

## Acta del Panel Estratégico: INNOVACIÓN

Celebrada el 22 de octubre de 2010 a las 12.00 horas en la sala Riogordo del Centro Cívico de la Diputación de Málaga

### ASISTENTES:

**D. Felipe Romera Lubias**, Director del PTA. Presidente del Panel Estratégico sobre Innovación.

**D. Vicente Seguí Pérez**, Gerente de la Asociación MADECA.

**D. Francisco González Fajardo**, Director del Plan Estratégico Provincial.

**D. Rafael Ventura**, Profesor titular de Economía y Administración de Empresa de la Universidad de Málaga. Ponente y autor del dictamen junto con Antonio Padilla Meléndez, María Ángeles Rastrollo Horrillos, Julia Martín Armario, María José Quero Gervilla, Ana María Castillo Clavero, Max Hernández-Calvo, Fernando Marina Arganda. .

**D.ª Julia Martín Armario**, Profesora de Economía y Administración de Empresas de la Universidad de Málaga.

**D. José Luis Casado**, Colegio Oficial de Ingenieros de Telecomunicaciones.

**D. Sebastian Hevilla Ordóñez**, Gerente G.D.R. Valle del Guadalhorce.

**D.ª Patricia Iglesias Sánchez**, Técnica del Dpto. de Proyectos de la CEM.

**D. Miguel Ángel Sillero Palma**, Iniciativa Focus.

**D.ª Isabel Alba Fuerte**, Responsable de Comunicación de Roadmap.

**D. Alberto de Azevedo Hermida**, Coordinador de Andalucía Emprende.

**D. Manuel Díaz Rodríguez**, Catedrático ETSI Informática.

**D.ª Ana Fernández Osorio**, Directora Proyecto Lunar (Andalucía Emprende).

**D. José Antonio Jiménez García**, Jefe del Servicio de Telecomunicaciones de la Delegación de Innovación.

**D. Manuel Fernández Miguel**, Director Técnico del Instituto de Innovación para el Bienestar Ciudadano.

**D. Álvaro Simón de Blas**, Director General BIC Euronova. Centro Europeo de Empresas e Innovación.

**D. Max Hernández Calvo**, Investigador de la Facultad de Bellas Artes y Económicas.

**D.ª Ana María Castillo Clavero**, Catedrática en organización de empresas de la Escuela Universitaria de Empresariales.

**D. Francisco Javier González**, Director de la Unidad de Planificación Estratégica de la Diputación de Málaga.

**D. Francisco Pérez Bernal**, Economista de la Asociación MADECA.

**D.ª María del Mar González Vera**, Coordinadora de Gestión y Relaciones de la Asociación MADECA.

## ORDEN DEL DÍA:

### Inauguración de la Mesa.

D. Vicente Seguí, gerente de la asociación MADECA, da comienzo a la reunión agradeciendo la asistencia a todos los invitados, e informando que el dictamen sobre el que va a girar este panel ha sido realizado por Rafael Ventura. Así mismo, presenta a Felipe Romera como Presidente del Panel Estratégico y moderador del debate.

Francisco Fajardo, director del Plan Estratégico provincial, explica brevemente dónde se incluyen estos paneles sectoriales en la actualización del Plan Estratégico de la provincia.

### Presentación de las propuestas recogidas en el Dictamen sobre Innovación en la Provincia de Málaga

D. Rafael Ventura, autor del dictamen, agradece de nuevo la asistencia a los participantes del panel y comienza a explicar los objetivos estratégicos expuestos en el dictamen, las líneas estratégicas a seguir y los objetivos específicos según cada línea estratégica.

#### **OBJETIVO 1. UN SISTEMA DE TRANSFERENCIA Y APLICACIÓN DEL CONOCIMIENTO INTEGRADO Y DOTADO DE MECANISMOS PARA LA COOPERACIÓN**

##### **LÍNEA ESTRATÉGICA. GOBERNANZA DEL SISTEMA DE CONOCIMIENTO EN LA PROVINCIA.**

Objetivos específicos:

- Facilitar a las empresas y emprendedores la interacción y el acceso a la oferta de servicios de los agentes del Sistema Andaluz del Conocimiento en Málaga.
  - Promover espacios para la cooperación entre empresas, y centros de generación y divulgación del conocimiento.
  - Divulgar las buenas prácticas en transferencia del conocimiento.
- PLAN DE ACTUACIÓN. PROPUESTA DE UNA RED PROVINCIAL DE TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO

##### **LÍNEA ESTRATÉGICA. INFRAESTRUCTURAS DE APOYO AL EMPRENDEDOR**

Objetivos específicos:

- Mejorar la eficiencia de los recursos destinados por las distintas administraciones y agentes socioeconómicos al apoyo al emprendedor.
  - Procurar una oferta de servicios equilibrada para atender las necesidades del emprendedor en las diferentes fases del proceso de creación de empresas.
  - Facilitar las sinergias y prácticas colaborativas entre las distintas plataformas de apoyo al emprendedor.
- PLAN DE ACTUACIÓN. ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DEL MAPA DE RECURSOS PARA LA PERSONA EMPRENDEDORA EN LA PROVINCIA

##### **LÍNEA ESTRATÉGICA. AGRUPAMIENTOS DE EMPRESAS EN LA RED Y VINCULADOS EN BASE A RELACIONES DE COOPERACIÓN Y COMPETENCIA**

Objetivos específicos:

- Facilitar a las empresas espacios de colaboración que faciliten cambios en la cadena

de valor de los sectores económicos y procesos de innovación abierta.

- Facilitar la visibilidad de la actividad económica mediante el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

➤ PLAN DE ACTUACIÓN. POLÍGONOS 2.0

## **OBJETIVO 2. EL ACCESO DE LA INNOVACIÓN A MERCADOS EXTERIORES.**

### **LÍNEA ESTRATÉGICA. PROYECCIÓN INTERNACIONAL DE LA EMPRESA DE LA PROVINCIA**

Objetivos específicos:

- Potenciar la generación de un entorno empresarial multinacional propicio a la innovación, a través de la atracción de inversiones extranjeras con capacidad de generar innovación.
- Impulsar la generación internacional de innovación, apoyando la cooperación internacional con la búsqueda de socios, de conocimiento, etc.
- Favorecer la explotación y rentabilización internacional de las innovaciones, mediante el apoyo a la realización y actividades en el extranjero a través de la red de oficinas, ya sea mediante el servicio de información y asesoramiento, prospección internacional, y asistencia operativa en el extranjero.
- Incrementar el grado de apertura al exterior de las empresas malagueñas. Existe una excesiva concentración de las exportaciones en un número reducido de grandes empresas por lo que es necesario trabajar en una doble vía, de un parte incrementar el nº de empresas exportadoras en la provincia y, de otra consolidar la internacionalización de las que ya están trabajando en mercados exteriores.
- Contribuir a la diversificación de los sectores exportadores malagueños potenciando la internacionalización de los sectores innovadores en los que la provincia de Málaga muestra una de sus fortalezas.
- Fomentar la presencia de las empresas malagueñas en el mayor número de mercados posible prestando especial atención a los países emergentes con un grado de apertura por encima de la media europea, y consolidar la presencia en los mercados de ámbito europeo.

## **OBJETIVO 3. ADMINISTRACIÓN ELECTRÓNICA, ABIERTA Y TRANSPARENTE, Y AJUSTADA AL PRINCIPIO DE NEUTRALIDAD TECNOLÓGICA**

### **LÍNEA ESTRATÉGICA. ADMINISTRACIÓN ELECTRÓNICA, ABIERTA Y TRANSPARENTE.**

Objetivos específicos:

- Administración orientada al ciudadano, que crea servicios adecuados a sus necesidades y demandas, cómodos de utilizar, que evitan desplazamientos, consumen el mínimo tiempo posible, que sean accesibles por diversos canales durante las 24 horas del día y los 7 días de la semana, que le den respuesta rápida a sus gestiones, que le permitan informarse del estado del expediente durante toda la tramitación, que le garanticen la seguridad y la privacidad de sus datos, que le faciliten formular quejas y sugerencias y las atiendan con prontitud, y que le asegure las garantías jurídicas necesarias con respecto al fondo y a la forma de la tramitación.
- Administración colaborativa, integrada e interconectada. Las Administraciones públicas deben colaborar entre sí para un acceso común a todas sus gestiones, a todos los documentos y a todos los datos que tenga con las diversas Administraciones, ofreciendo el acceso a todos estos servicios e informaciones mediante múltiples canales integrados entre sí, de forma que los estándares de calidad de servicio sean equivalentes en cualquiera de los canales. Administración eficiente y de calidad.
- El desarrollo de la Administración electrónica tendrá por objeto mejorar la calidad de los servicios que presta a la ciudadanía, aportando el máximo valor con el mínimo coste. Para ello, el desarrollo de los servicios digitales se llevará a cabo de forma sistemática, de acuerdo con políticas y estrategias definidas, utilizando metodologías que tengan en cuenta todos los

factores relevantes para ello, involucrando a los empleados públicos y creando el clima organizativo que les permita aportar lo mejor de su talento y de su creatividad, estableciendo estándares que normalicen los procesos y faciliten su digitalización, y compartiendo las infraestructuras y los servicios tecnológicos.

- PLAN DE ACTUACIÓN. IMPLANTACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN ELECTRÓNICA
- PLAN DE ACTUACIÓN. INFORMACIÓN PÚBLICA ACCESIBLE PARA SU RE-UTILIZACIÓN
- PLAN DE ACTUACIÓN. IDEAGORAS AL SERVICIO DE LA ADMINISTRACIÓN LOCAL

#### **LÍNEA ESTRATÉGICA. SOFTWARE LIBRE EN LAS ADMINISTRACIONES**

Objetivos específicos:

- La adopción del software libre como estrategia, permite, además de garantizar la utilización de estándares abiertos, aumentar las capacidades en cuanto a conocimiento libre y generar tejido empresarial en el entorno local.

### **OBJETIVO 4. SOSTENIBILIDAD SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL**

#### **LÍNEA ESTRATÉGICA. MÁLAGA TERRITORIO SOCIALMENTE RESPONSABLE.**

Objetivos específicos:

- Vincular la imagen de la provincia a los Territorios Socialmente Responsables.
- Desarrollar el Acuerdo Provincial de RS y dotarlo de consenso político.
- Desplazar el esfuerzo y liderazgo actual desde las administraciones públicas a las empresas
- PLAN DE ACTUACIÓN. SISTEMA DE INDICADORES PARA LA EVALUACIÓN DE LAS POLÍTICAS DE RSC EN LOS MUNICIPIOS

#### **LÍNEA ESTRATÉGICA. NUEVOS ESPACIOS DE INNOVACIÓN SOCIAL.**

Objetivos específicos:

- Fomentar modelos de innovación que parten del conocimiento de los ciudadanos.
- Aprovechar el potencial creativo de la población para la emergencia de nuevas soluciones a problemas de naturaleza social y medioambiental.
- Desarrollar propuestas de carácter colaborativo que mejoren las soluciones ofrecidas desde la administración.
- Potenciar y dar soporte a la figura del emprendedor social.
- PLAN DE ACTUACIÓN. IDENTIFICACIÓN DE NUEVOS ÁMBITOS PARA EL DESARROLLO DE ESPACIOS DE INNOVACIÓN SOCIAL EN LA PROVINCIA

#### **LÍNEA ESTRATÉGICA. POBLACIÓN CONECTADA A LAS NUEVAS INFRAESTRUCTURAS.**

Objetivos específicos:

- Reducir el nivel de riesgo de brecha digital en la provincia que se presenta según las variables formación, nivel de renta y tamaño de los municipios.
- Mejorar el nivel de capacitación de la población en relación a las nuevas tecnologías.
- Incrementar la calidad y cobertura de las infraestructuras de telecomunicación en la provincia.
- PLAN DE ACTUACIÓN. PLANIFICACIÓN Y DISEÑO DE INICIATIVAS MUNICIPALES O A NIVEL DE COMARCA MEJORAR EL NIVEL DE DOTACIÓN DE INFRAESTRUCTURAS DE TELECOMUNICACIONES

## Ronda de Intervenciones de los/las expertos/as asistentes a la Mesa.

*D. Felipe Romera Lubias, Director del PTA.*

Abre el debate afirmando que la innovación empresarial en Málaga está bastante mal, al igual que en toda la provincia.

**La internalización** va muy ligada hoy en día a la innovación, por tanto, **la Cámara de Comercio es un gran instrumento en este sentido.**

Invertir en cooperación es casi gratis, algo bastante cómodo en estos momentos, y con ello, se consigue llegar a un consenso que mejore la situación empresarial.

Necesitamos un instrumento de transformación del territorio para cambiar de color, **debemos crear una cultura hacia la innovación, concienciar a la ciudadanía sobre este tema.**

**Málaga es un ejemplo de esto gracias a la creación de empresas en incubadoras.** Esto sugiere que cualquier territorio puede tener una incubadora, Málaga es un aliciente para estos sitios.

El dictamen está muy completo pero creo que habría que simplificarlo. En vez de tener 40 acciones, debería tener 4 apuestas fuertes, para que sea más probable su cumplimiento.

Ahora es un buen momento para la innovación, hay menos que perder.

*D. Álvaro Simón de Blas, Director General BIC Euronova. Centro Europeo de Empresas e Innovación.*

Considera que no valoramos lo que tenemos. Málaga es una provincia de referencia, gracias al asentamiento de algunas sedes como es el caso de BIC Euronova.

Otro punto que nos permite ser positivos es que algunas empresas, como por ejemplo Novasoft, que están en el Parque Tecnológico, han sido premiadas por su calidad industrial, son de Málaga y son jóvenes, por tanto, **hay que poner en valor lo que tenemos**, que es mucho.

Recuerda que él está hablando de innovación empresarial, porque es lo que mejor conoce, y cree que no está tan mal, simplemente hay que ponerlo en valor.

Desde su punto de vista habría que **hacer más hincapié en la consolidación de empresas en vez de la creación.** Y al igual que Felipe Romera cree que es mejor tener 3 propuestas que 30, para tener planes estratégicos que puedan ser cumplidos.

*D. Miguel Ángel Sillero Palma, Iniciativa Focus.*

Comenta que el concepto de empresa está cambiando. Twitter por ejemplo sólo tiene 22 empleados, ya **no hace falta un gasto excesivo en recursos humanos para obtener grandes resultados financieros.**

**Tenemos un exceso de información no demandada**, hay que restarle protagonismo a los entes sociales y darle más importancia a las empresas.

Además, no nos creemos ser innovadores. Para que una agencia te apruebe algo no hace falta 3000 folios que no sirven, sino una buena idea.

Así mismo, **la idea del funcionario es más perjudicial** que la falta de solvencia.

\* En el apartado de Observaciones, recalcó los siguientes puntos:

- A nivel de organismos:

Saturación de oferta, falta de claridad, formación no adaptada, subvenciones no adaptadas a la necesidad, limitación en la transferencia tecnológica, descoordinación de los entes, técnicos adaptados...

- A nivel de empresa:

Falta de financiación para ideas en defecto de proyectos, poco apoyo institucional a la producción autóctona, falta de coordinación, eliminación de la cultura del funcionario, formación conceptual (basta ya de formación en base a créditos), vender más las empresas que los organismos...

*D. José Luis Casado, Colegio Oficial de Ingenieros de Telecomunicaciones.*

Opina que es muy necesario el tema de cooperación. Es verdad que existen muchas empresas innovadoras, pero el paso para convertirse en emprendedoras no lo dan porque hay una gran tutela con cursos, seminarios... El paso emprendedor supone jugarte el dinero, y ese miedo a perder es grandísimo. EL problema no es fracasar, ya que muy pocas fracasan, sino que hay muy pocas empresas que crecen. Por tanto, **hay una excesiva tutela**. Además, no sólo existe un problema a la hora de que empresas malagueñas lleguen al extranjero, es que ni siquiera salen de Andalucía.

\* En el apartado de Observaciones, recalcó el siguiente punto:

“Debe adaptarse el informe y los planes de acción a la provincia de Málaga.”

*D. Sebastian Hevilla Ordóñez, Gerente G.D.R. Valle del Guadalhorce.*

Cree que el gran error es que hay 500 entidades en el territorio separadas y descoordinadas. Cada entidad quiere tener el mayor número de visitas a su Web, es su forma de competir, por eso no se ayudan unas a otras. Lo importante es **materializar las iniciativas, cooperar y flexibilizar**.

\* En el apartado de Observaciones, recalcó los siguientes puntos:

- Hace falta concretar y traducir todo lo referente a la innovación a la población malagueña y adaptándolo a sus realidades, lenguajes.
- Coordinación real, dando ejemplo de escucha activa y coordinación entre las administraciones.
- Las nuevas tecnologías son para nosotros una herramienta.

*D. Manuel Fernández Miguel, Director Técnico del Instituto de Innovación para el Bienestar Ciudadano.*

Quiere matizar 4 puntos del estudio:

- **Red 2.0:** es muy importante diferenciar entre redes lúdicas y profesionales, porque un perfil en Facebook no se toma de igual manera que en una **red profesional**.
- **Innovación abierta:** las empresas deben incorporar el sentido de innovación abierta, el pensar que pueden **compartir una idea que no les sea útil**. De esta manera, las empresas en vez de dejar que la idea muera en el cajón del escritorio pueden hacer que otra sí la desarrolle y beneficiarse de esa cooperación.
- **Financiación pública:** existen muchos programas pero las empresas no tiene tiempo para ponerse a mirar el **BOJA o el BOE**, por ello sería conveniente que se **creará un ente que facilitará este trabajo** a las empresas.
- **Innovación en internalización:** se ve la internalización sólo como una forma de vender. Deberíamos cambiar esta visión y **aprender sobre nuevas formas de financiación**.

*D.<sup>a</sup> Patricia Iglesias Sánchez, Técnica del Dpto. de Proyectos de la CEM.*

Opina que exceptuando el PTA, UMA o BIC el **nivel de innovación es bastante reducido**, hay pocas empresas y no hay infraestructuras.

Hay mucha población malagueña que ni siquiera se conecta diariamente a Internet.

Lo más importante (más aún que tener una infraestructura empresarial) es **hacer planes de sensibilización, para que los empresarios lo vean como una cultura de trabajo y no como un fin**.

*D. Vicente Seguí Pérez, Gerente de la Asociación MADECA.*

Innovación es un concepto muy amplio, y no sólo es tecnología. Si no producimos un entorno innovador seguiremos hablando de lo mismo, y el mundo del territorio en general necesita un terreno innovador.

Sin cooperación no hay innovación.

*D.<sup>a</sup> Ana Fernández Osorio, Directora Proyecto Lunar (Andalucía Emprende).*

Rasalta varios puntos del plan de acción:

- **Málaga sufre una fuga de cerebros** por la falta de algunos planes de estudios.
- **Existe una escasez de mercado**, por ello es tan importante la cultura en las empresas.
- Es necesario una **formación continua en ámbitos de la cultura**.

\* En el apartado de Observaciones, recalco los siguientes puntos:

- Cooperación mediante la innovación abierta
- Comercializar productos creativos
- Apropiación del término: "Emprendimiento"
- Fuerza de concentración (Richard Florida)

- Generación de redes
- Perfil empresarial cultural
- Reactivación económica a través de la cultura
- Activación del “Living Labs”

*D. Alberto de Azevedo Hermida, Coordinador de Andalucía Emprende.*

Considera que no nos ponemos en valor, elaboramos buenos productos y servicios pero no sabemos venderlo. **No todo es coordinación sino también saber vender.**

Adaptamos nuestras políticas públicas a las necesidades, pero cuando **informamos a los ciudadanos de los servicios** existentes debemos tener en cuenta que **debes tenerlos actualizados.**

Se debería **mejorar el listado de servicios públicos** porque no están puestos ni en orden alfabético, parece que han sido introducidos a trompicones.

También resalta la importancia de la coordinación y colaboración.

\* En el apartado de Observaciones, recalcó el siguiente punto:

Continuar trabajando en la identificación de todos los actores para trabajar en las distintas líneas estratégicas para actuar sobre acciones y actuaciones concretas. Poner en valor el trabajo que se desarrolla en la en la provincia y los logros que se van desarrollando así como la nueva estrategia.

*D.ª Isabel Alba Fuerte, Responsable de Comunicación de Roadmap.*

Comenta que hay que procurar que las empresas introduzcan la innovación en su gestión.

Es importante que el **dictamen incluya puntos sobre Responsabilidad Social Corporativa (RSC)**, porque es un elemento que no está asentado en las empresas. Es un valor intangible que hay que promover. En este sentido, el papel de las instituciones debería ser dar a conocer y promover la RSC, porque eso también en innovación.

Debemos **incidir en campañas de sensibilización en este ámbito.**

No podemos crear una empresa de éxito en una sociedad fracasada.

\* En el apartado de Observaciones, recalcó el siguiente punto:

“Todavía el debate gira en exceso sobre el binomio innovación-tecnología y se centra en la innovación de productos y no en la gestión. No obstante, la línea estratégica 4.4.2 va muy en la línea de esto. Quizás habría que incidir en la sensibilización sobre Responsabilidad Social Empresarial.”



*D. Francisco González Fajardo, Director del Plan Estratégico Provincial.*

No me preocupa tanto el número de proyectos, sino que algunos proyectos puedan ser válidos tanto para Málaga, como para Sevilla o Córdoba.

La innovación no es un fin en sí mismo, sino que está al servicio de algo. Tenemos que **ver la realidad de Málaga y ver que diferencias existen con otras zonas**, porque eso es lo que nos interesa para el Plan Estratégico. Tenemos que **concretar los proyectos para que éstos se puedan ejecutar**.

*D. Rafael Ventura, Profesor titular de Economía y Administración de Empresa de la Universidad de Málaga.*

Con respecto al Plan de Actuaciones, decir que, tenemos un gran número de propuestas y proyectos para que MADECA luego pueda cribar ese listado.

Es verdad que esos proyectos habrá que desarrollarlos más, y definir planes que sean específicos para la provincia de Málaga, pero también es verdad que Málaga necesita lo mismo que otras provincias.

También es cierto, que hay que poner en valor esos mecanismos de cooperación.

Sobre lo que comentó Manuel Fernández de la red 2.0, decir que se creará en entornos específicos para poner a la gente del mismo sector en contacto.

D. Vicente Seguí, Gerente de la asociación MADECA.

Recuerda que este panel no tiene porque terminar en este encuentro, todos los invitados podrán dejar sus comentarios acerca de este tema en el “banco de ideas” habilitado por MADECA en la página Web de la asociación.

*D. Felipe Romera, Director del PTA. En calidad de presidente del panel.*

Da por concluido el debate, agradeciendo a los asistentes su participación.