUTOS.*

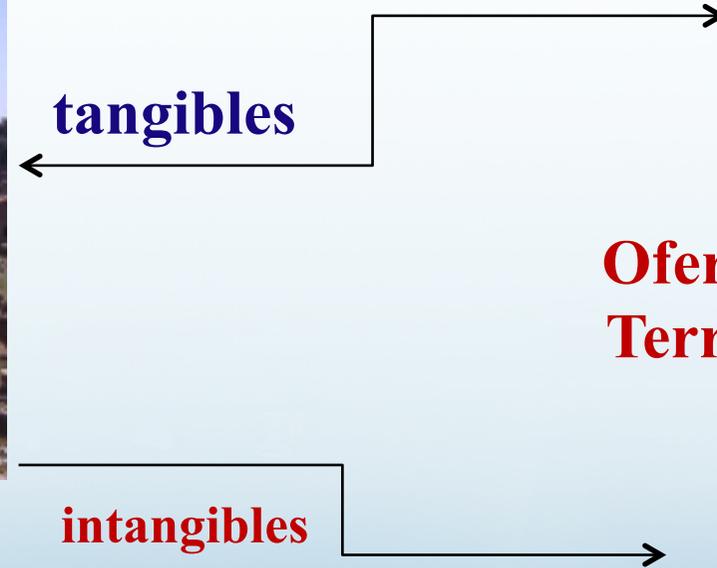
«vender el territorio»



**En este contexto de
VALORIZACION
no se trata ya de
VENDER O
PROMOVER UN
TERITORIO BAJO
LA LOGICA
INSTRUMENTAL
DE UN
PRODUCTO,
OCURRE YA EN
ESTE CASO**



- **Definir los nuevos modelos operativos y competitivos;**
 - **que se promueva la cultura de la competitividad y del desarrollo y de la modificación territorial que satisfaga nuevos requisitos de crecimiento, experimentando modelos operativos innovadores,**
 - **Que se favorezcan los lazos de interdependencia entre actores que operan con los circuitos nacionales e internacionales, con la Universidad, la investigación, la finanza y la producción.**



Los factores de atraktividad de un territorio que se deben considerar estrategicamente en una actividad de MKT, pueden ser:

- **La posición geográfica y las características morfológicas,**
- **Las infraestructuras y el patrimonio público e privado**
- **El sistema de los servicios e las características del mercado local**
- **Las formas externas y la estructura interna**
- **La composición y la disposición Urbanística**
- **El complejo de los servicios públicos, vías de comunicación y redes de TLC**
- **Áreas industriales**
- **El patrimonio inmobiliario público y privado;**
- **El Conjunto de los elementos distintivos de la cultura,**
- **El sistema productivo LOCAL**
- **La grandeza del mercado local**

INTANGIBLES

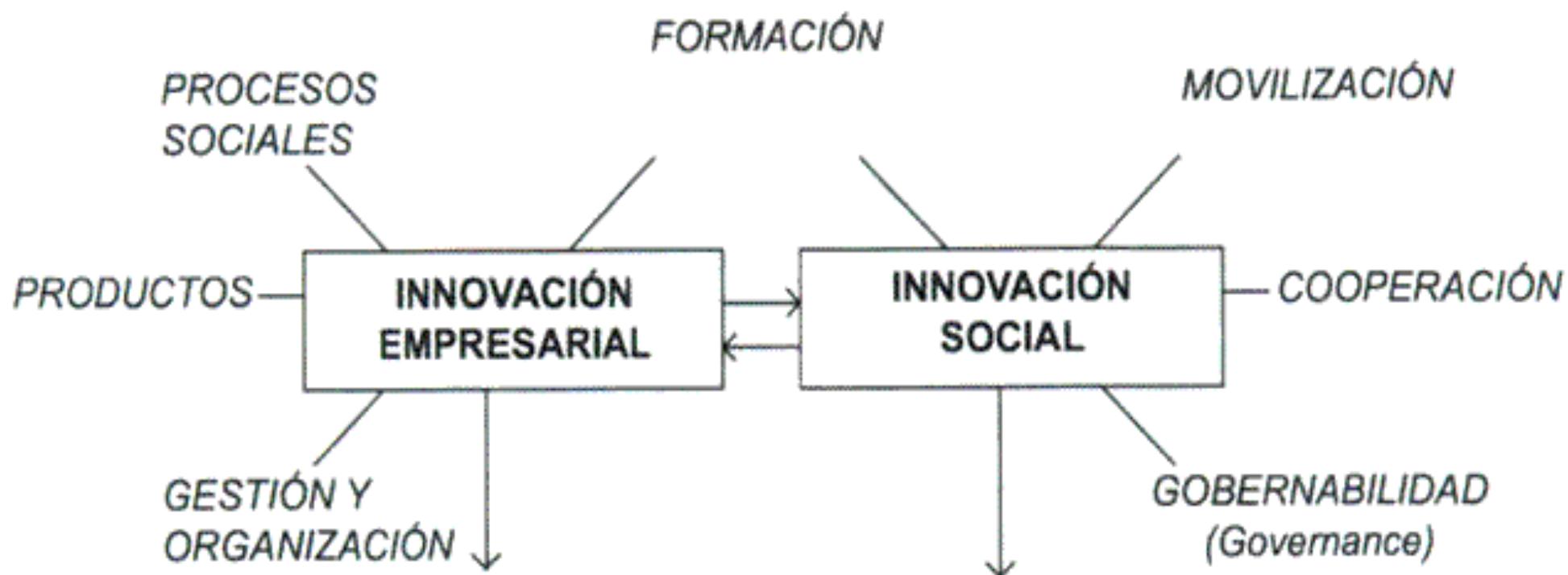
- El sistema de valores civiles y sociales
- El nivel de capacidad y La habilidad del sistema productivo local
- Los elementos cualitativos de la RRHH
- **La cantidad y eficacia de los intercambios culturales y economicos con los ambientes externos**
- La hegemonia economica y cultural
- **El grado de desarrollo social**
- El nivel del bienestar y su reparticion
- La eficacia de la justicia
- La eficiencia de la maquinaria administrtrativa.

LA INNOVACION : PRIMERA CONDICION PARA FORTALECER EL TERRITORIO

un territorio innovador se define **NO SOLO** por la presencia de un sistema productivo vinculado a una o varias actividades, en el que buena parte de las empresas existentes realizan esfuerzos en el plano de la innovación tecnológica.



Deben existir **NUEVAS FORMAS DE hacer** en el entorno que las circunda e incluir otros aspectos: Una Innovacion orientada hacia un desarrollo local integrado



EFFECTOS TANGIBLES

- Crecimiento económico y poblacional
- Competitividad territorial (eficiencia, calidad, etc.)
- Creación de nuevas empresas y empleos
- Buena inserción en mercados externos
- Mejora del capital físico (infraestructuras, etc.)

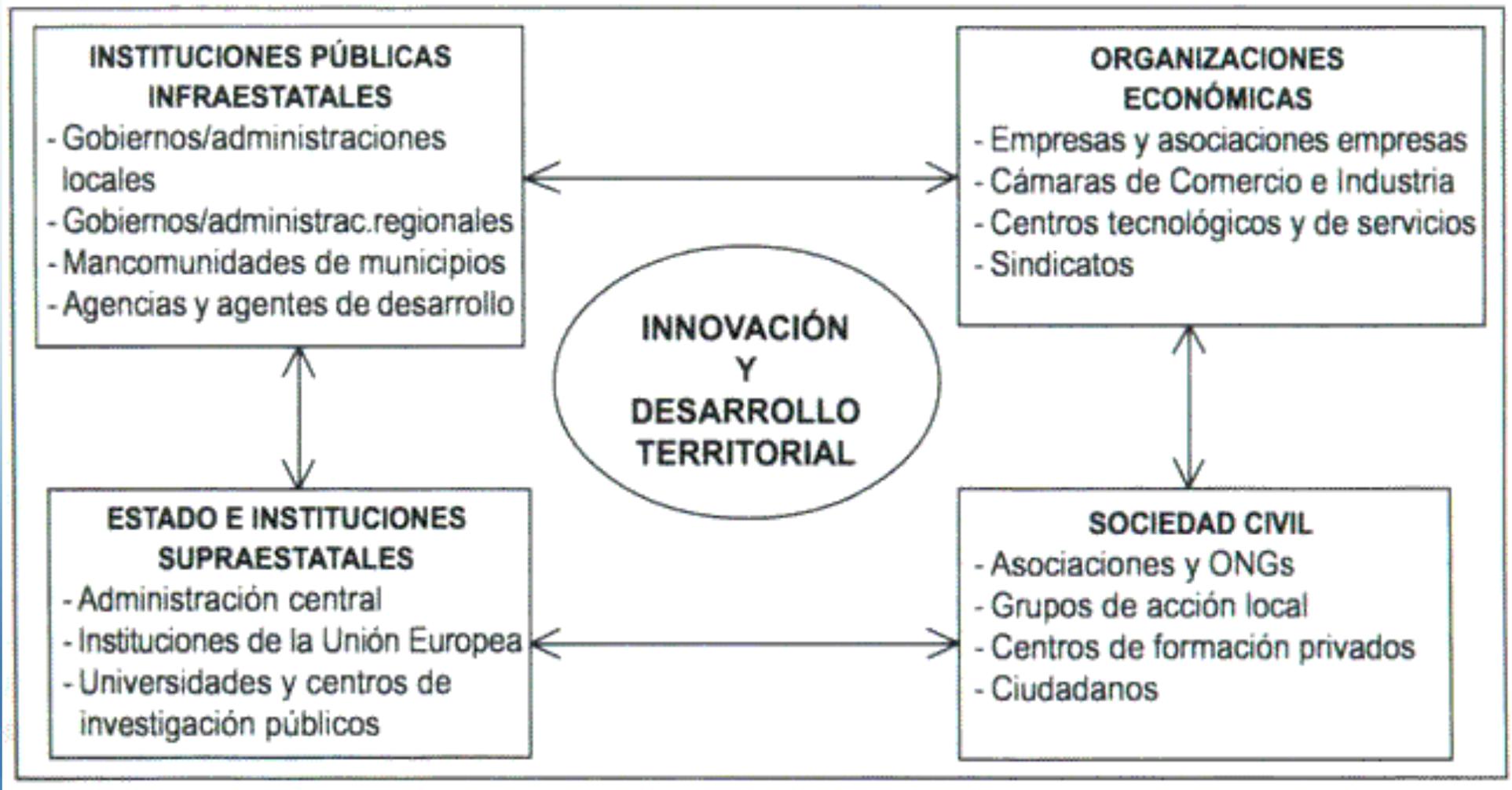
EFFECTOS INTANGIBLES

- Valorización del capital territorial
- Planeamiento/diagnóstico estratégico
- Surgimiento de iniciativas locales
- Bienestar y equidad social
- Mejora de calidad ambiental, etc.

INNOVACIÓN SOCIAL E INSTITUCIONAL.

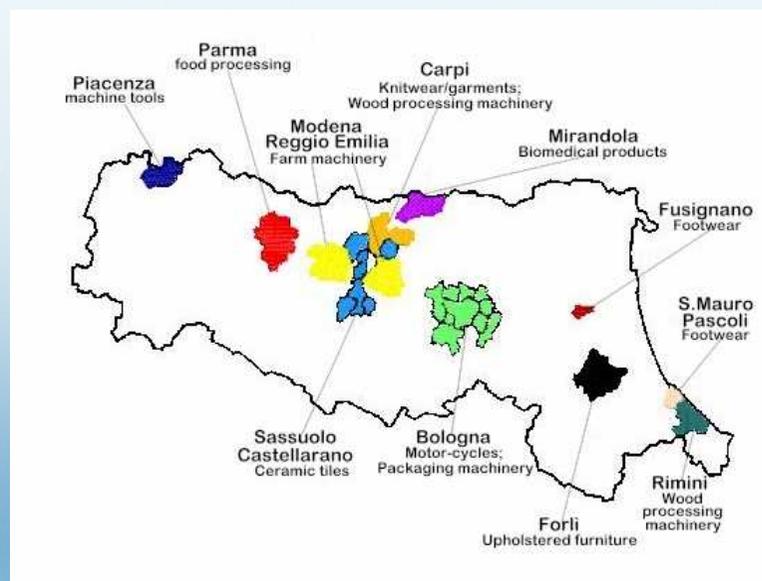


TIPOS DE ACTORES PARA LA INNOVACION TERRITORIAL



INNOVACION ORGANIZATIVA

SISTEMAS PRODUCTIVOS LOCALES (SPL)



DISTRITO VS CLUSTER

El distrito es una entidad socio-territorial caracterizada por la presencia simultánea activa, en un área territorial delimitada desde el punto de vista natural e históricamente determinada, de una comunidad de personas y de una población de empresas que tienden a interrelacionarse mutuamente .

- ❖ **Como vemos, el distrito enfatiza un desarrollo de tipo local y asigna un papel estratégico al agrupamiento de empresas y a la comunidad de personas.**
- ❖ **El territorio es considerado como un “lugar de vida” en el que se desarrolla la capacidad humana de producción y trabajo de una comunidad **RELEVANDO EL CAPITAL SOCIAL.****

DISTRITO VS CLUSTER

LOS CLUSTERS son concentraciones geográficas de empresas interconectadas, proveedores especializados, entidades suministradoras de servicios en actividades relacionadas e instituciones asociadas como universidades, asociaciones de comercio y otras (Porter).

- ❖ **EL CLUSTER** se centra en la búsqueda de las fuentes de ventajas competitivas de los agrupamientos sectoriales de empresas situados en diferentes lugares o territorios.
- ❖ Se trata de un modelo organizativo de redes de empresas e instituciones contextualizadas en un determinado ámbito geográfico.

El concepto del que parte Porter se encuentra representado por el *sector*, mientras que lo que cuenta en el distrito industrial es una trama indescifrable entre el perfil productivo *sectorial* y la sociedad local.

Porter utiliza el concepto del *espacio* (es decir, un dato natural), mientras que el distrito tiene que ver con el territorio, un concepto cercano al del «*paisaje culturizado*», en el que se distinguen lugares de concentración de una determinada producción y de una determinada sociedad dotada de sus propios caracteres peculiares.

- Porter habla de empresas sin hacer diferencias entre las pequeñas y las grandes,
- Mientras que la literatura de los distritos pone siempre de manifiesto el papel constituyente de la pequeña empresa.

- La dimensión que prevalece claramente en el análisis de Porter es la vertical (representada por la relación con los proveedores y con los compradores);

- En el modelo italiano, las relaciones verticales están consideradas a la par de las horizontales, mientras que la competencia y la cooperación llegan a formar un único todo simbiótico.

CLUSTER conjunto de grupos localizados de pequeñas, medianas y grandes empresas dedicadas a la producción que se integran recíprocamente, así como de universidades, centros de estudio, oficinas de proyectos y sistemas de formación técnico-profesional.



LA ELECCION ITALIANA INNOVADORA

Los Distritos Industriales

LA GLOBALIZACION: POSIBLES RESPUESTAS

- ❑ **COMPETIR INDIVIDUALMENTE**

- ❑ **COMPETIR ASOCIADAMENTE:**
CADENAS, MINICADENAS, CLUSTER,
CONSORCIOS

- ❑ **COMPETIR TERRITORIALMENTE:**
DISTRITOS INDUSTRIALES

FUNDAMENTOS DEL MODELO

BASE:	DESARROLLO ENDÓGENO A PARTIR DE LO LOCAL.
OBJETO:	MICROS, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS.
VISION:	RED INTERNACIONAL DE AGENCIAS / DISTRITOS.
ENFOQUE:	COMPETENCIA.
FORMA ORGANIZACION	DISTRITOS INDUSTRIALES.
METAS:	DESARROLLO SOCIOECONÓMICO INTEGRAL. PACTOS TERRITORIALES, AGENCIAS, DISTRITOS. INNOVACIÓN Y APRENDIZAJE PERMANENTE

EL POTENCIAL ENDOGENO como opción para el desarrollo local

El **potencial endógeno** de un territorio es el conjunto de **todos los recursos** de diferente naturaleza, que **se pueden aprovechar** para construir un desarrollo local **equitativo, sostenible y competitivo.**

DESARROLLO REGIONAL ENDOGENO

Es aquel que compromete las empresas en un **desarrollo continuo, crea identidad regional**

integra los agentes clave de la región en Agencias de base local, participando todos en el esfuerzo del desarrollo regional.

Ayuda a una **mayor autonomía** y menor dependencia externa y a preservar y desarrollar el medioambiente físico.

LOS DISTRITOS INDUSTRIALES

- ❖ Son la forma de organización territorial, *sectorial del modelo de desarrollo económico Italiano*, alrededor de una cadena de valor predominante.
- ❖ En él, las empresas no se conciben individualmente, sino como parte de una Red.
- ❖ Hay gran proximidad entre las empresas, la comunidad y las autoridades.
- ❖ Generan conciencia colectiva. Identidad. Cohesión social.

LOS DISTRITOS INDUSTRIALES

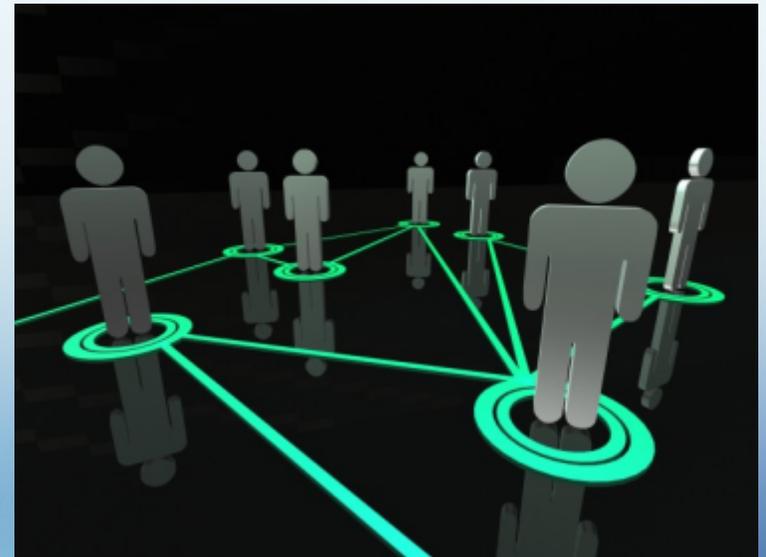
Caratteristiche Fundamentales

- Un área territorial claramente definida.
- Una alta aglomeración de empresas Mipymes.
- Una cadena de valor predominante.
- Engloba todos los procesos y servicios de una familia de productos.
- Predominio de la competencia.
- **Alta especialización e innovación**
- Flexibilidad de la producción.
- Facilidad de acceso a redes y expertos

EL DISTRITO COMO

MAQUINA SOCIAL PARA LA PRODUCCIÓN

El Distrito Industrial es una “**máquina social para la producción**”, que nace de una base de **valores y conocimientos** producidos por la **historia** y de un conjunto de **comportamientos comunes** presentes en un determinado territorio



STRUMENTO DE COMPETITIVIDAD

- El territorio es el nuevo competidor directo e indirecto en la globalización.
- En un territorio donde existe un Distrito, el tamaño deja de ser un límite para la Mipyme, debido a la facilidad de acceso a consorcios, subcontratos y servicios, disponibles en el territorio, así como a instituciones intermedias, tales como las Agencias de desarrollo Local.

CUAL ES LA META

A SEGUIR PARA FORTALECER EL TERRITORIO?

Optar por un **DESARROLLO INNOVADOR** integrado y sostenible del territorio, que permita aprovechar **todos los recursos disponibles** (económicos, sociales, culturales), involucrando **todos los actores** del territorio en un **proceso incluyente**.

MI CONCLUSION PARA COMPARTIR CON UDS

¡¡Antes de buscar para fortalecer las pymes para que enfrenten esta internacionalización y exporten hay que fortalecer los territorios!!

1. La presencia de actores comprometidos con la innovación no basta para lograr una inteligencia compartida a que tanto se alude en los últimos tiempos. Para intensificar los procesos de aprendizaje colectivo, se hace entonces necesario que los múltiples integrantes de los sistemas territoriales de innovación establezcan ciertas relaciones de cooperación para reforzar su capacidad de acción, lo que resulta especialmente cierto en espacios que padecen déficit estructurales en este sentido.

2. Hay que llegar a promover en le territorio la creación de *Redes sociales de cooperación para el fomento de la innovación territorial*

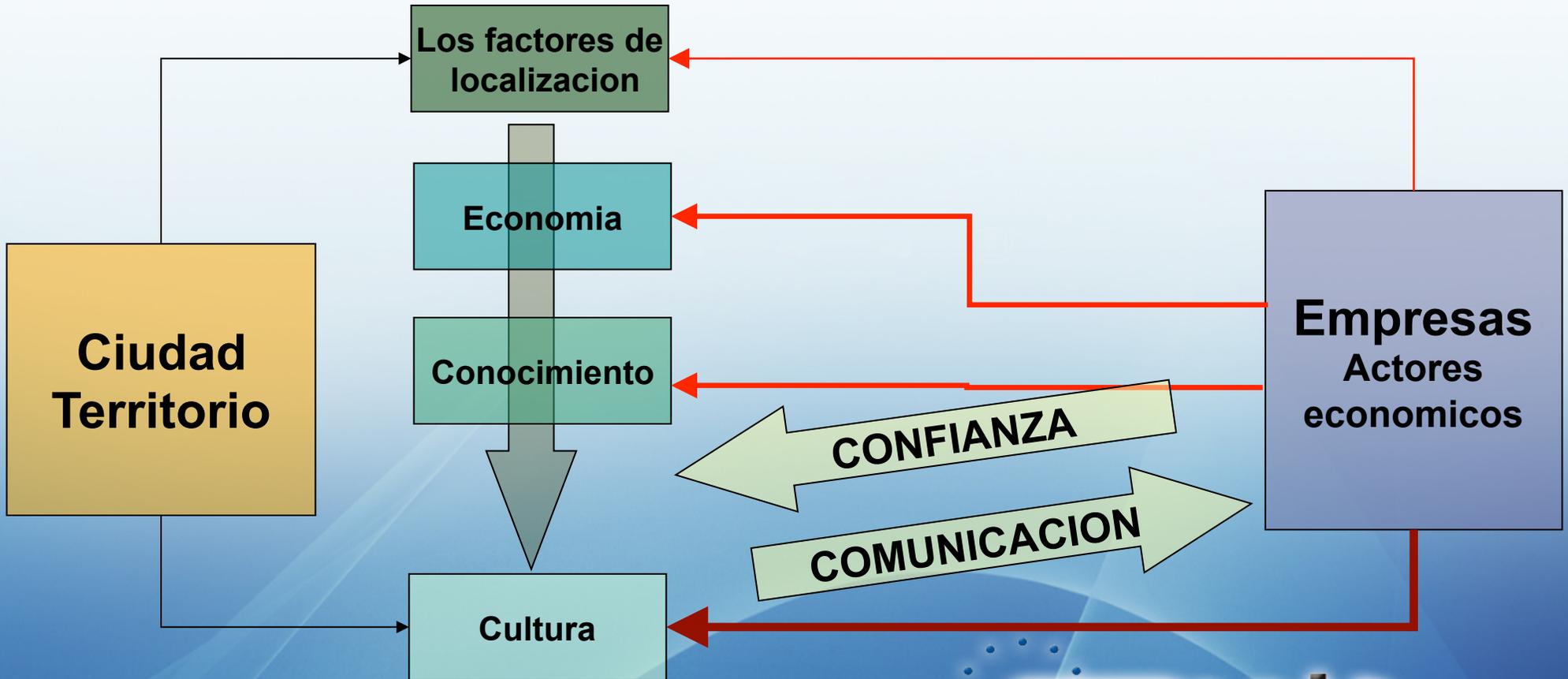
En cuanto el éxito de una empresa **ya no se relaciona sólo con el dinamismo del sector al que pertenece** y con una superior capacidad interna de inventar nuevas soluciones", sino que *"al lado de las relaciones económicas de producción, asumen un papel esencial las relaciones sociales de cooperación y la compenetración de las empresas en las redes de relaciones socioeconómicas que constituyen el sistema local, entendido como integrador versátil de conocimientos y organización"*.

3. No basta con que la gente del territorio este comprometida con la innovación para lograr esa inteligencia compartida a que tanto se alude en los últimos tiempos.

Para intensificar los procesos de aprendizaje colectivo es necesario que los múltiples integrantes de los sistemas territoriales de innovación establezcan ciertas relaciones de cooperación para reforzar su capacidad de acción, lo que resulta especialmente cierto en espacios que padecen déficits estructurales en este sentido.

4. La importancia del conocimiento y de los procesos de aprendizaje es un RECURSO de los territorios, de la innovación como estrategia de respuesta frente a los retos de la globalización, o de la creación de redes como forma de organización más adecuada para lograrlo

5. SABER COMUNICAR PARA ATRAER



6. CUAL ES EL ESCENARIO



7. FACTORES CRITICOS PARA

EL DESARROLLO

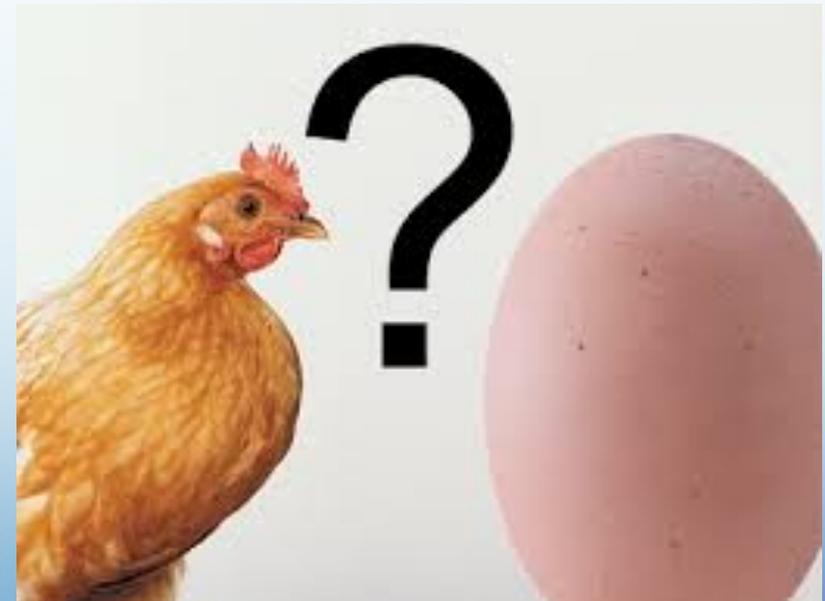


8. TENER PRESENTE LOS MINIMOS PARA EL DESARROLLO LOCAL

- ❖ **Existencia de recursos especificos, que no sean transferibles a otras areas;**
- ❖ **Existencia de una "logica de sistema"**
Existencia de una capacidad proyectual
- ❖ **(es decir que exista esa capacidad de respuesta a los retos externos)**

FORTALECER LAS PYMES

Para iniciar a fortalecer las pymes , hay que iniciar por abarcar no solo las estrategias que se adoptan para internacionalizarlas, hay entonces que iniciar por el refuerzo del entorno de las Pymes: **Valorizar el Territorio**



LAS PYMES

Esto porque las regiones o territorios, están iniciando a pensar cada vez mas en función de ser generadores de negocios, desarrollando, productos, mercados y clientes en otras palabras las regiones, los departamentos se están también comercializándose.

Lo que persigo con este enfoque que aquí planteo es dejar sentado como base al terminar mi presentación que para reforzar las pymes del territorio...

«Debe existir una relación entre las pymes y las ventajas que tiene el territorio asociadas a factores como la posesión de ciertos recursos naturales y según mi experiencia, es aquí el verdadero centro Innovador de las pymes para que esa innovación sea lo mas alta competitiva posible»

FORTALECER LAS PYMES?

Hay que enseñarlas a innovar
SOBRE LO QUE SE TIENE
EN EL TERRITORIO

A QUE SE DEBE TANTO INTERES!

Hoy el **desarrollo rural**, recobra en el mundo globalizado una importancia extrema, no solo por el elevado numero de territorios rurales que aun hay, sino por los recursos naturales; también porque son ellos quienes llevan la vital función de producción de alimentos, así como la reserva que son de las tradiciones culturales, patrimoniales y etnográficas.

**Por esto HOY SE HABLA TANTO DE
SER COMPETITIVOS, HOY SE
HABLA TANTO DE TERRITORIOS
SE HABLA TANTO COMO
“CONDICION “SINEQUANON” : LA
NECESIDAD DE “ FORTALECER”
LAS PYMES EN LOS TERRITORIOS”**

TERRITORIAL

Ser competitivo significa...

“poder llevar, aguantar el tren del mercado”.

Así pues, la competitividad territorial tiene a priori un sentido estrictamente económico. Pero, se podrá decir así mismo que ¿es competitivo un territorio que produce por ejemplo materias primas agrícolas muy baratas pero en condiciones sociales deplorables?

TERRITORIAL

**Un territorio, adquiere carácter
COMPETITIVO SOLO SI PUEDE
AFRONTAR LA COMPETENCIA DEL
MERCADO Y GARANTIZAR AL MISMO
TIEMPO LA VIABILIDAD
MEDIOAMBIENTAL, ECONÓMICA, SOCIAL
Y CULTURAL, aplicando lógicas de red y de
articulación interterritorial.**

TERRITORIAL

- ❑ Esta competitividad territorial supone conocer de antemano que hay en el territorio,
- ❑ la implicación de los agentes e instituciones,
- ❑ la integración de los sectores de actividad en una lógica de innovación; y **la selección y utilización de los instrumentos mas aptos a fortalecer las pymes de la región.**
- ❑ la cooperación de los otros territorios y la articulación con las políticas regionales, nacionales, internacionales y el contexto global.

OBJETIVO DEL PROYECTO **abcnet** Servizi per l'impresa

COMPETITIVO TERRITORIAL

- **La capacidad de valorizar su entorno,**
- **La capacidad de actuar juntos,**
- **La capacidad de crear vínculos entre sectores de tal modo que se mantenga en loco el máximo valor añadido,**
- **por último, de establecer relaciones con otros territorios y con el resto del mundo.**

Estas capacidades que debe desarrollar el territorio, serán a lo largo del sistema de fortalecimiento de las pymes un sostén enorme, sobre la cual unas buenas estrategias de internacionalización pueden tener éxito, entre otras porque estas capacidades forman lo que hoy se llama en el desarrollo rural **LAS 4 DIMENSIONES COMPETITIVAS**

TERRITORIO FORTALECIDO



PYMES COMPETITIVAS

EL PROCESO DE FORTALECER LAS PYMES EN SUS PROCESOS DE INTERNACIONALIZACIÓN no es desligado a los procesos del territorio, a mayor razón no es desligado **DEL PROCESO CULTURAL. Por eso existe una relación fuerte entre fortalecer las empresas para que compitan y lo que el territorio es capaz de generar para apoyar esos procesos.**

TERRITORIO

FORTALECIDO CUANDO SE FORTALECERAN PYMES

- Se dará un proceso **fuerte de fortalecimiento en las pymes si Y SOLO SI los sectores que la región ha identificado como sectores estratégicos, estén encuadrados en esta lógica de desarrollo rural**, donde tienen la mayor ventaja competitiva (capacidad de transformación), mas que la ventaja comparativa. (diferencia de costos)
- sepan adaptarse al entorno en que están ubicados y buscar mejores formas de operar en los territorios para aprovechar la evolución del comercio internacional.

**AHORA SI INICIAMOS A
RAZONAR EN TERMINOS
DE GESTIONAR
INNOVAR CREAR**

LA CREATIVIDAD TOPICOS EN EL TERRITORIO



igado Thank you Obrigado Thank you Gracias Grâ
ank Thank you Gracias Dank Thank you おかげで Obrigado
o Grâce Dank Grâce Dank Thank you
かげで Gracias Obrigado Dank Gracias Dank
ank you Grâce Dank Obrigado Grâce Obrig
râce Obrigado Gracias Thank you Gracias Thank you
rigado おかげで Thank you Gracias Thank you
Thank you Grâce Dank お
Grâce Dank Obrigado Thank you
Grâce Dank Grâce おかげで Grâce O
Thank you おかげで Obrigado おかげ
Dank Gracias Thank you Thank you Gracias Thank you Dan
おかげで Dank Gracias Dank Grâce
o Gracias Dank Obrigado Grâce Gracias Gracias Dank
ou Obrigado Thank you Dank Thank you Obrigado

GRAZIE