



Ayuntamiento de Elche

El Territorio como fuente de innovación

Francisco Mas Verdú

Universitat Politècnica de València

27 de mayo de 2014

EL TERRITORIO como SISTEMA de INNOVACIÓN

ENTORNOS

ENTORNO CIENTÍFICO

Universidades
Centros Públicos de
Investigación

ENTORNO TECNOLÓGICO y de SERVICIOS AVANZADOS

Centros Tecnológicos,
consultorías, ingenierías, etc.

ENTORNO PRODUCTIVO

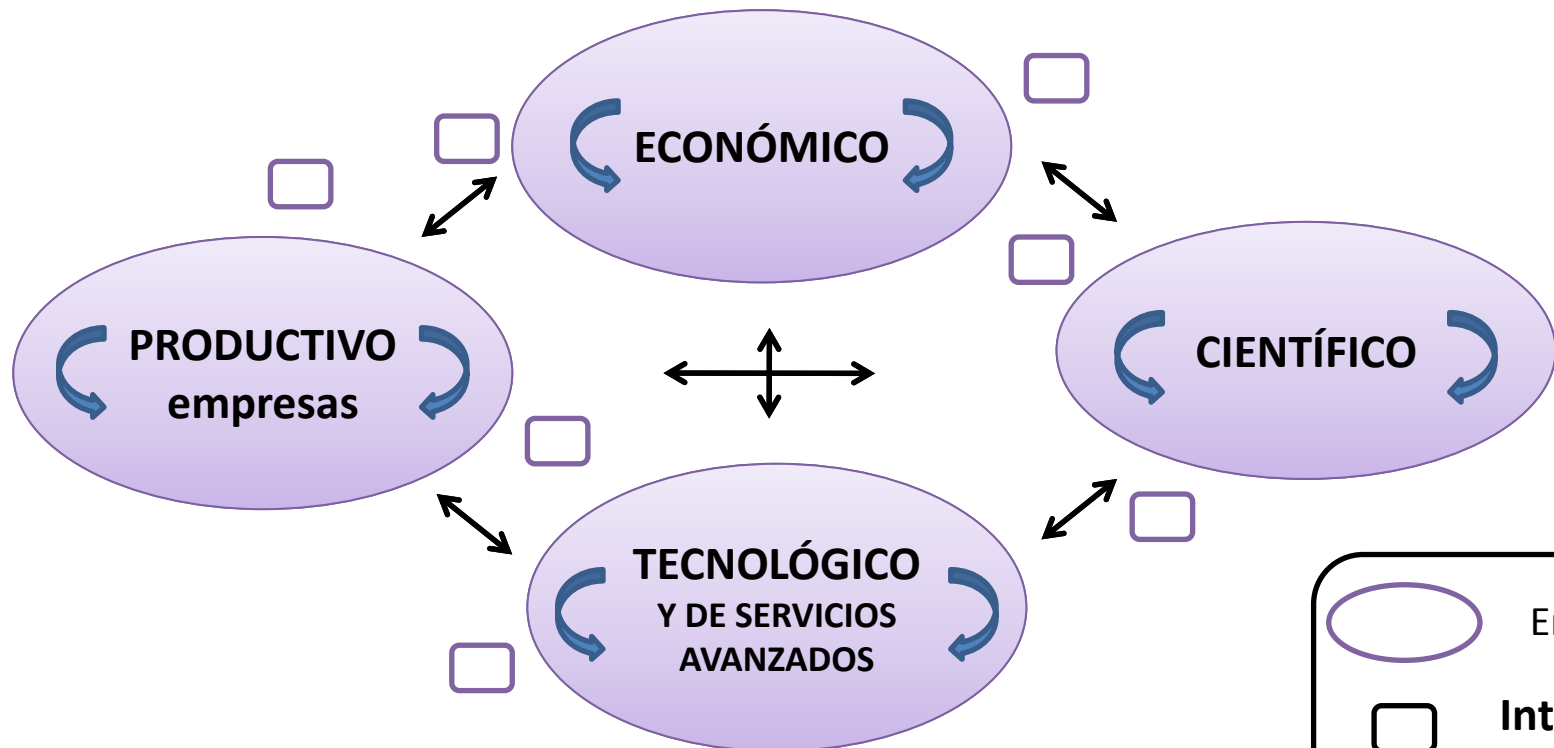
Empresas

ENTORNO ECONÓMICO-FINANCIERO

Administraciones
Entidades financieras

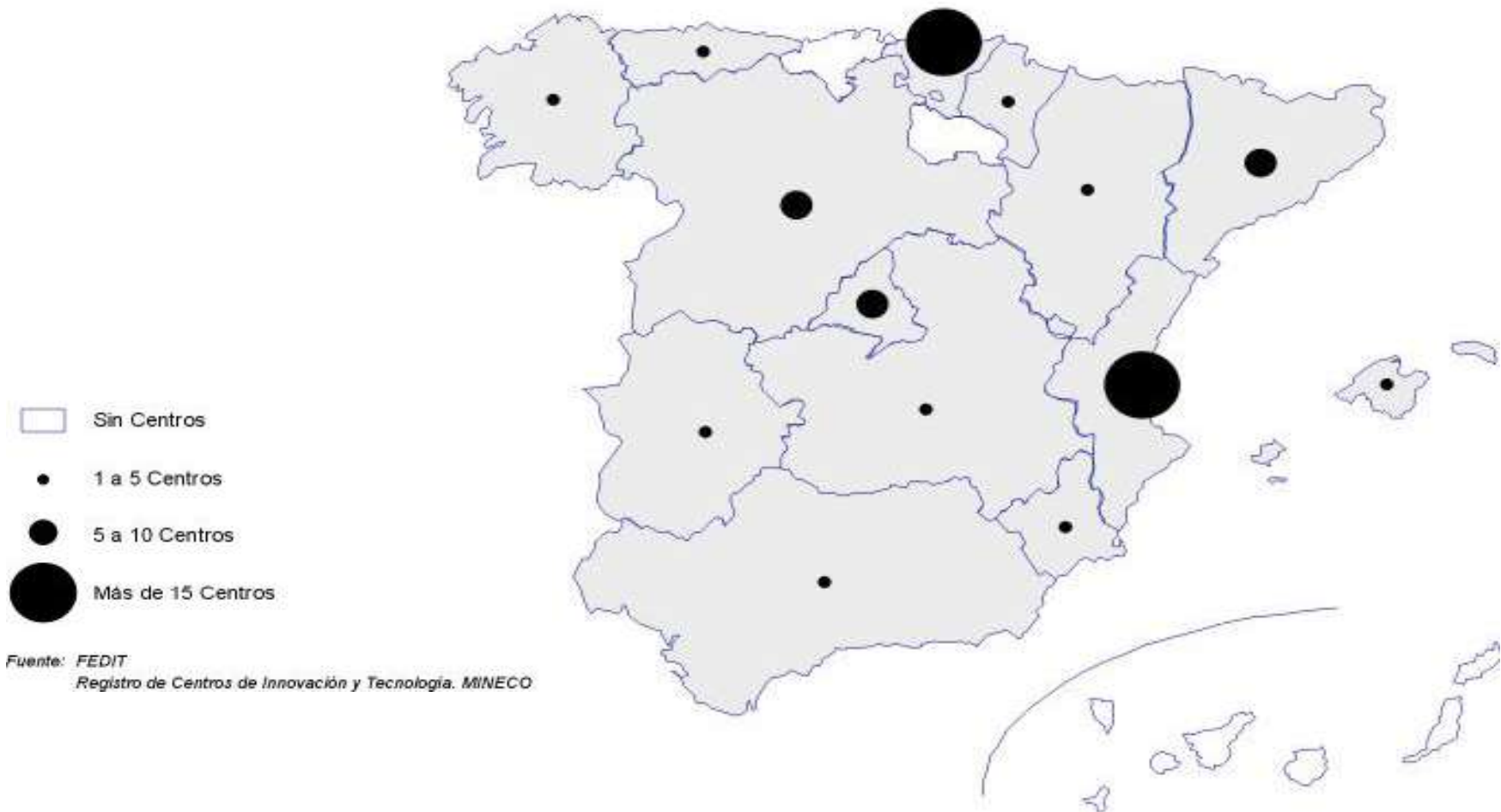
EL TERRITORIO como SISTEMA de INNOVACIÓN

**Marco institucional legal
ENTORNOS**



- **Los CENTROS TECNOLÓGICOS**

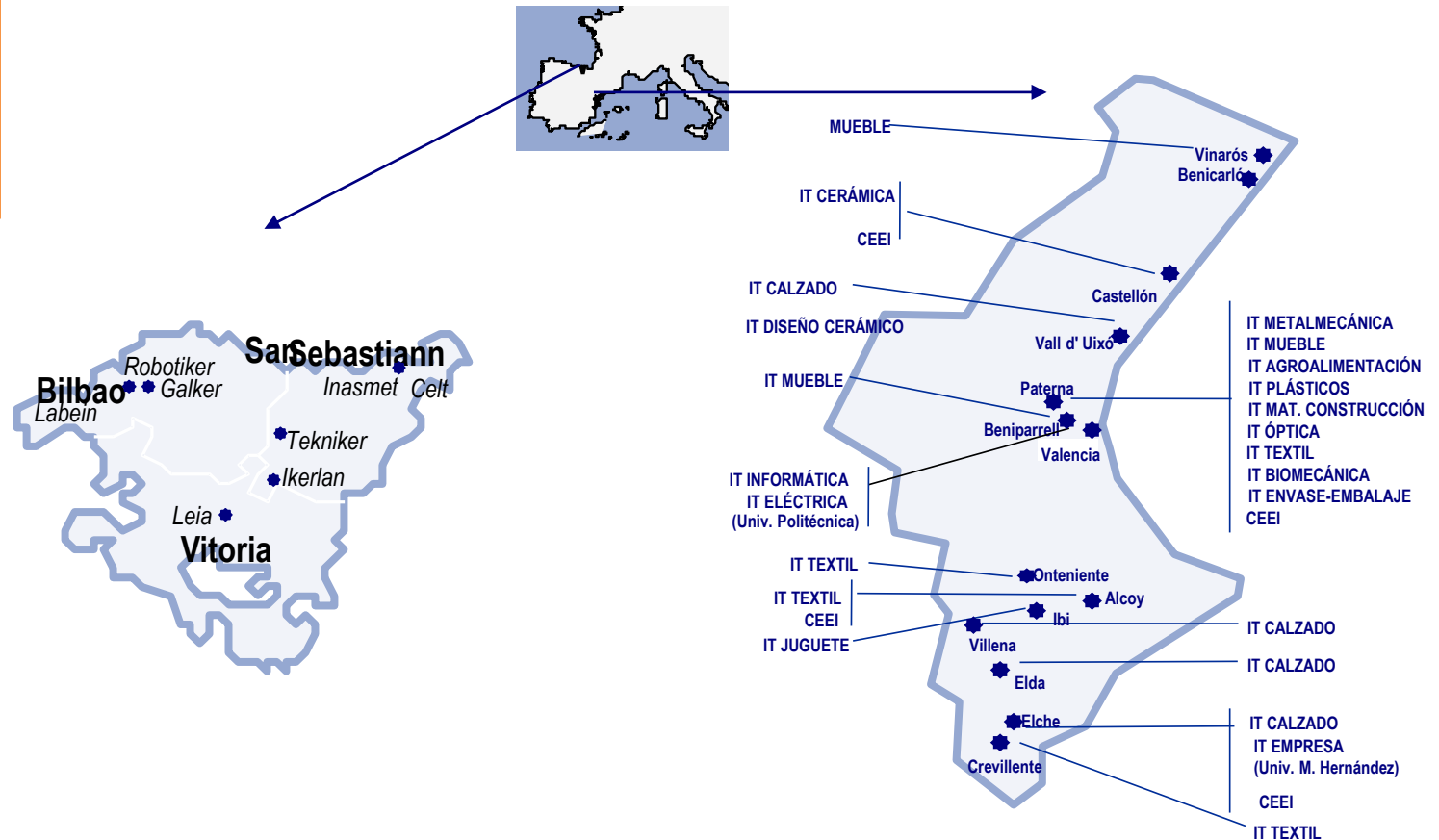
Centros Tecnológicos



CARACTERÍSTICAS de los CENTROS TECNOLÓGICOS en ESPAÑA

DESCENTRALIZACIÓN

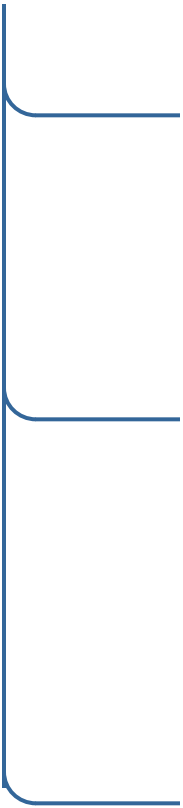
- Proximidad
- Interacción
- Confianza



Institutos Tecnológicos: Servicios que prestan (I)

- **TECNOLOGÍA**
 - Transferencia de Tecnología
 - Proyectos de I+D
 - Plantas experimentales en nuevas tecnologías
- **ASESORAMIENTO TÉCNICO**
 - Sobre materiales y materias primas, procesos, producto, maquinaria, automatización, CAD/CAM, Ahorro energético, Medio ambiente, etc.
- **CALIDAD INDUSTRIAL**
 - Ensayos y análisis de laboratorio
 - Diagnóstico y control de calidad
 - Normalización, Certificación, Homologación

Institutos Tecnológicos: Servicios que prestan (II)

- 
- DISEÑO
 - Asesoramiento e Información
 - Servicios de CAD/CAM
 - FORMACIÓN
 - Especialización
 - Reciclaje
 - Cursos a medida para empresas
 - INFORMACIÓN
 - Documentación
 - Publicaciones
 - Actos informativos

- **Centro Tecnológico del CALZADO: INESCOP**

El TERRITORIO como SISTEMA de INNOVACIÓN



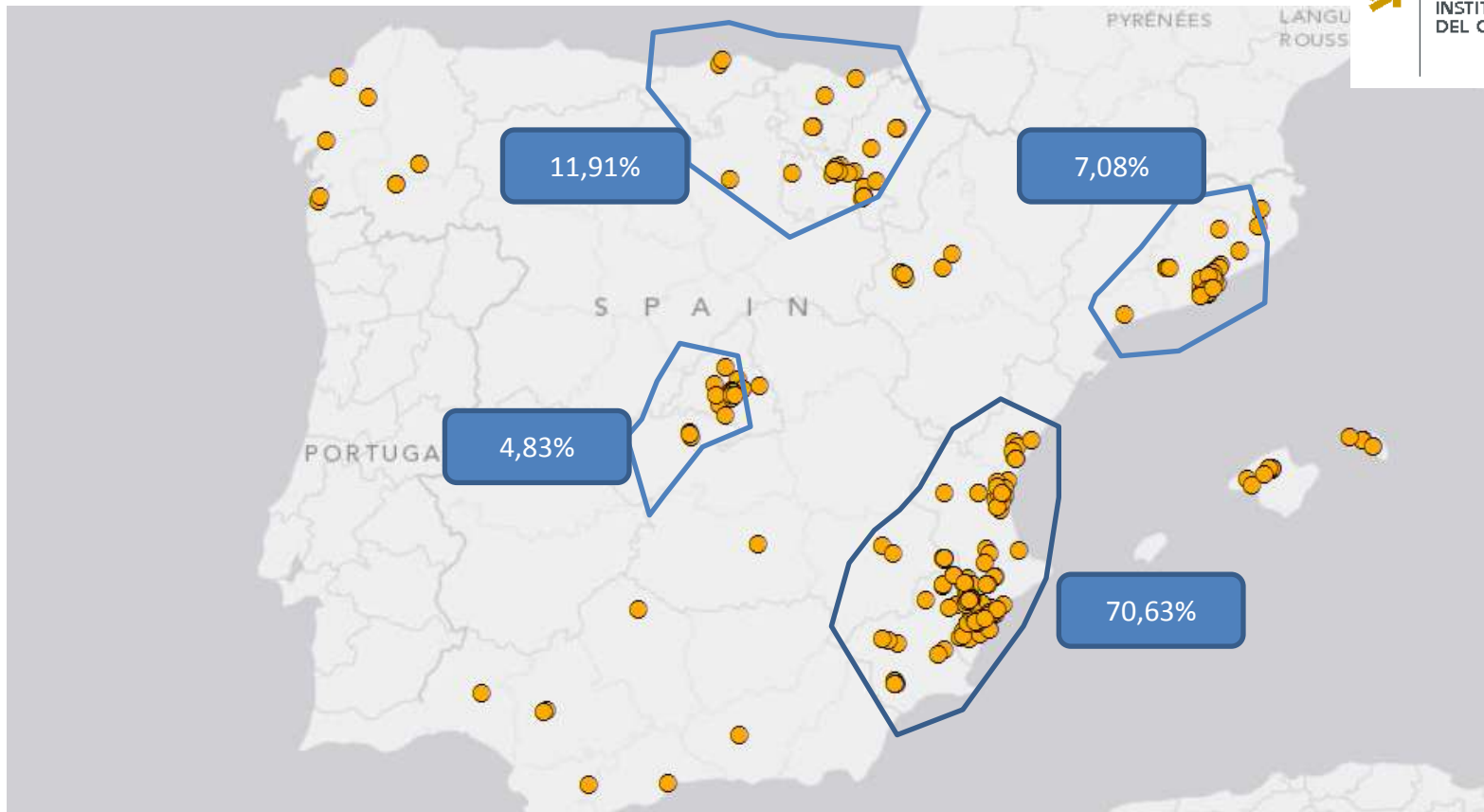
INESCOP
INSTITUTO TECNOLÓGICO
DEL CALZADO Y CONEXAS

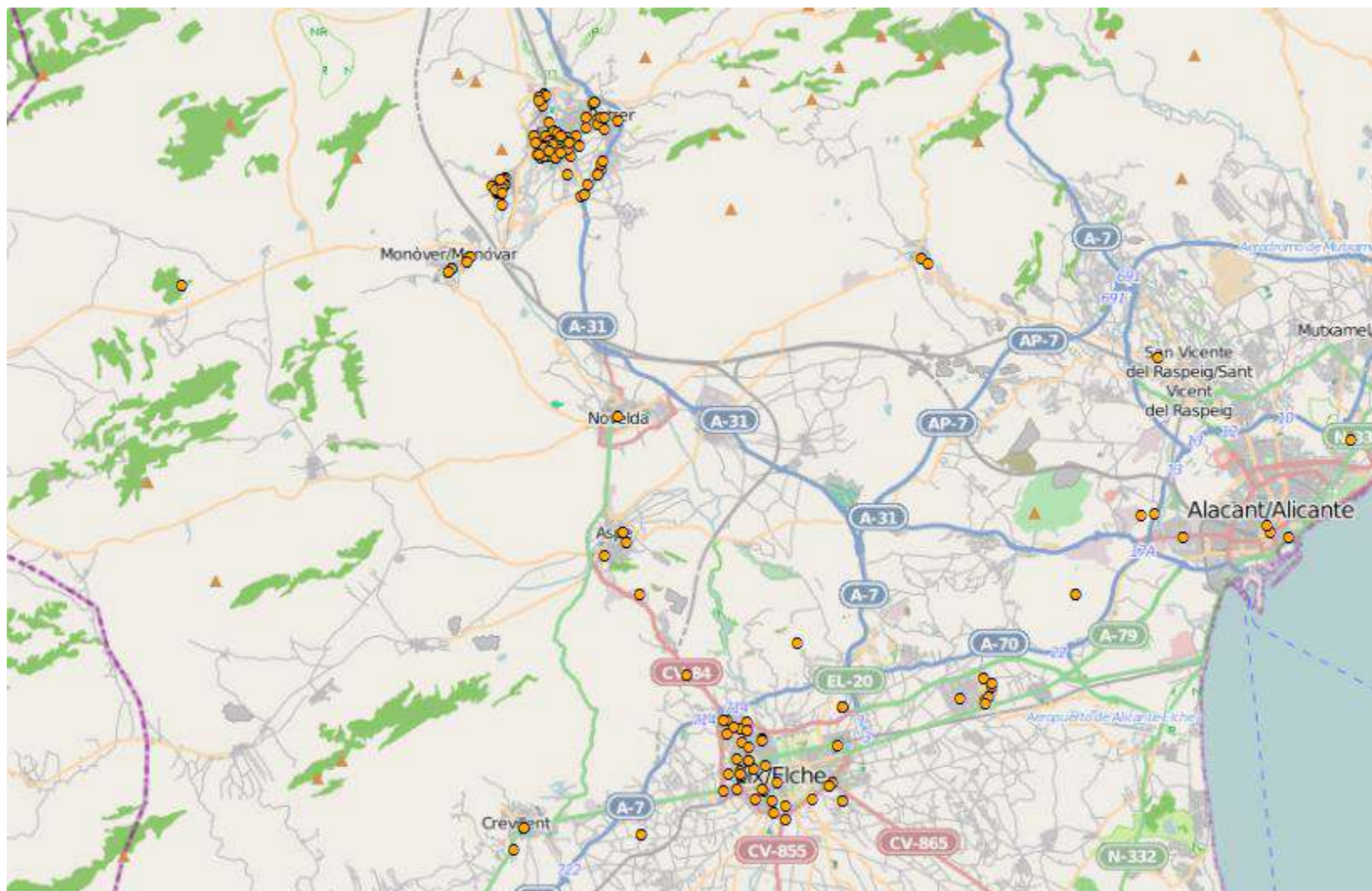


El TERRITORIO como SISTEMA de INNOVACIÓN



INESCOP
INSTITUTO TECNOLÓGICO
DEL CALZADO Y CONEXAS





- **Las ADMINISTRACIONES**

EL TERRITORIO como SISTEMA de INNOVACIÓN

ENTORNOS

ENTORNO CIENTÍFICO

Universidades
Centros Públicos de
Investigación

ENTORNO TECNOLÓGICO Y DE SERVICIOS AVANZADOS

Empresas de bienes de
equipo, centros técnicos,
consultorías, ingenierías, etc.

ENTORNO PRODUCTIVO

Empresas

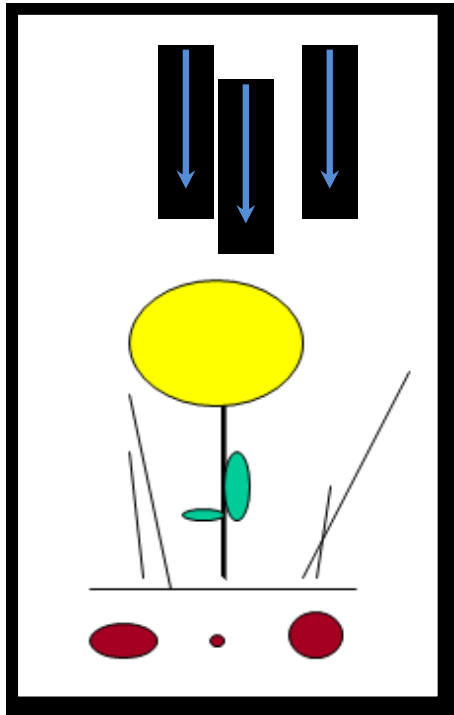
ENTORNO ECONÓMICO

Administraciones

Acciones de los gobiernos

- **Regar las plantas:** financiación y apoyo a los innovadores
- **Eliminar las malas hierbas:** fomentar la competencia
- **Fertilizar el suelo:** estimular la investigación y la difusión de la información
- Preparar el terreno en el que las plantas pueden crecer:
promover la educación

El Gobierno como Jardinero



Regar

(financiación, apoyo a proyectos innovadores)

Quitar malas hierbas

(competencia, desregulación)

Preparar el suelo

(investigación, educación, información)

Fuente: Adaptado de **World Bank** (2010). *Innovation Policy A guide for Developing Countries*

- **Las EMPRESAS**

El TERRITORIO como SISTEMA de INNOVACIÓN

ENTORNOS

ENTORNO CIENTÍFICO

Universidades
Centros Públicos de
Investigación

ENTORNO TECNOLÓGICO Y DE SERVICIOS AVANZADOS

Empresas de bienes de
equipo, centros técnicos,
consultorías, ingenierías, etc.

ENTORNO PRODUCTIVO

Empresas

ENTORNO FINANCIERO

Administraciones
Entidades financieras

EMPRESAS DE ELCHE Y COMARCA

Algunos Datos (20.05.2014)

- 7 Empresas cuentan con una **facturación superior** a 50 M€
 1. Neumáticos Soledad 221 M€
 2. Musgrave España 207 M€
 3. Hiperber 121 M€
 4. Sprinter 98M€
 5. Pikolino's 64 M€
- Las 25 empresas más grandes de Elche → Facturan 1.284 M€
(9 de estas empresas son del calzado)
- Existen 171 empresas que facturan más 5m€

EMPRESAS DE ELCHE Y COMARCA

Algunos Datos (20.05.2014)

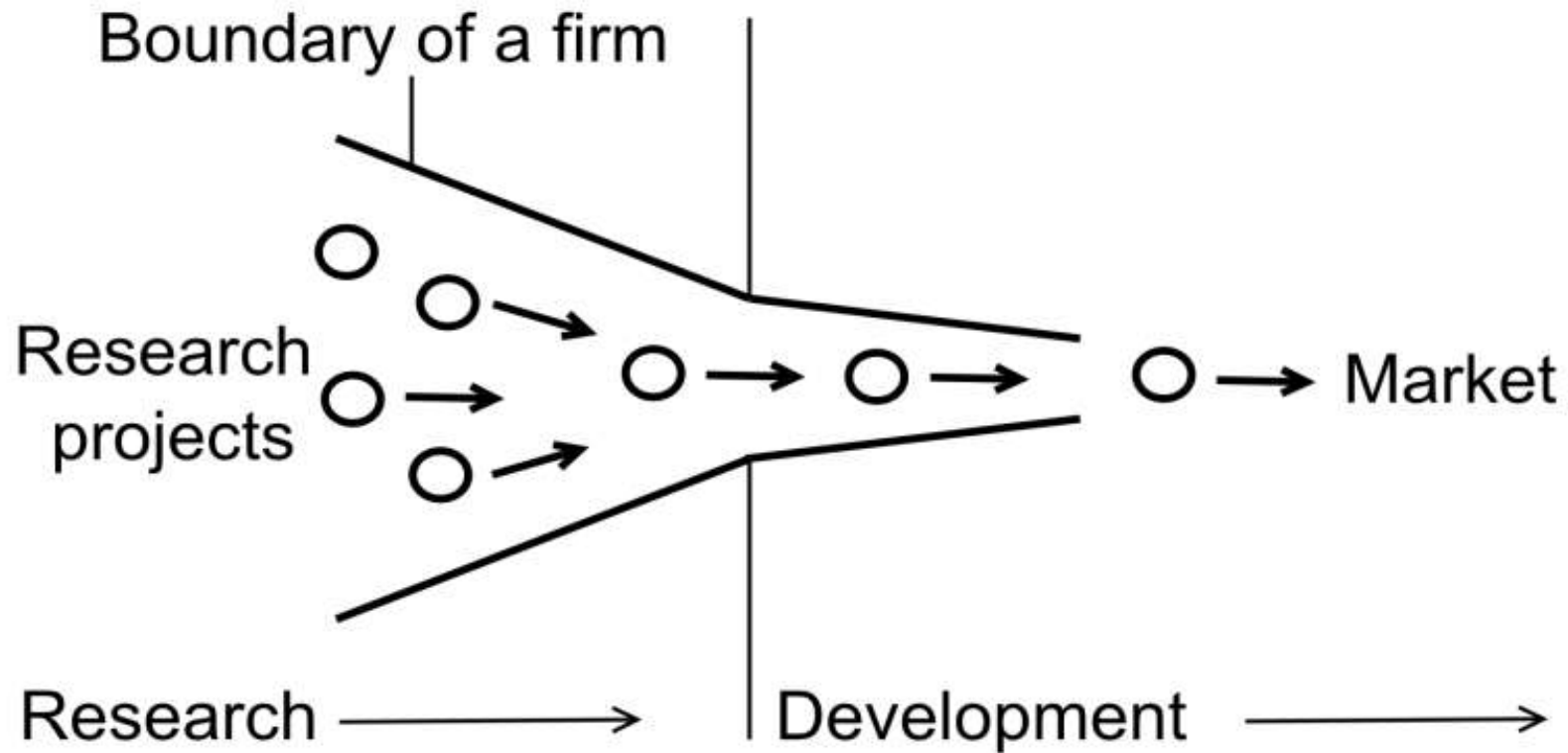
FACTURACIÓN (millones Euros)	Nº Empresas
50-250	7
20-49	19
10-19	37
5-9	108

El total de facturación de estas 171 empresas es de 2.464 M€

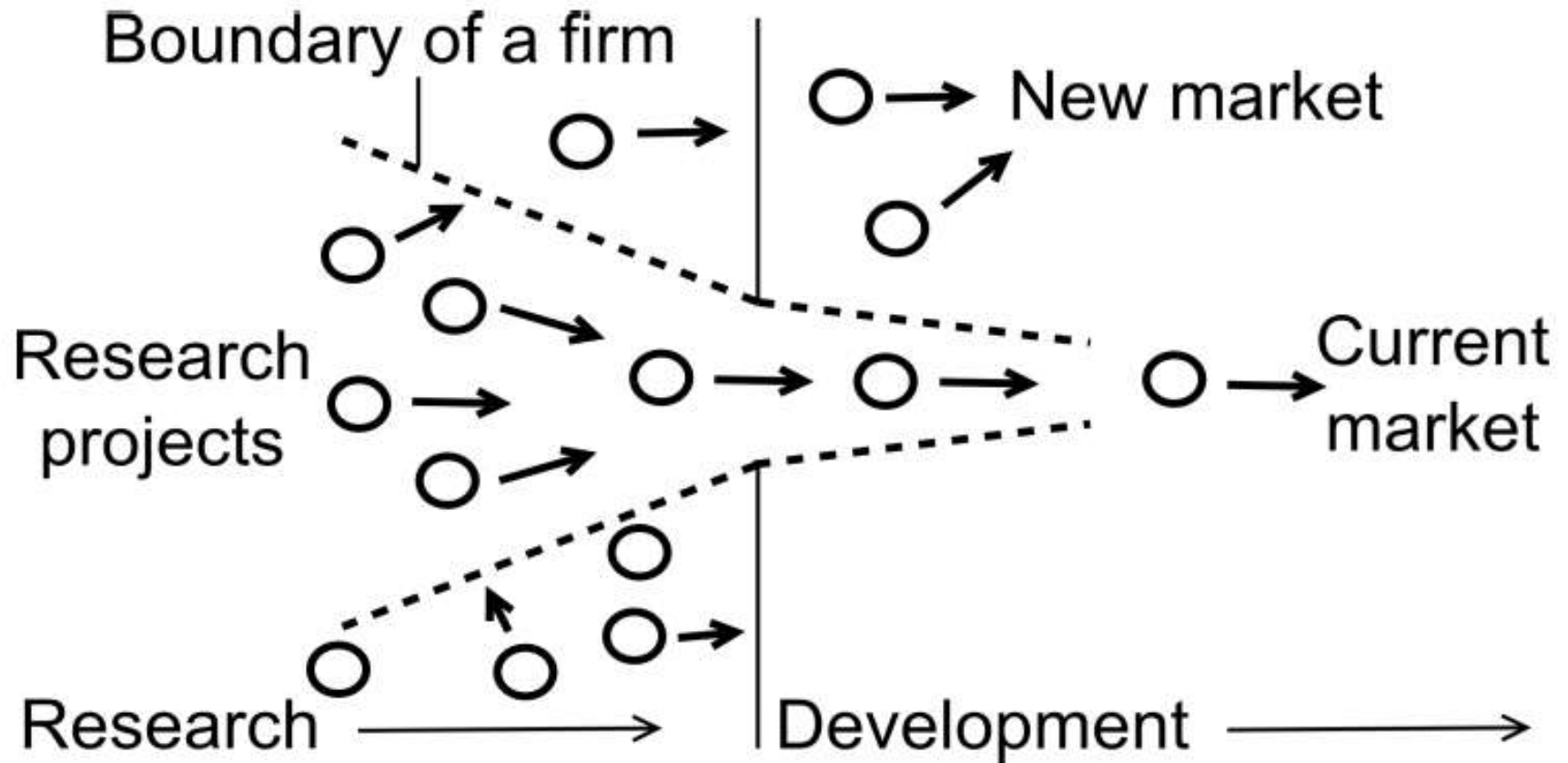
TENDENCIAS

- **Innovación abierta**

INNOVACIÓN: del modelo Cerrado al modelo Abierto



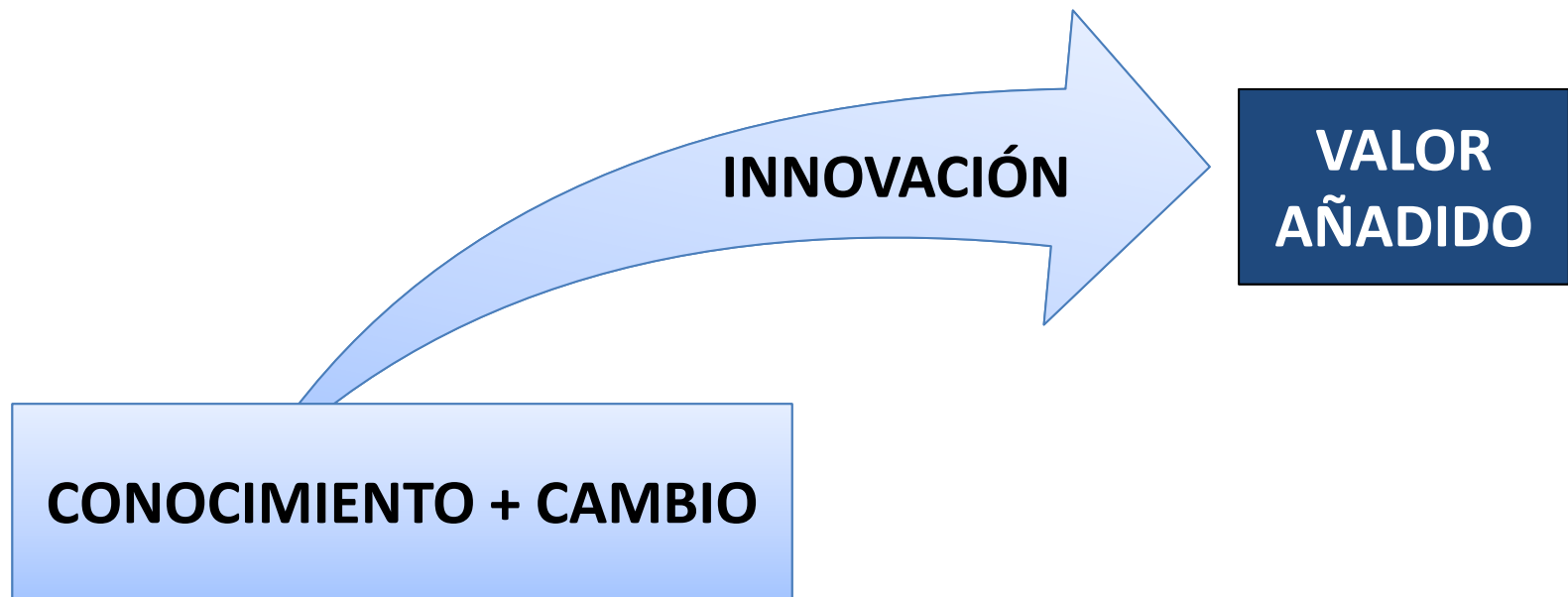
INNOVACIÓN: del modelo Cerrado al modelo Abierto



El Territorio como fuente de innovación

Francisco Mas Verdú
Universitat Politècnica de València

27 de mayo de 2014



VALOR AÑADIDO

=

INGRESOS

-

**COSTES
INTERMEDIOS**

Ingresos por las ventas
de productos = $P \times Q$

- Precio de los
productos (**P**)
- Cantidad Vendida
(**Q**)

Costes de los factores
de Producción:

- Alquileres
- Materias Primas
- etc

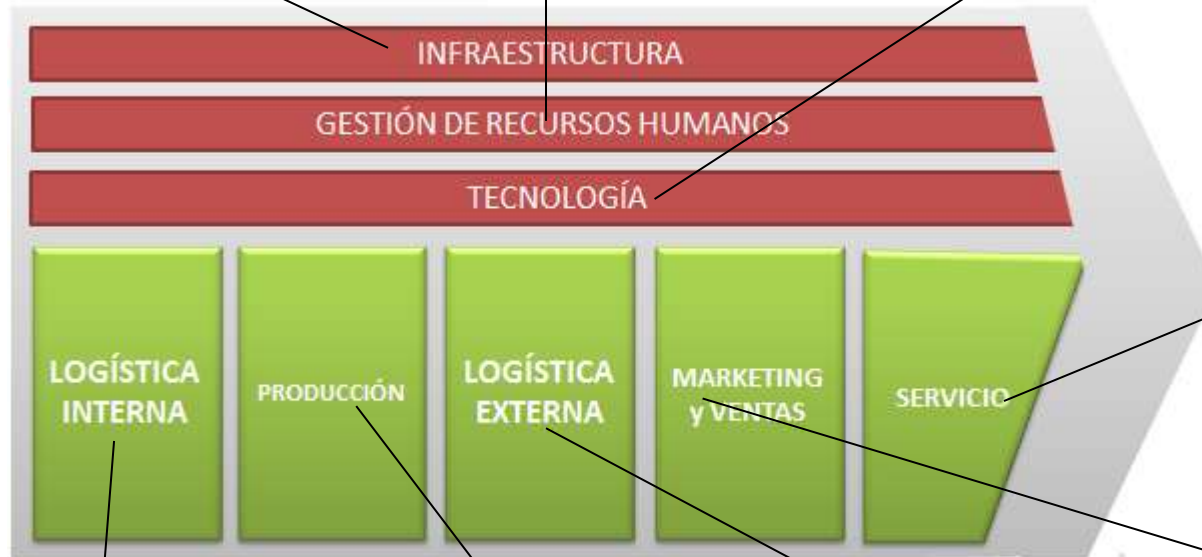
CADENA de VALOR



Utilización de **Sistemas Avanzados** de Gestión de la Información

Elevada **capacitación** para la atención al Consumidor

Innovación en nuevas **funcionalidades** de Productos



- Servicio de **Atención Post-Venta**
- Concesión de **Facilidades Financieras**

Materias Primas y productos semielaborados de **alta calidad**

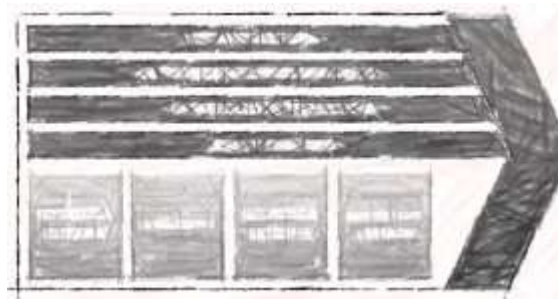
- Gama de Productos
- **Cero Defectos**

Rapidez en el suministro

- **Marca** y Promoción Publicitaria.
- **Patrocinio** de Actividades Deportivas

RED de VALOR

CADENA de VALOR de la EMPRESA



RED de VALOR

Cadena de Valor de los PROVEEDORES

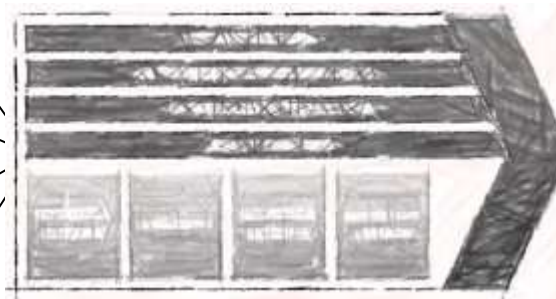
Proveedor 1

Proveedor 2

Proveedor 3

Proveedor 4

CADENA de VALOR de la EMPRESA



RED de VALOR

**Cadena de Valor de los
PROVEEDORES**

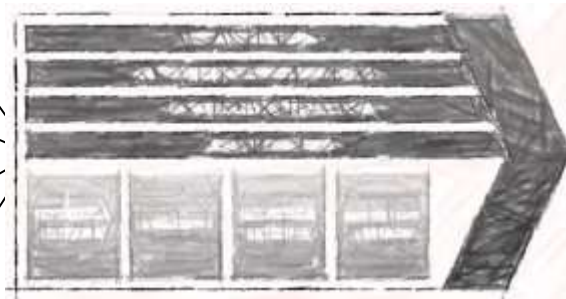
Proveedor 1

Proveedor 2

Proveedor 3

Proveedor 4

**CADENA de VALOR de la
EMPRESA**



**Cadena de Valor de los
COMPRADORES**

Comprador 1

Comprador 2

Comprador 3



Ayuntamiento de Elche

El Territorio como fuente de innovación

Francisco Mas Verdú

Universitat Politècnica de València

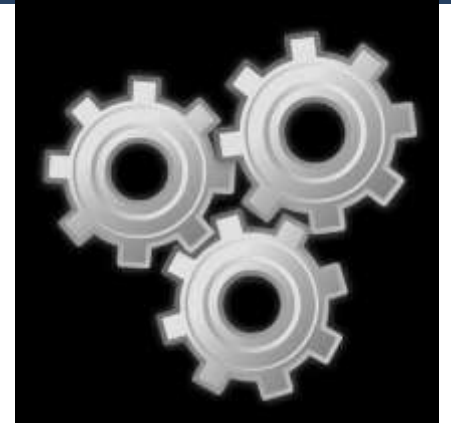
27 de mayo de 2014

El territorio como fuente de innovación

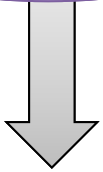
Francisco Mas Verdú
Universitat Politècnica de València

27 de mayo de 2014

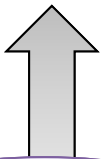
MODELO LINEAL



I BÁSICA

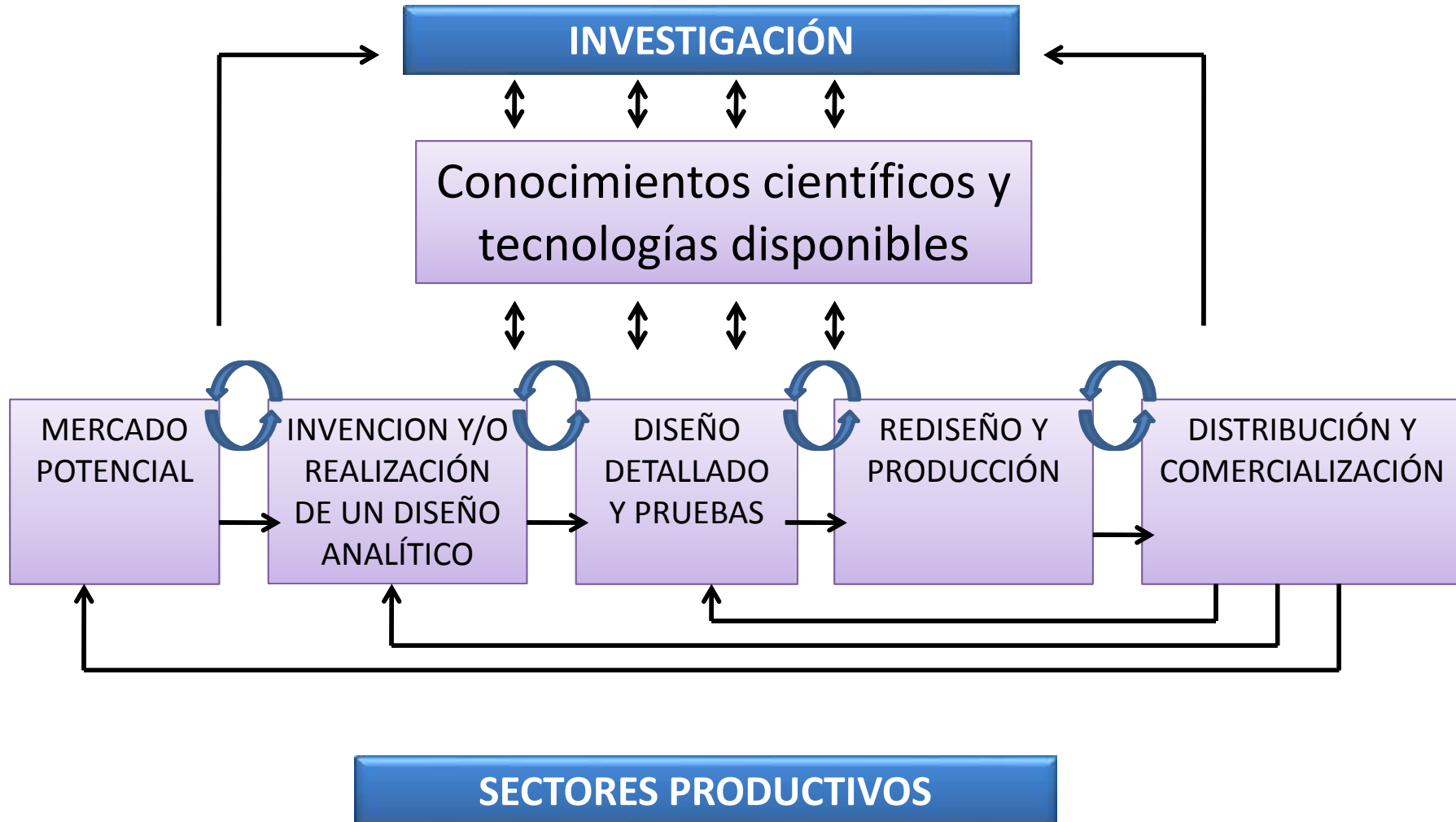


I Aplicada → **Desarrollo** → **Producción** → **Comercialización**

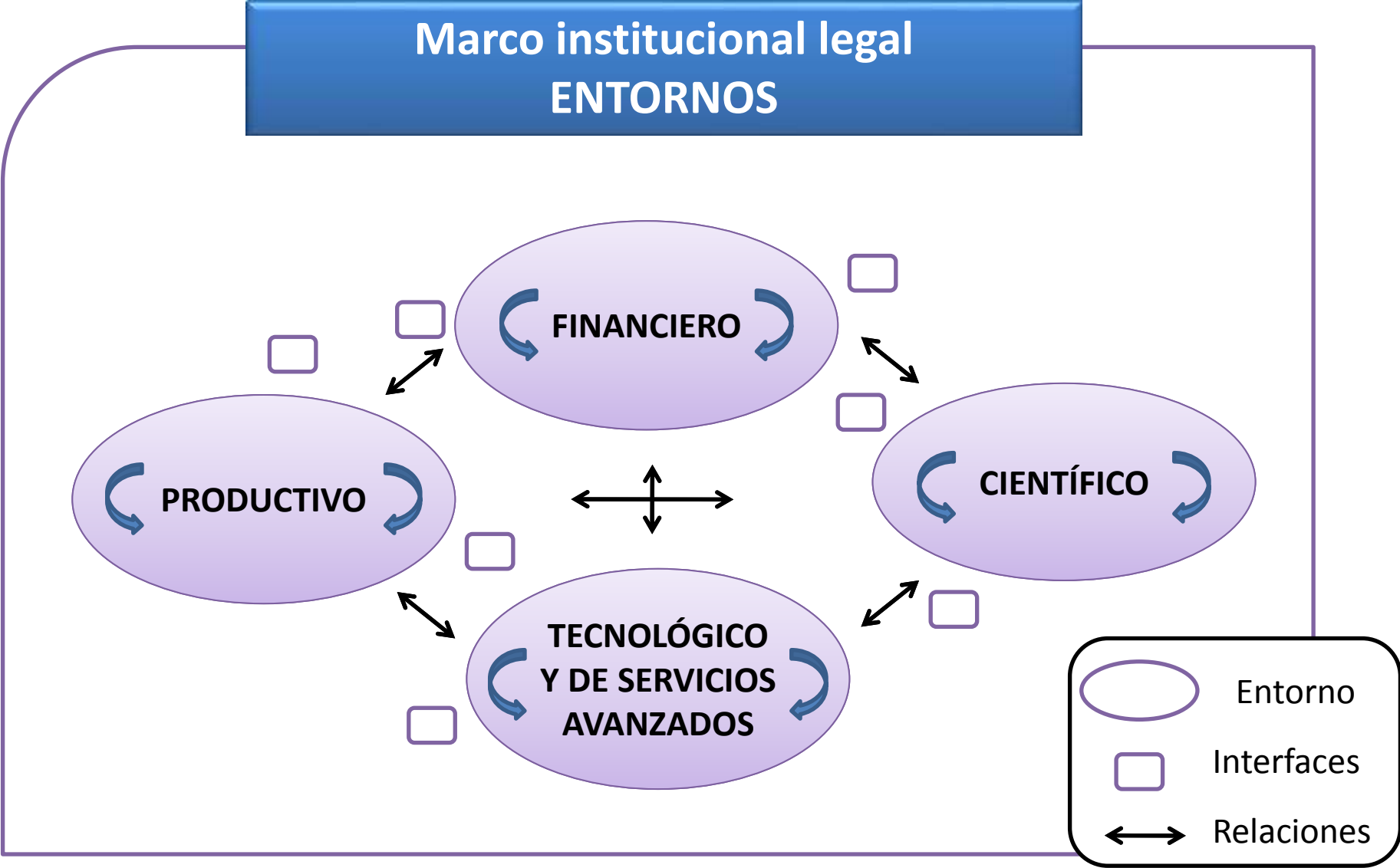


MERCADO

PROCESO de INNOVACIÓN: MODELO de ENLACES de CADENA



MODELO del SISTEMA de INNOVACIÓN



TENDENCIAS

- **Enfoque desde la demanda**
- **Especialización Inteligente (RIS3)**
- **El papel de los Servicios intensivos en conocimiento**
- **El Nuevo Rol de las Agencias de Promoción**
- **Esquema Multinivel**
- **Innovación abierta**

CONTENIDO

- **Justificación**
- **Áreas de Actuación**
- **Generaciones**
- **Tendencias**

TENDENCIAS

- **El Papel de los Servicios**

POLÍTICA de SERVICIOS: puntos de partida

1

PRODUCTOS = BIENES + SERVICIOS
(integración entre sectores)

2

**COMPETITIVIDAD E
INNOVACIÓN DE LAS
ACTIVIDADES PRODUCTIVAS**

**Actividades
directamente
productivas**

Funciones de servicios

3

**DISPONIBILIDAD
DE SERVICIOS**

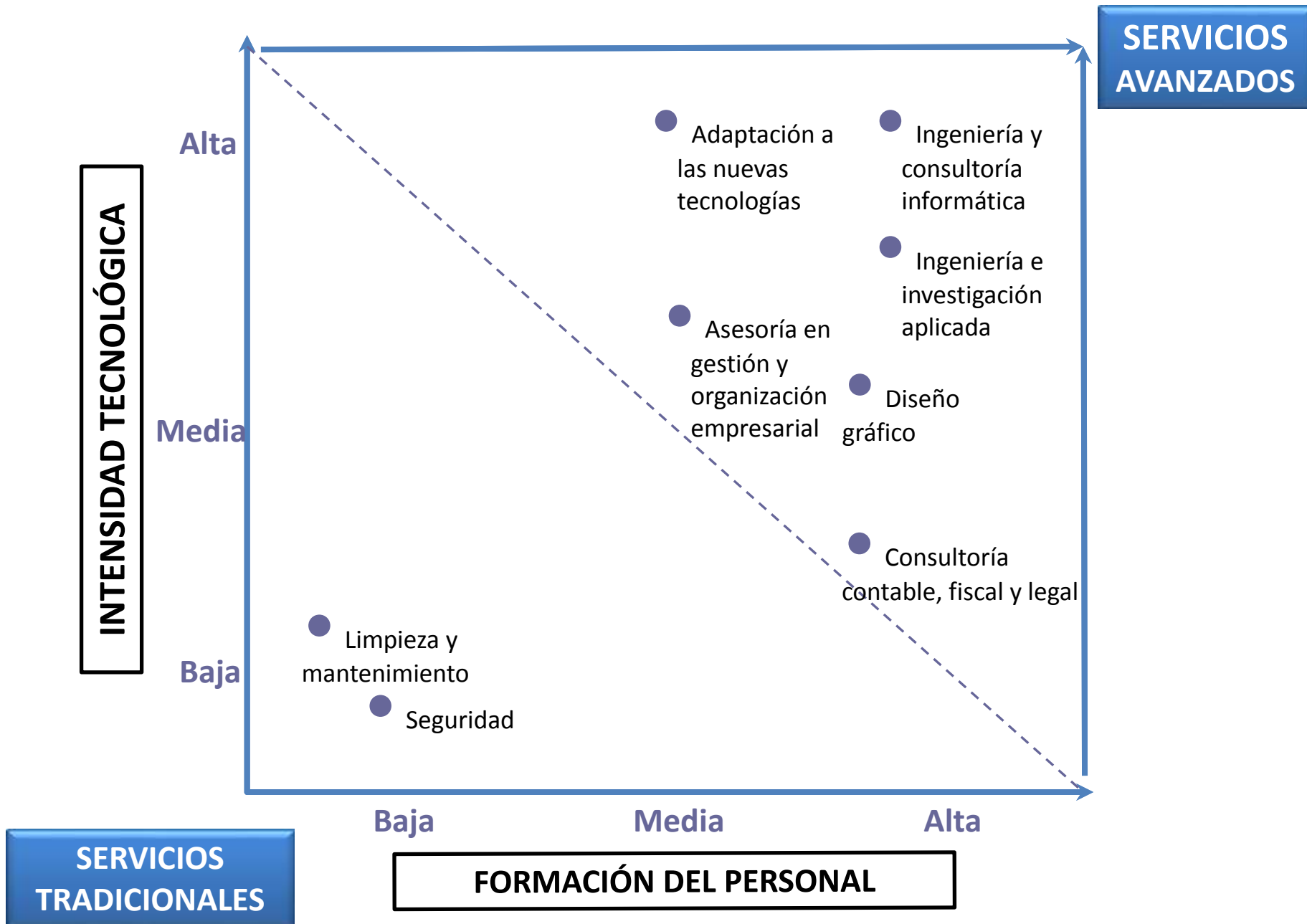
En la EMPRESA

**En el
ENTORNO TERRITORIAL**

POLÍTICAS de SERVICIOS

- **Creciente protagonismo, pero, dada la heterogeneidad del sector terciario**

¿DE QUÉ SERVICIOS HABLAMOS?



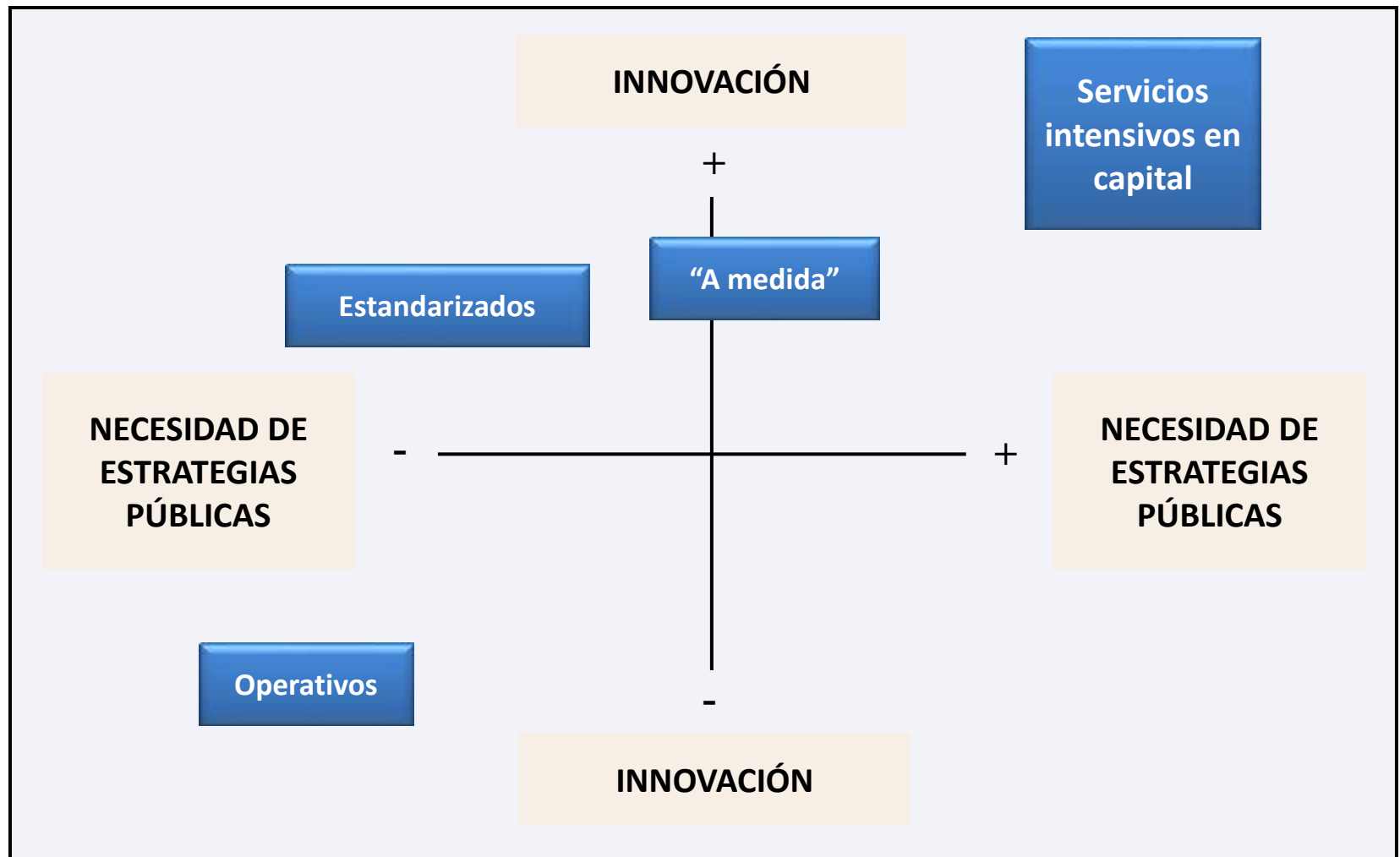
SERVICIOS a las EMPRESAS

Potencial
INNOVACIÓN

Provisión
por el
mercado

<i>SERVICIOS</i>	<i>CARACTERÍSTICAS</i>	<i>EJEMPLOS</i>
OPERATIVOS	ALTAMENTE INTENSIVOS EN MANO DE OBRA	Limpieza, “catering”, etc.
ESTANDARIZADOS	POSIBILIDAD DE AUTOMATIZACIÓN Y CODIFICACIÓN	Asesoría fiscal, contable, laboral,...
ESPECÍFICOS o “A MEDIDA”	ADAPTADO A NECESIDADES CONCRETAS DEL CLIENTE	Consultoría, ingeniería, diseño, etc.
INTENSIVOS EN CAPITAL	REQUERIMIENTOS DE ESCALA y DE “MASA CRÍTICA” (LABORATORIOS DE ANÁLISIS ENSAYOS, ETC.) EFFECTOS EXTERNOS	I+D+i; asesoría tecnológica; formación especializada

CLASIFICACIÓN de SERVICIOS a EMPRESAS SEGÚN la INNOVACIÓN y la NECESIDAD de ESTRATEGIAS PÚBLICAS



TENDENCIAS

- **El Nuevo Rol de las Agencias de Promoción**

Agencias Regionales de Innovación

	ENFOQUE TRADICIONAL	NUEVOS ENFOQUES
POSICIÓN de la AGENCIA	Fuera del Sistema	Actor dentro del Sistema
ROL	Proveedor de Recursos <i>(Top-Down)</i>	Facilitador, “nodo” en el Sistema
JUSTIFICACIÓN de la INTERVENCIÓN	Fallos del Mercado	Fallos del Sistema
MISIÓN	Redistribución de Fondos	Agente del Cambio: Identificar y Reforzar fortalezas del sistema
INSTRUMENTOS	Aislados	<i>“Policy Mix”</i>
MECANISMOS de CONTROL	Financiera y Administrativa	Estrategia orientada a resultados. Adicionalidad
AUTONOMÍA	Enfocada a Ejecución	Ampliada a decisiones Estratégicas