



EOI Escuela de
organización
industrial

Modelo de Presencia

Estrategias de difusión de
conocimiento, animación y
potenciación de networking
empresarial en la Red de
Innovación de las Pymes
Gallegas



**XUNTA
DE GALICIA**



Unión Europea

Fondo Europeo de
Desarrollo Regional

Noviembre 2010

"Una manera de hacer Europa"

Objetivos

Los Objetivos generales que se plantea la administración a través de este proyecto son:

- Incrementar el número de pymes gallegas que innovan, potenciando la incorporación a su cultura organizativa de valores propios de la orientación a la innovación e impulsando la realización de proyectos en este ámbito
- Incrementar el esfuerzo innovador en aquellas pymes que ya desarrollan actividades en este ámbito.
- Crear Comunidad entorno a la innovación.
- Potenciar el networking y el desarrollo de proyectos colaborativos tanto entre pymes gallegas como entre estas y otros agentes del sistema gallego de innovación o con agentes de otros sistemas de innovación.

Diferentes Stakeholders

Las Pymes Gallegas, en tres niveles:

Pymes gallegas que innovan de modo habitual
y sistemático

Pymes que innovan de modo esporádico, no
sistemático

Pymes que todavía no han identificado su
componente innovador

Otros públicos

Otros Agentes del Sistema gallego de Innovación

Emprendedores y Directivos Pymes gallegas

Profesionales de las Pymes gallegas

Líderes de opinión e influenciadores en materia de
Innovación y competitividad empresarial

Modelo de Presencia en la Red

- A través del modelo de presencia se aborda la definición de los ejes de actuación a desarrollar en la red, mediante la utilización de elementos de social media, **para la difusión de la Innovación en las pymes gallegas y potenciación del networking entre ellas** en la red. Este elemento se configura así como la base sobre la que se construirá y desarrollará toda la actividad posterior.

La definición del modelo de presencia incluye dos grandes apartados:

1.-¿Cómo queremos ser percibidos en la red? Es decir, cual queremos que sea nuestro Posicionamiento estratégico desde el cual seamos capaces de responder a los retos actuales, aprovechando los valores ya existentes y ayudando a crear nuevas ventajas competitivas.

Los ejes escogidos de posicionamiento deben permitir aportar un valor significativo a todos los públicos, potenciando la orientación hacia la innovación en aquellas empresas que todavía no lo están y estimulando la intensificación de la misma en aquellas empresas que ya realizan un esfuerzo innovador y el desarrollo de nuevos proyectos.

2.-¿Como articular el posicionamiento en la red? Es en este apartado donde definiremos la Identidad digital de la Red

Ejes de posicionamiento interno: ¿qué mensajes queremos transmitir a las Pymes Gallegas a través de la red?

- La **innovación** es el motor de transformación social y económica y se convierte en la clave de la competitividad de las Pymes Gallegas. Esta innovación debe consolidarse como un **objetivo común y compartido** si se quiere posicionar Galicia como referente empresarial.
- Para **impulsar esta innovación y multiplicar la capacidad innovadora de las Pymes**, la difusión de información y conocimiento, y la estimulación de sinergias y networking entre empresa, profesionales y demás agentes de innovación es un elemento imprescindible.
- Actualmente, **la red y los canales de comunicación social constituyen el marco ideal para desarrollar este flujo de comunicación e interacción** entre las empresas.
- La **participación** de las Pymes en los espacios sociales creados para ellas en la red es determinante para potenciar sus conocimientos y habilidades innovadoras.
- En estos espacios, las Pymes podrán hablar de innovación, conocer los modelos y casos de éxito más relevantes, compartir dudas y trabajar en proyectos colaborativos.

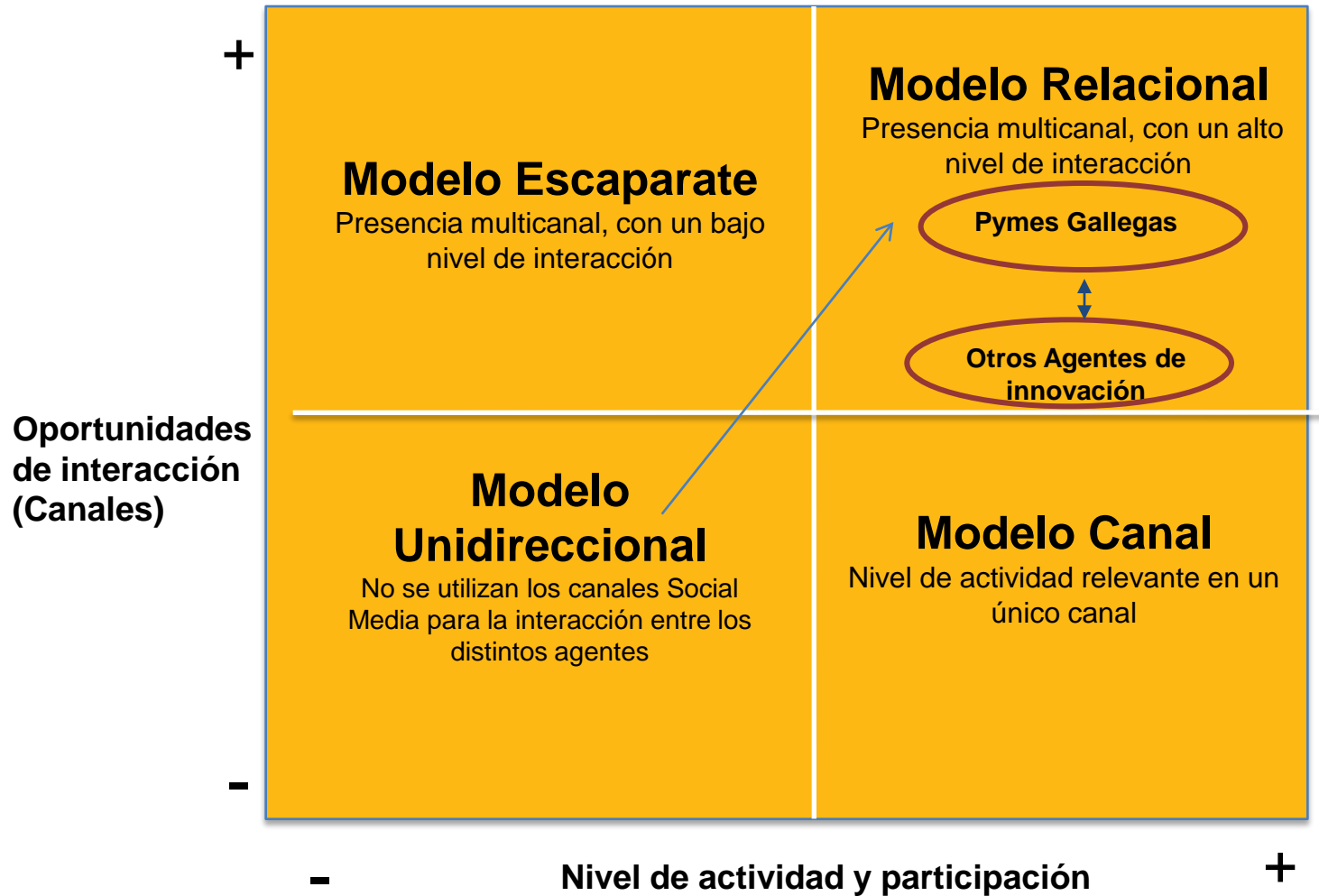
Ejes de posicionamiento externo: ¿qué mensajes queremos transmitir a los líderes de opinión?

- Galicia como territorio referente en materia de innovación, espíritu emprendedor y creatividad gracias a los numerosos casos de éxito que ofrecen las Pymes Gallegas.

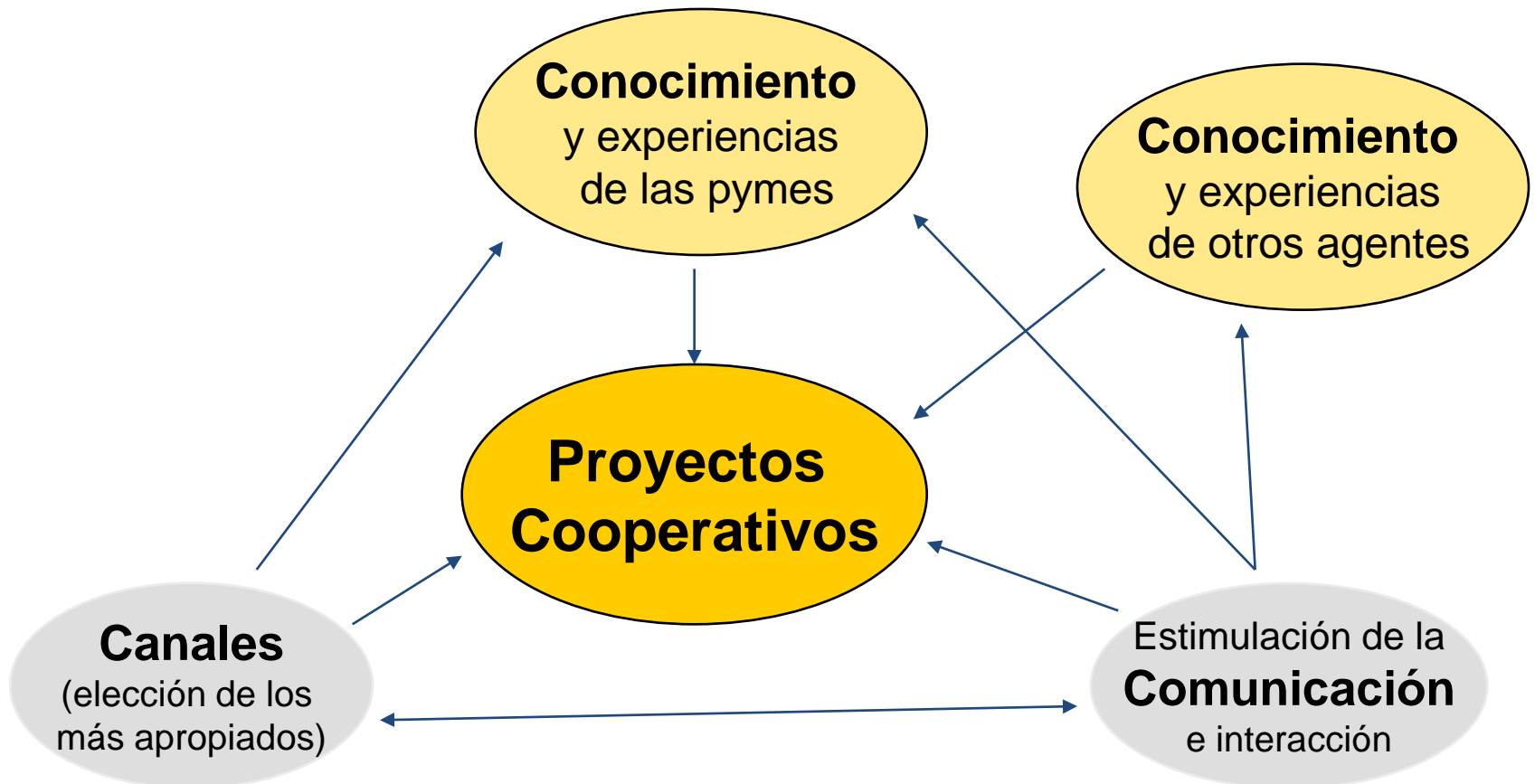
Modelo de posicionamiento deseado

- Actualmente, no existe una presencia unificada en la innovación gallega en los social media. Existen elementos dispersos y ahí radica la primera gran característica del modelo deseado: **la definición de una única plataforma paraguas bajo la cual se integren los distintos canales de comunicación que se determinen en el plan de acción.** Esta plataforma se convertirá en el punto de encuentro y en el centro neurálgico de la comunidad de innovación de las pymes gallegas (sin excluir al resto de agentes).
- Pero, además, el modelo que se propone pasa por superar el modelo de presencia básicamente unidireccional existente en los diversos instrumentos actuales, con el fin de buscar la **construcción de una conversación continuada entre los diferentes usuarios y públicos a través de la red.**
- Finalmente, el modelo de posicionamiento que se plantea busca la multiinteracción para lo que se apuesta por alcanzar una **presencia significativa y relevante en múltiples canales sociales** a partir de la implantación de un Modelo Relacional.

Modelo de posicionamiento deseado



Las 4 Cs del Modelo Relacional



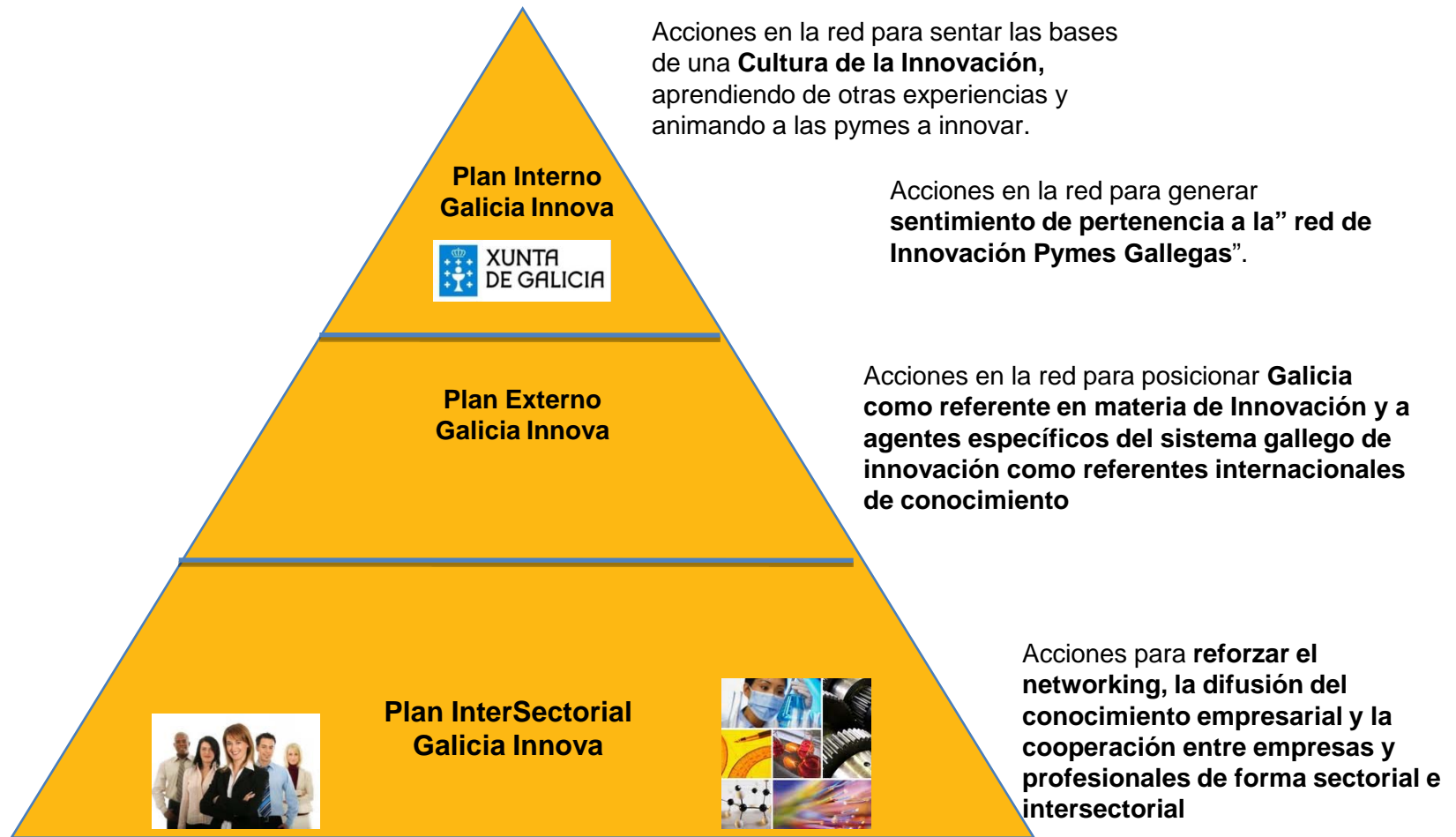
Modelo de identidad Digital



El posicionamiento deseado en la red se articulará a 4 voces: todas ellas tienen cosas que decir, cosas que compartir y retos que trabajar.

El plan de acción articulará la intervención e interacción de todas estas voces en los espacios que se determinen.

Ejes estratégicos de actuación que guiarán el Plan de Acción





EOI Escuela de
organización
industrial



**XUNTA
DE GALICIA**



Unión Europea

Fondo Europeo de
Desarrollo Regional

"Una manera de hacer Europa"



EOI Escuela de
organización
industrial

Vectores a vigilar y a potenciar en la estrategia en la red para la difusión de la innovación y networking en las PYMES Gallegas



**XUNTA
DE GALICIA**



Unión Europea

Fondo Europeo de
Desarrollo Regional

Noviembre 2010

"Una manera de hacer Europa"

Debilidades y Amenazas

- Existe una elevada dispersión, geográfica y de naturaleza, de diferentes espacios de encuentro para empresas/directivos.
- No se detectan movimientos colaborativos entre las distintas asociaciones privadas, instituciones que promueven este tipo de actitudes
- La mayoría de las empresas son micropymes y desarrollan su actividad en sectores tradicionalmente poco innovadores.
- La existencia de una cultura de la innovación en las empresas gallegas es inferior a la media estatal (aspecto que se traduce y deduce de la realización de un menor esfuerzo empresarial en I+D).
- Las empresas con componente tecnológica media/alta suponen solo 2,3% del total
- Las personas ocupadas en empresas con componente tecnológica media/alta suponen en torno al 6,5% del total, porcentaje que es inferior a la media española.

Puntos fuertes y oportunidades

- Galicia se encuentra por debajo de la media estatal en los indicadores de uso de internet y disponibilidad de banda ancha, si bien los datos gallegos se aproximan a los españoles para los núcleos de población de más de 50.000 habitantes
- Coexistiendo con la estructura minifundista señalada en el vector anterior, destaca también la existencia, dentro del sistema gallego, de organizaciones empresariales y líderes empresariales que ostentan fuertes liderazgos tanto en el ámbito del conjunto de la realidad española como en el internacional.
- Los datos gallegos superan a la media estatal en lo que se refiere al uso de ordenador e internet para el grupo de edad entre 16 a 24 años
- Existencia de un número importante de buenas prácticas, en el ámbito de la innovación y del networking que pueden ser aprovechados.
- Existe una masa crítica de prescriptores “locales” para el impulso de los social media y de foros de innovación que se pueden utilizar como palanca.

- La existencia de redes de networking relativamente desarrolladas en sectores concretos (por ejemplo TIC's)
- La existencia de un numero significativo de titulaciones de grado y, algunas de postgrado, presentes en los diferentes Campus Universitarios de Galicia y que se pueden aprovechar
- La inminente aprobación del nuevo plan gallego de I+D+I.
- La posibilidad de impulsar un eje de cooperación entre A Coruña y Vigo, en línea con otros procesos de integración ya iniciados.
- La existencia de un núcleo inicial sobre el que trabajar para dinamizar los procesos de difusión de la innovación y networking como es la Red Xiga.
- El grado de utilización de social media por los agentes del sistema vinculados a la Dirección Xeral de I+D+I de la Xunta de Galicia.