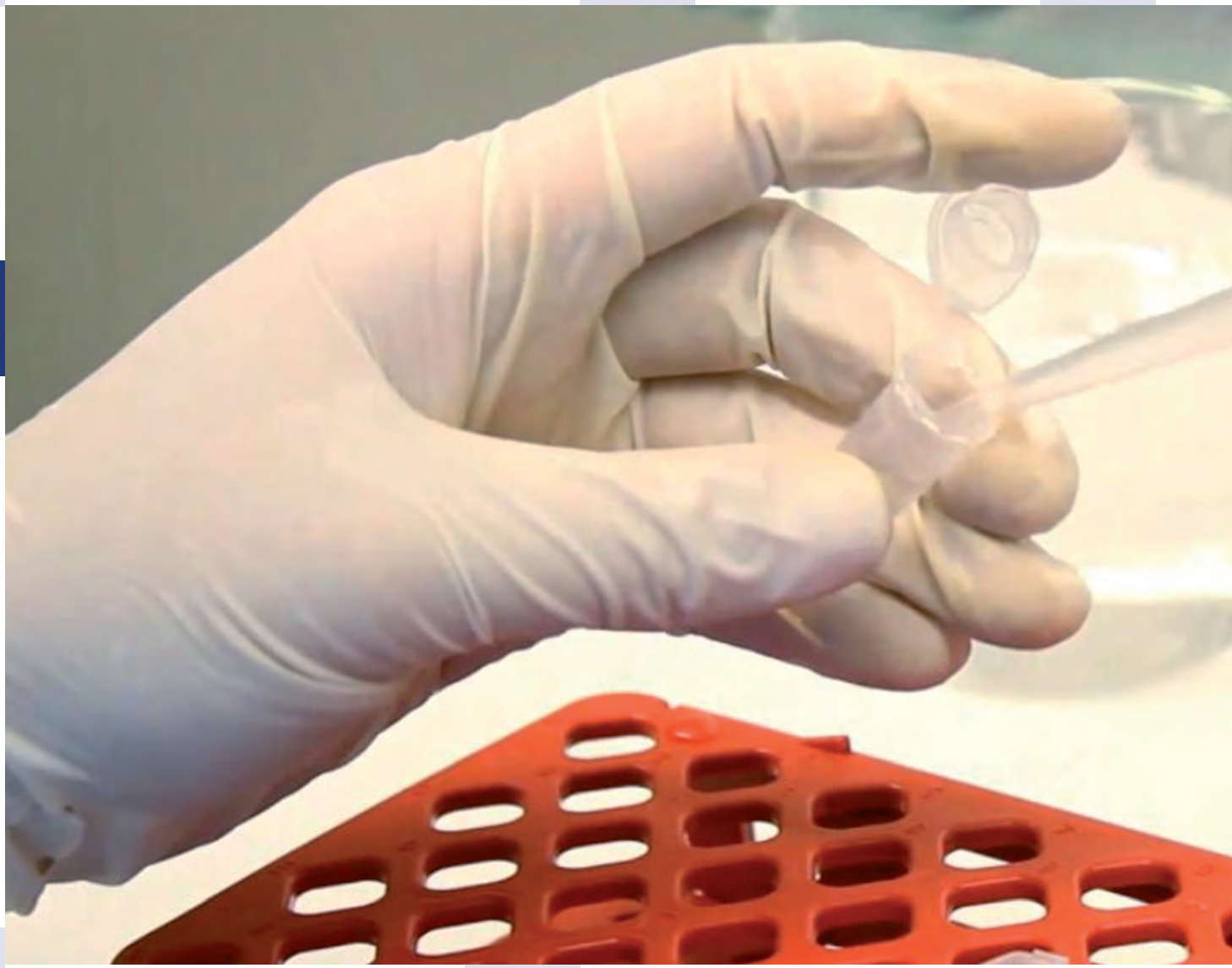

Informe **"Málaga, en la vanguardia de la sociedad del conocimiento".**

por Felipe Romera Lubias.

REVISIÓN DE LAS ESTRATEGIAS Y DE LOS PROYECTOS ESTRELLA.

Introducción.

Las estrategias del II Plan Estratégico para convertir a Málaga en una metrópoli en la vanguardia de la sociedad del conocimiento se concentraron en un solo proyecto estrella denominado: "*Málaga innov@*".

Los avances producidos en mayor o menor medida a lo largo de estos últimos cuatro años se pueden contemplar en algunos de los indicadores que se muestran a continuación, pero se podrían resumir en un conjunto de ideas que se enumeran seguidamente y que aún no siendo exhaustivas de todo lo que se ha realizado sí pueden dar una idea de conjunto de los avances producidos:

1) *Málaga Innov@* es un proyecto estrella del Plan Estratégico de Málaga que tiene como objetivo convertir a Málaga en una ciudad del conocimiento.

2) Desde el año 2005 en que se planteó este proyecto la situación económica de Málaga ha cambiado sustancialmente pasando de un ciclo de crecimiento sostenido a una situación de crisis que se manifiesta a partir del último trimestre del 2008 hasta la actualidad. El factor más determinante de la crisis se manifiesta en el desempleo que afecta al 30% de la población de la provincia de Málaga.

3) La crisis ha puesto de manifiesto que es necesario el desarrollo de una economía más sostenible para el próximo futuro y bajo estas consideraciones la innovación y la transformación de la ciudad hacia una economía más basada en el conocimiento son factores fundamentales para alcanzar dichos objetivos.

4) El proyecto *Málaga Innov@* se basaba en dos aspectos básicos: por un lado, la creación de proyectos pilotos de barrios del conocimiento dotados de nuevos atributos, como el aumento de sus infraestructuras en telecomunicaciones, donde la gente compartiera trabajo, ocio y residencia; y por otro lado, en la consolidación y el crecimiento tanto del Parque Tecnológico de Andalucía como de la Universidad de Málaga. A continuación se analizan estos aspectos.

Principales indicadores relacionados con "Málaga Innov@"					Evolución	
	2006	2007	2008	2009	Var. 06/09	Tendencia
Patentes de la Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación	20	43	24	26	30,00	☺
Contratos de investigación de la UMA con entidades públicas y privadas	285	306	337	382	34,04	☺
Importe de los contratos (euros)	n.d.	12.130.502	12.252.759	n.d.	1,01	☺
Número de empresas en el PTA	406	478	509	526	29,56	☺
Empleo en el PTA	11.848	13.595	13.640	13.691	15,56	☺
Facturación en el PTA (millones de euros)	1.328	1.505	1.587	1.364	2,71	☺
Matriculación de alumnos de la Universidad - 1º y 2º ciclo	33.085	32.640	32.409	32.112	-1,62	☹
Matriculación de alumnos en educación básica, enseñanza media y formación profesional	91.620	97.646	103.348	110.009	20,07	☺

Fuente: INE, Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación, UMA y Parque Tecnológico de Andalucía.

Se revisa a continuación cada uno de los aspectos clave de este proyecto estrella:

Barrios del conocimiento.

5) Esta propuesta era la más novedosa de *Málaga Innov@* y en estos cinco años no ha sido posible ponerla en marcha. Se han detectado numerosas barreras para su ejecución aunque la más importante es la lentitud en los procedimientos administrativos y el poco entusiasmo por facilitar su desarrollo por parte de las administraciones en general. No obstante, existe un convenio entre el Ayuntamiento y la Junta de Andalucía para desarrollar una iniciativa de estas características en la zona de calle Carretería que cuenta con un proyecto previo y que se espera que se pueda extender a otras zonas de la periferia del centro histórico.

6) El extraordinario desarrollo que durante estos años ha experimentado el barrio de 22@ en Barcelona pone de relevancia la importancia de esta medida.

7) Representa una oportunidad de transformar la traza de la ciudad en entornos más compatibles con lo que supone la ciudad del conocimiento y además una excelente interrelación con el PTA y la propia Universidad en la ciudad.

El fomento de la creación de empresas innovadoras.

8) Uno de los aspectos más importantes en una ciudad del conocimiento es su capacidad para crear nuevas empresas innovadoras y en estos cinco años se han dado pasos muy importantes.

9) Por un lado el modelo de éxito del PTA se está reproduciendo en otros lugares de la ciudad con la notable actividad del Ayuntamiento en la creación de una red de incubadoras de empresas.

10) Además, los elementos de cooperación entre la Universidad de Málaga, la Confederación de Empresarios y la Cámara de Comercio en favorecer la creación de Empresas de Base Tecnológica, se están configurando como un excelente instrumento.

11) La Junta de Andalucía a través del CADE del PTA también ha impulsado durante estos años la creación de empresas innovadoras.

12) La Red de Espacios Tecnológicos de Andalucía (RETA), auspiciada por la Consejería de Economía, Ciencia e Innovación, tiene su sede central en Málaga y dispone de 9 técnicos localizados en el PTA y en los polígonos más importantes de la ciudad con el objetivo de transformar la cultura de los empresarios hacia la innovación y facilitar la creación de empresas innovadoras.

13) Las ayudas para facilitar la financiación de estas empresas innovadoras también han mejorado. Los programas de CETPAR y CEIPAR desarrollados por el Ministerio de Industria y la Asociación de Parques Científicos y Tecnológicos de España (APTE) favorecieron más que a ningún otro lugar a las empresas innovadoras malagueñas.

14) La creación por la Junta de Andalucía del programa Campus para ayudar a las empresas procedentes de la Universidad también han tenido excelentes resultados en Málaga. También a través del artículo 15 de la orden de incentivos de la Agencia IDEA se están financiando numerosas empresas de menos de 5 años de existencia.

15) También actúan en Málaga dos sociedades de capital riesgo, una de la Junta de Andalucía- Invercaria- y otro fondo promovido por la Diputación Provincial de Málaga junto a una red de Business Angels.

El apoyo a los sectores tradicionales.

16) La creación de HABITEC a principios de 2009 constituye un hito en la incorporación del sector de la construcción como partícipe de la sociedad del conocimiento. En este centro tecnológico coexisten el sector de las tecnologías de la información, de la energía y de la construcción para desarrollar nuevos productos y servicios relacionados con el Hábitat.

17) Desde este centro se desarrollan programas de I+D y tiene como objetivo moder-

nizar al sector de la construcción en el desarrollo de una economía más sostenible.

La cooperación institucional.

18) La cooperación institucional es uno de los elementos claves para el desarrollo de la sociedad del conocimiento sobre todo en lo referente a la coordinación, es decir, seguir todos un mismo rumbo, también con respecto a la creación de redes.

19) La Junta de Andalucía, el Ayuntamiento de Málaga, la Universidad de Málaga y el PTA participaron en la creación de dos KIC, comunidades de la innovación y el conocimiento, de la Unión Europea. Aunque al final no se consiguió que fueran seleccionados se creó una excelente red de cooperación europea en materia de innovación que se está desarrollando a pesar de no contar con esta financiación europea.

20) La Confederación de Empresarios de Málaga, la Cámara de Comercio, Bic Euronova, el PTA y otros agentes, colaboran activamente con la Universidad de Málaga en la creación de Empresas innovadoras a través de los premios Spin-off.

21) La Cámara de Comercio y el PTA están desarrollando todos los años acciones para favorecer la internacionalización de las empresas innovadoras. En los últimos años se han realizado misiones a China, India y California. También están desarrollando el proyecto KIM para facilitar la transferencia de tecnología hacia las empresas y su internacionalización.

22) Otro ejemplo de red, es el apoyo que todos los agentes de Málaga han mostrado a la Universidad para que se convierta en un campus de excelencia internacional.

23) Además, la Cámara de Comercio y la Confederación de Empresarios promueven numerosos proyectos alrededor de la innovación.

La proyección internacional.

24) El Club Málaga Valley promovido por el Ayuntamiento tiene como objetivo el convertir a Málaga en un referente europeo en el desarrollo de las tecnologías de la información. En sus siete reuniones en Málaga ha conseguido aumentar la visibilidad sobre su potencialidad fundamentalmente en el ámbito nacional, no así a escala internacional. Constituye un excelente instrumento para el desarrollo de la sociedad del conocimiento en la ciudad de Málaga.

25) En el extranjero, todas las promociones, páginas web, folletos, videos, etc. sobre Málaga que se encuentran en otros idiomas siempre hablan del sol, la playa y los campos del golf, así que es lógico que Málaga sea conocida como una capital turística, pero no tanto como una ciudad en la vanguardia del conocimiento.

26) El 3 de febrero de 2010 el Ayuntamiento de Málaga, la Universidad de Málaga, la Cámara de Comercio de Málaga, la Confederación de Empresarios de Málaga, el PTA y el Club Málaga Valley firmaron un convenio marco para desarrollar una campaña de marketing para que Málaga sea vista internacionalmente como una ciudad con un reconocido y prestigioso tejido empresarial, un gran nivel universitario y un importante bagaje cultural.

27) La nueva campaña denominada "*Open for Business Málaga*" está dirigida a la proyección internacional de la ciudad con especial incidencia en lo relacionado con las Nuevas Tecnologías, así como con la Innovación y la Investigación.

La Universidad de Málaga.

28) La Universidad de Málaga es un referente en España en sus acciones relativas a la transferencia de conocimiento.

29) Fue la primera universidad española que ubicó su OTRI (Oficina de Transferencia de Resultados de la Innovación) en un parque tecnológico.

30) La ampliación del Campus de Teatinos que se está desarrollando en los últimos

años permite disponer de excelentes infraestructuras tanto en el ámbito educativo como en el de la investigación.

31) La firma del acuerdo para el desarrollo de una extensión del PTA en el Campus de Teatinos representa un hito que se concretará en los próximos años. El PTA está desarrollando allí un edificio singular para comenzar la implantación de nuevas empresas.

32) La cooperación con los sectores productivos es una referencia y por ende su capacidad de transformación de éstos, así como su participación activa en la sociedad del conocimiento.

El Parque Tecnológico de Andalucía (PTA).

33) A pesar de los dos últimos años de crisis el PTA ha crecido de forma importante. Ha pasado de 406 empresas en 2006 a 526 en 2009 y de 11.848 trabajadores en 2006 a 13.691 en 2009. Ha pasado de 1.050 trabajadores en I+D en 2005 a 1.364 en 2009.

34) El PTA actual se encuentra sin disponibilidad de parcelas. Tiene construidos 335.558 metros cuadrados de edificios y están en fase de construcción otros 85.000 metros cuadrados más.

35) Tiene previsto duplicar su superficie hasta las 350 has. durante los próximos años y en estos momentos se está desarrollando una ampliación de 35 Has que estará terminada a finales de año.

36) Se puede afirmar que la Málaga ciudad del conocimiento se ha ido forjando en estos últimos cinco años. Los desarrollos y ampliaciones del PTA y de la Universidad aseguran unas infraestructuras para el crecimiento y desarrollo de un nuevo modelo de ciudad.

37) La cooperación institucional, la creación de redes, la creación de infraestructuras para facilitar el crecimiento de empresas, la creación de empresas innovadoras, la visibilidad externa de la ciudad relacionada con las nuevas tecnologías, las nuevas infraestructuras de I+D orientadas a la construcción son todos elementos de valor para fortalecer la idea de ciudad del conocimiento.

38) Hay que insistir en el desarrollo de los barrios del conocimiento como un instrumento para que esta nueva sociedad cale en los barrios.

39) En estos momentos de crisis sería importante concretar Málaga Innova para los próximos años. Como ideas, crear la marca de Málaga Innova y desarrollar un proyecto basado más en el desarrollo de intangibles que de infraestructuras que coordine todos los esfuerzos y buenas prácticas de la ciudad alrededor de la innovación.

NUEVAS PROPUESTAS DE ACTUACIÓN.

A pesar de los muchos avances que se han realizado en esta línea estratégica, la multitud de actores que intervienen en ella trabajan de forma independiente o muy sectorial, por lo general el sector público y el privado proyectan y planifican sus acciones de manera independiente, salvo excepciones que se han ido mencionando.

Es fundamental configurar "Málaga, ciudad del conocimiento" entorno a un proyecto concreto con un presupuesto y unos agentes involucrados. Un proyecto con imagen propia (se podría aprovechar la **imagen "Málaga Innov@"**) que sumara las acciones que ya están poniendo en marcha los distintos agentes públicos y privados, y que creara las sinergias entre ellos para idear y proyectar nuevas acciones de futuro. Hoy las infraestructuras son importantes, pero en el II PEM se apuesta por los intangibles, por la unión entre personas y cosas para crear un modelo propio, esto es lo que haría falta idear con el proyecto "Málaga Innov@", un sello propio y de calidad, que en uno o dos años fuera capaz de recoger lo que ya se está haciendo y unir así a los protagonistas de la innovación en la ciudad.

Por otra parte, se debería apostar en firme

por la potenciación de una zona concreta de la ciudad como **barrio del conocimiento**, aprovechando que el PGOU lo tiene recogido. Desarrollar esa zona como una reproducción del modelo de trabajo y de negocio que se está dando en el PTA, en contacto con la Universidad y los grandes focos de pensamiento mundial. Otras zonas que deberían convertirse en enclaves del conocimiento son el aeropuerto y el puerto, creando la ciudad aeroportuaria recogida en el II PEM.

Sin embargo, lo que sí se entiende como fundamental es concentrar los esfuerzos en algunas **acciones a corto plazo** que potencien el desarrollo de las empresas jóvenes e innovadoras, con el apoyo de las existentes. Al tiempo que se va dando cuerpo a este proyecto común "*Málaga Innov@*" con las acciones de todos y se buscan aliados estratégicos, como Google (miembro del Málaga Valley), que ayuden a crear esa imagen internacional que hace falta para atraer talento.

Dentro de las propuestas concretas y a corto plazo que podrían ayudar a la configuración del proyecto "*Málaga Innov@*" se destacaron por los expertos del taller de conocimiento, a modo de ejemplo:

- Evento periódico de carácter internacional.

- Convertir al PTA en centro de formación de cuadros intermedios técnicos en tecnología. ■