

COOPERACION INTEREMPRESARIAL SECTORIAL Y EN LA CADENA DE SUMINISTRO

(8 horas 30 minutos)

colaboración interempresarial

- Modelo de colaboración tipo cluster

Gloria Aparicio. Profesora UPV/EHU

- Modelo de colaboración de las centrales de compra y servicios para el comercio

Javier Ferreras. Director financiero de Basmo

- Premio al comercio del Gobierno Vasco 2010 (sección cooperación empresarial):

Iñaki Echeandia. Gerente Bacalao Giraldo.



COOPERACION INTEREMPRESARIAL SECTORIAL Y EN LA CADENA DE SUMINISTRO

Modelo de colaboración tipo "cluster":

Gloria Aparicio. Profesora UPV/EHU





INDICE

I. INTRODUCCION

- ❖ La importancia de la colaboración interempresarial
- ❖ El "cluster" como herramienta de cooperación interempresarial
 - las Asociaciones Cluster del País Vasco: clusters prioritarios y preclusters.

II. POLITICAS Y PROGRAMAS DEL GOBIERNO VASCO PARA EL FOMENTO DE LA COOPERACION INTEREMPRESARIAL INVOLUCRANDO AL SECTOR COMERCIAL.

- ❖ Antecedentes en el PCEIS 2006-09: el proyecto "Elkarguneak"
 - Misión y Objetivos y líneas estratégicas de actuación de los "Elkarguneak"
 - Estudio UPV-EHU: el pequeño comercio minorista ante el reto de la cooperación interempresarial
- ❖ ¿Y en los preclusters: se ha integrado al pequeño comercio minorista?
- ❖ Programa de fomento a la cooperación interempresarial en el Plan de adaptación del comercio 2015

III. LOS CLUSTER CULTURALES COMO HERRAMIENTA DE REGENERACION URBANA

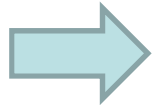
- ❖ ¿Qué es un cluster cultural?
 - ❖ Los principios de la economía creativa
 - ❖ Hacia un modelo evolutivo de los Centros Comerciales Abiertos basado en los cluster culturales
- 



Introducción

Tipos de relaciones entre empresas competidoras:

- **Competición:** lucha consciente de cada empresa por establecer su supremacía en el mercado. Habitual el conflicto porque no suele haber intereses que puedan respetarse simultáneamente.
- **Coexistencia:** intentar mantener tan poca relación como sea posible. Evitar el enfrentamiento. Tiende a ser un equilibrio inestable que deriva en competencia.
- **Cooperación:** cuando existe, es la relación más visible entre competidores. Trabajar juntos, con intereses compartidos hacia una meta común, aunque también pueden surgir conflictos y desacuerdos.
 - Formal: alianzas
 - Informal: confianza e intereses mutuos
- **Coopetición:** se actúa de acuerdo a los dos lógicas contrapuestas, con una combinación de las ventajas e inconvenientes de ambas. Cooperar para competir mejor.



Cluster





La importancia de la cooperación empresarial

- La **cooperación** ha surgido como aspecto clave a la hora de alcanzar una **dimensión óptima** para competir en el nuevo contexto internacional.
 - Permite conseguir objetivos comunes (ej. cambio de actitud hacia el consumo de un producto)
 - Afrontar el desarrollo de proyectos de gran inversión (ej: I+D+i)
 - Alcanzar dimensión para acceder a mercados internacionales
 -





En el sector comercial...

¿Por qué es necesaria la cooperación?

- El sector comercial minorista está **muy fragmentado**:
 - Según datos de Eustat a 31 de marzo de 2010, tres cuartas partes (150.438) de los establecimientos vascos tienen menos de 3 empleados.
 - Según datos del diagnóstico del Comercio Minorista Vasco (presentado por la Dirección de Comercio del GV en Febrero de 2010) el 42% del comercio vasco no está integrado en ninguna asociación
- **Problemática** de la escasa dimensión (pequeño comercio):
 - Difícil tener masa crítica para conseguir economías de escala.
 - Inferioridad competitiva para enfrentarse a los grandes distribuidores.





¿es posible la cooperación entre competidores?

¿Entre grandes empresas?

¿Entre pequeñas empresas?


¿entre pequeñas y grandes empresas?

...






Marcos de Quinto, presidente de Coca Cola, se bebió Pepsi en la conferencia de clausura de Hoy es Marketing 2010



Con su gesto, lo que vino a expresar es el mensaje de que todos estamos en el mismo barco y **"todos nos necesitamos"**.

- Como señaló *"nostros competimos con Pepsicola, pero colaboramos con ellos cuando se trata de defender la categoria y la industria. Nosotros también competimos contra la marca de distribución, pero colaboramos con ellos cuando se trata hacer "category management" y tratar de desarrollar la parte de lineales. También, competimos contra otras categorías, por ejemplo, en agua contra Nestle o Danone, pero colaboramos con ellos cuando tenemos que definir nuestra estrategia nacional legislativa de envases"*.

Desde ese punto de vista, puntualizó **"veo el futuro y el marketing como el Dakar: todos nosotros estamos en esta disciplina, salimos en carrera hacia donde no sabemos, porque el recorrido es secreto. Además, cualquier detalle te puede dejar fuera del recorrido (un desajuste de una pequeña tuerca, simplemente). Competimos contra todos en el desierto, pero a la vez nos apoyamos; porque nunca sabes si con el que estás compitiendo, al final, le vas a necesitar. Y, si eres insolidario, más tarde o más temprano, lo pagas"**.







Y la cadena productivo-distributiva... ???

- Trabajar en **sintonía** entre los agentes de los distintos eslabones de la **cadena de valor**:
 - Coordinando la logística y los sistemas de información=> **eficiencia**
 - Ajustando la oferta a las necesidades reales y manifiestas de la demanda (p.ej.: cambios en formatos de envasado)=> **eficacia**
 - ...

Resultado: Mayor eficiencia (menores costes por sinergias)
Mayor eficacia (mejores resultados por coordinación)





El “cluster” como herramienta de cooperación interempresarial

¿Qué es un cluster?

Primeras ideas de partida...

- Es una **alternativa a** otras fórmulas para adquirir dimensión empresarial:
 - Alternativa a fusiones y adquisiciones
- Es una fórmula de cooperación **integradora**
 - Pueden incorporarse al entramado de la cooperación empresas competidoras, proveedoras y clientes; así como universidades, centros tecnológicos, administraciones públicas...
- Es una fórmula de cooperación **estable** pero con compromisos limitados

Fomenta la **COOPETICION**






Externalidades (++)

Las empresas que coopiten en un cluster tienen ventajas sobre las que actúan de forma aislada

- contexto favorable para el desarrollo y difusión de nuevo conocimiento
- Resultados favorables en innovación
- Refuerzo de la competitividad
- ..

Todo ello revierte en desarrollo regional, lo que a su vez favorece a las empresas allí instaladas.



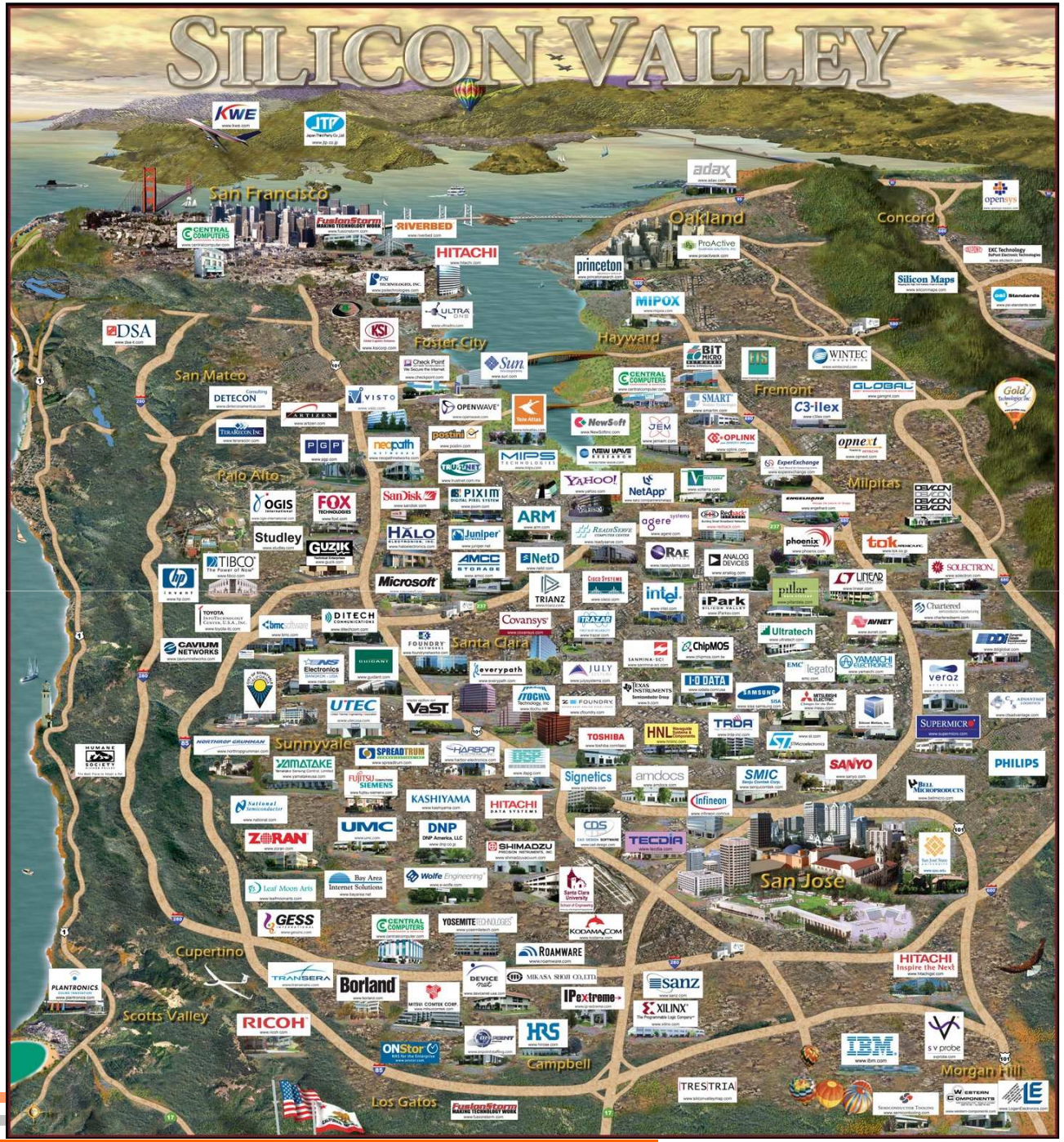



Silicon Valley



Lugar de California en el que existe una alta concentración de empresas (6000) de alta tecnología (microelectrónica e informática), Valle de Santa Clara.







=> Para obtener los resultados/ventajas del cluster son tan importantes las relaciones de cooperación (formalizada o no) como las de competencia (acentuadas por la proximidad geográfica)

Objetivo general:

Cooperar para alcanzar retos estratégicos/sectoriales que de forma aislada las empresas no puedan acometer=>

Cooperar para reforzar la competitividad individual de cada empresa participante en el cluster =>

COOPETICION





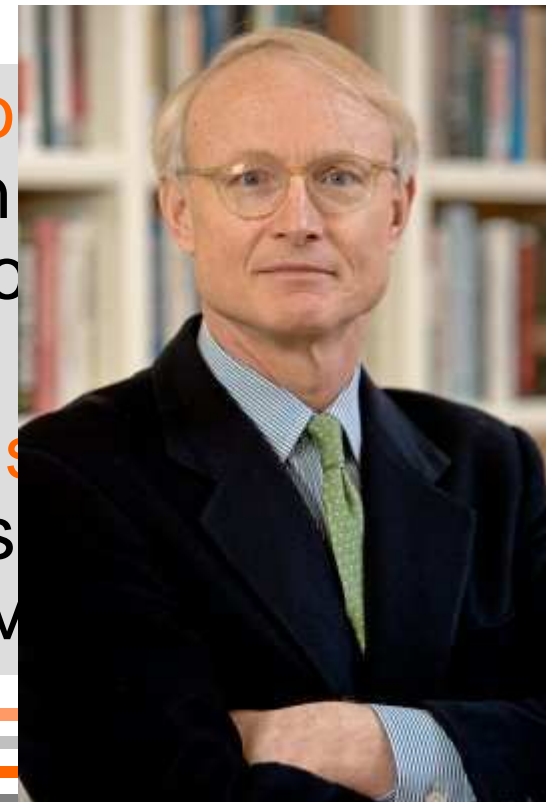
Profundizando en la herramienta...

¿Qué es un cluster?

La visión original aportada por Michael Porter en su obra “La ventaja competitiva de las naciones” (1990, traducida en 1991)

Son conjuntos de organizaciones interrelacionadas que trabajan en un sector económico definido y en un entorno limitado.

La concentración permite generar sinergias operativas que constituyen fuentes para extraer ventajas competitivas.



La causa origen...

Según la visión de Porter: el diamante de la ventaja competitiva.

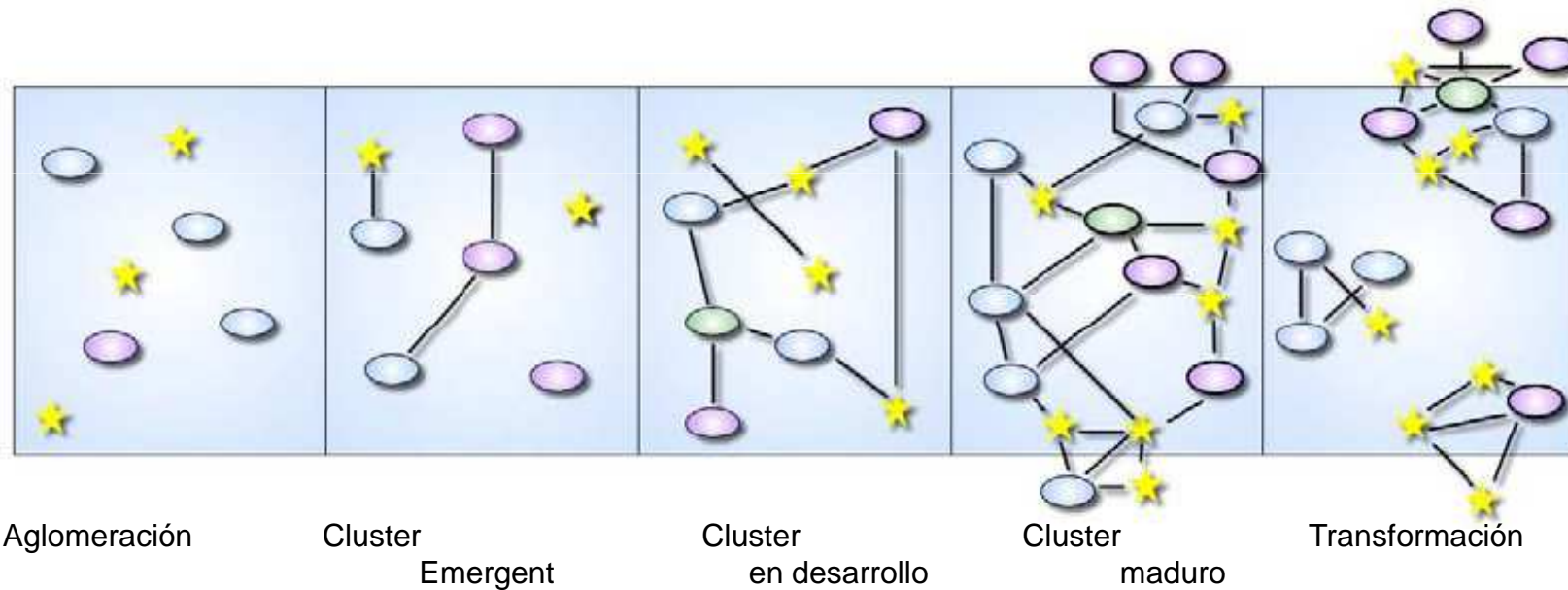


Cuando en un lugar se consigue un **entorno favorable**, se genera un **proceso acumulativo**; las empresas tienden a instalarse donde ya existen otras similares



¿Cuál es el proceso de creación de un cluster?

Fases del ciclo de vida de un cluster



Fuente: IKED, 2004, p. 29





¿Gobierno?

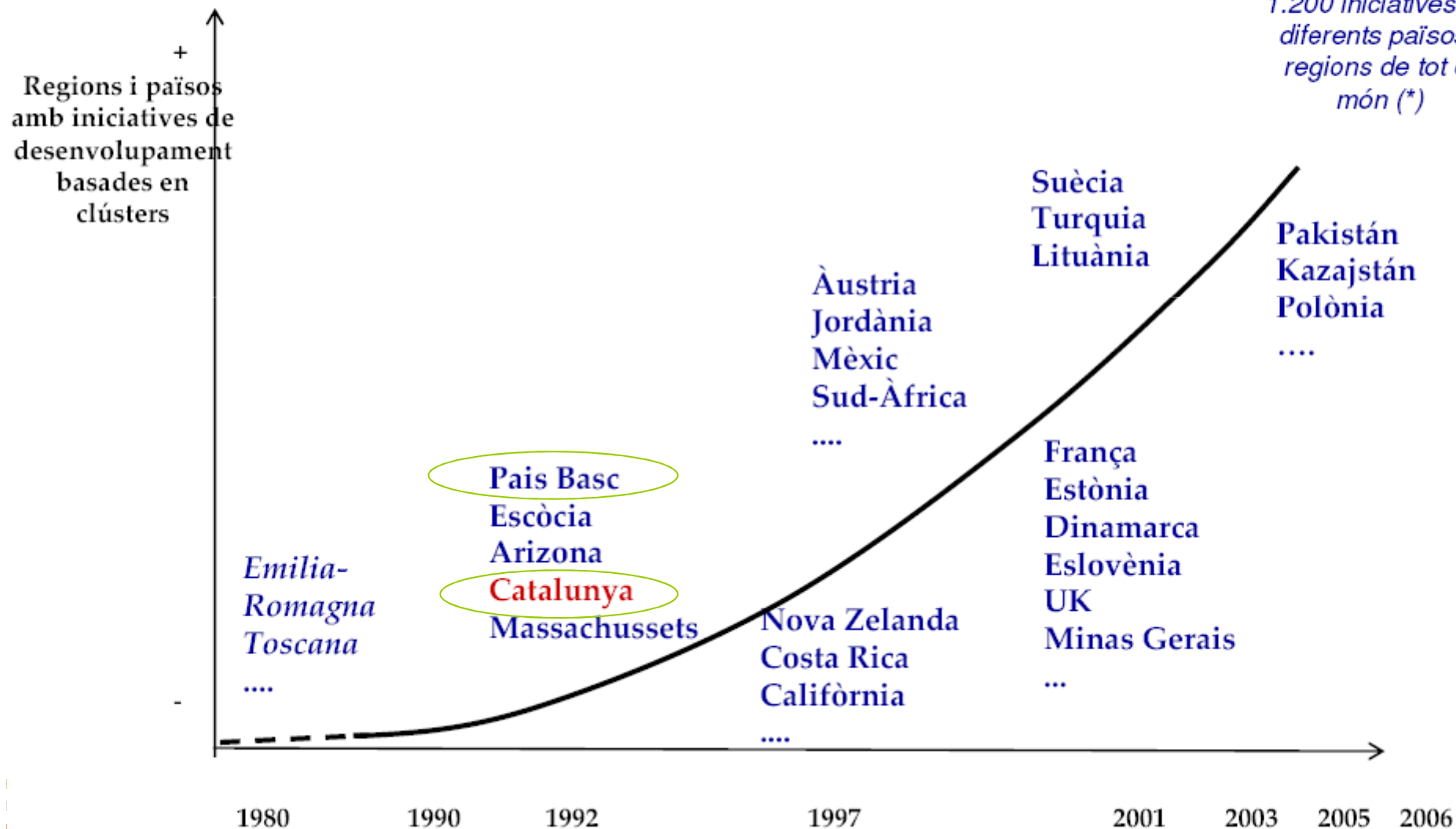
Iniciativas Cluster

Esfuerzos organizados para incrementar el crecimiento de los clusters dentro de una región, involucrando a empresas y a otras organizaciones sectoriales, Gobierno, la comunidades investigadora, etc.



CATALUNYA HA ESTAT UN DELS PAÏSOS PIONERS A NIVELL MUNDIAL EN L'APLICACIÓ D'INICIATIVES DE DESENVOLUPAMENT BASEDES EN ELS CLÚSTERS

Aprox. més de 1.200 iniciatives en diferents països i regions de tot el món ()*





Las iniciativas Cluster, cuando “fragan” hasta su puesta en marcha, se “soportan” en **estructuras estables**, denominadas Instituciones para la Colaboración (en el caso del País Vasco, Asociaciones Cluster)





¿Cuál es el papel de la Asociación cluster?

Compromisos

- Dinamizar una serie de comités (tecnología, calidad, internacionalización y otros específicos) para diseñar los planes de acciones conjuntos.
- Actuar de elemento “bisagra” entre la Administración y el sector.
- Representar al sector, tanto a nivel local como en sus salidas al exterior.
- ...



	Creación*	Núm. de miembros	Empleados	Facturación (miles de euros)
Electrodomésticos (ACEDE)	1992	8	12.100	1.950
Máquina-Herramienta(AFM)	1992	64	4.372	760
Automoción (ACICAE)	1993	68	15.000	6.700
Puerto de Bilbao (UNIPORT)	1994	138	4.800	1.300
Telecomunicaciones (GAIA)	1994	250	12.000	3.420
Medio-Ambiente (ACLIMA)	1995	86	4.270	1.743
Conocimiento**	1996	170	-	-
Energía	1996	83	25.000	10.000
Aero-náutica (HEGAN)	1997	36	4.593	940
Industria marítima (Foro Marítimo Vasco)	1997	320	8.600	1.176
Papel	1998	11	1.566	577
Audiovisual (EIKEN)	2004	40	2.454	122
Construcción (ERAIKUNE)***	2010	36	-	-
Biociencias****	2006	-	-	-
Movilidad y logística (TIL-ITS)	2005	95	-	-



Asociaciones cluster del País Vasco



AERONAUTICA, HEGAN - Asociación Cluster de Aeronáutica del País Vasco, (www.hegan.com)

AUTOMOCION, ACICAE- Agrupación Cluster Industrias y Componentes de Automoción de Euskadi (www.acicae.es)

AUDIOVISUAL, EIKEN - Cluster Audiovisual de Euskadi, (www.eikencluster.com)



CONOCIMIENTO, Cluster del Conocimiento en Gestión Empresarial, (www.clusterconocimiento.com) (www.portaldelagestion.com)

ELECTRODOMESTICOS, ACEDE- Agrupación Cluster de Electrodomésticos de Euskadi, (www.acede.es)



TIC Y TELECOMUNICACIONES GAIA - Asociación de Industrias de las Tecnologías Electrónicas y de la información del País Vasco (www.gaia.es)

ENERGIA, Asociación Cluster de Energía, (www.clusterenergia.com)

INDUSTRIA MARÍTIMA, FORO MARÍTIMO VASCO. Asociación para la Promoción de la Industria Marítima Vasca (www.foromaritimovasco.com)

MAQUINA-HERRAMIENTA, AFM - Asociación Española de Fabricantes de Máquina-Herramienta (www.afm.es)



MEDIO AMBIENTE, ACLIMA - Asociación Cluster de Industrias de Medio Ambiente de Euskadi (www.aclima.net)

PAPEL, CLUSP AP - Asociación Cluster del Papel de Euskadi (www.clusterpapel.com)



PUERTO, UNIPOINT BILBAO/Autoridad Portuaria (www.uniportbilbao.es)

CLUSTER DE BIOCIENCIAS

CLUSTER TICS Transporte y logística (<http://www.clustertil.com>)





Un poco de historia...

- **1986-87:** J. Azua en un viaje de formación a Universidades privadas de EE.UU conoce las ideas de Porter.
- **1989-90:** La consultora Monitor, con Porter al frente, elaboran el informe "La ventaja competitiva de Euskadi" (Ekonomiaz, 1991).
- **1991-1995:** Se van constituyendo las primeras asociaciones cluster
- **1996-1999:** En enero de 1997 se firma el Acuerdo de Colaboración para 3 años con las 7 primeras Asociaciones Cluster (financiación por parte del Gobierno y compromisos de la Asociación de llevar a cabo planes de acciones conjuntos y dinamizar una serie de comités en áreas estratégicas (tecnología, calidad e internacionalización))
- **2000-....:** Consolidación de las Asociaciones Cluster como instrumento de Política Industrial del País Vasco, dada su alta potencialidad para generar mejoras competitivas.
- **2006....:** La Dirección de comercio del Gobierno Vasco propone liderar iniciativas cluster con el sector comercial como protagonista. "Elkargurne"
- **2008-....:** apoyo transitorio (3 años) a la formación de nuevos cluster con la "orden precluster"



En el País Vasco...

- Existe un marco normativo que da soporte a la financiación de los proyectos y la operativa de las **“asociaciones cluster”** que facilitan las dinámicas de cooperación entre las empresas del cluster. (Orden de ayudas 28-XII-2000)
 - Hay **once** clústeres **“prioritarios”** en torno a los que se estructura la política industrial del Gobierno Vasco.
- Existe un marco normativo de apoyo a iniciativas cluster en proceso de desarrollo y consolidación: **“orden precluster”** => la solicitan asociaciones que se constituyen con el fin de consolidarse como asociaciones cluster; o asociaciones ya existentes que se reformulan hacia este objetivo. (Orden de ayudas 20-X-2009)





Iniciativas cluster

Aportaciones

- **Para la Administración:**
 - **Proactividad**
 - **Proximidad**
 - **Realismo**
 - **Economías de escala en el diagnóstico y en las acciones.**
 - **Contar con la figura de un gestor del cluster para “dirigir-encaminar”, dinamizar... al sector.**
 - **Segmentación: se apuesta por determinados sectores con más peso o potencial aunque esto también puede ser objeto de crítica**





Iniciativas cluster

Aportaciones

- **Para las empresas:**
 - Alcanzar masa crítica (potenciando iniciativas conjuntas pre-existentes o de nueva creación) lo que ayuda a: sobrevivir, generar mayor valor agregado, obtener ventajas en los aprovisionamientos, poder de negociación en las ventas, acceder a nuevos mercados...
 - Externalizar tecnología e información: recursos a compartir por todas las empresas del cluster
 - Vehículo de interlocución para consensuar estrategias (Refuerzo de las estructuras sectoriales)
 - Actuaciones estratégicas enfocadas sectorialmente (partiendo de una reflexión sobre la situación sectorial)
 -



Resultado de una iniciativa cluster apoyada con una asociación cluster

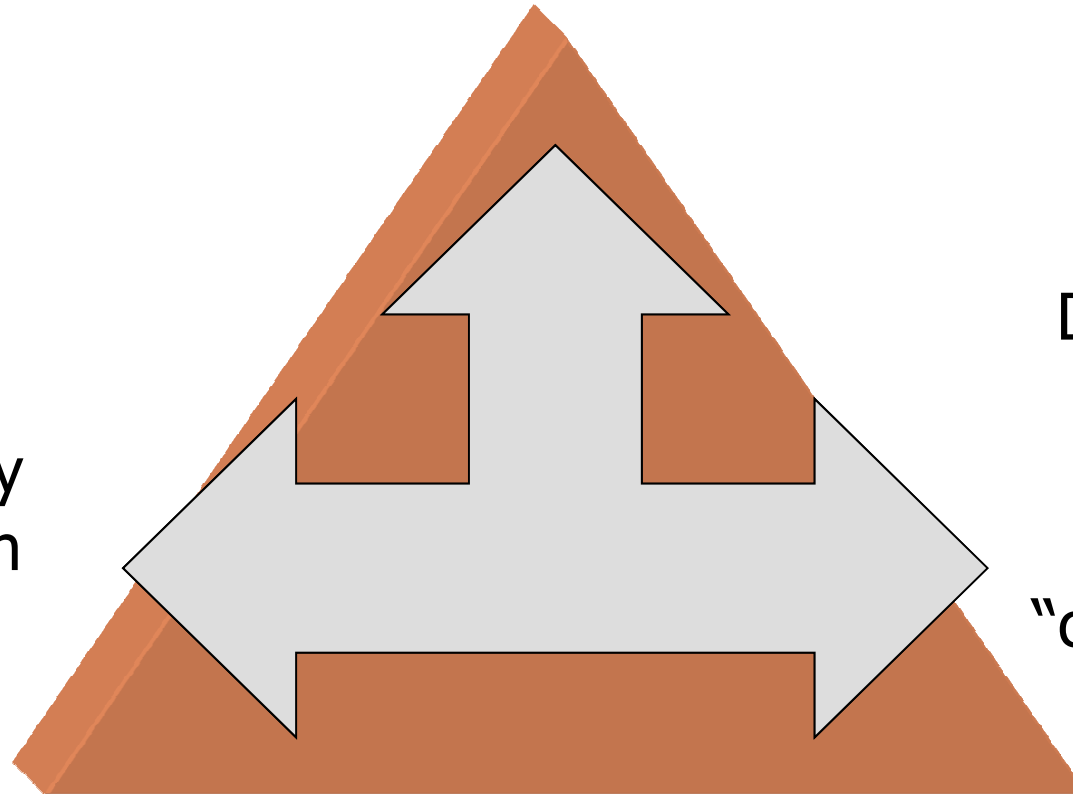
Colaboración


Grupos de trabajo con apoyo y legitimación

Dinámicas de trabajo en grupo que facilitan el "conocimiento"

Encuentro

Interacción





¿Se puede asegurar el éxito de una iniciativa cluster?

No



Puede no despegar

Puede no consolidar

Hay posibilidad de aprendizaje pero no de mimetización desde iniciativas exitosas →

NO HAY DOS CONTEXTOS EXACTAMENTE IGUALES





Una visión crítica sobre el intervencionismo gubernamental...

Las medidas de impulso de los “policy maker” actúan directamente sobre la formación del cluster o sobre sus empresas, y sería más efectivo que actuasen sobre las **condiciones de partida** que pueden dar lugar al surgimiento del cluster (sobre la demanda, la oferta...)

Hay muchas iniciativas cluster que fracasan, aún cuando están presentes los agentes clave y se han llevado a cabo los procedimientos correctos. Hay una gran dosis de suerte y capacidades que se combinan con éxito cuando se pone en marcha una iniciativa cluster que se consolida en el tiempo.

Breshnahan, T; Gambardella, A. & Saxenian, A. (2001): “Old Economy” Inputs for “New Economy” Outcomes: cluster Formation in New Silicon Valleys, Industrial and Corporate Change, Vol. 10 nº 4. pp. 835-859.





INDICE


I. INTRODUCCION

- ❖ La importancia de la colaboración interempresarial
- ❖ El "cluster" como herramienta de cooperación interempresarial
 - las Asociaciones Cluster del País Vasco: clusters prioritarios y preclusters.

II. POLITICAS Y PROGRAMAS DEL GOBIERNO VASCO PARA EL FOMENTO DE LA COOPERACION INTEREMPRESARIAL INVOLUCRANDO AL SECTOR COMERCIAL.

- ❖ Antedecentes en el PCEIS 2006-09: el proyecto "Elkarguneak"
 - Misión y Objetivos y líneas estratégicas de actuación de los "Elkarguneak"
 - Estudio UPV-EHU: el pequeño comercio minorista ante el reto de la cooperación interempresarial
- ❖ ¿Y en los preclusters: se ha integrado al pequeño comercio minorista?
- ❖ Programa de fomento a la cooperación interempresarial en el Plan de adaptación del comercio 2015

III. LOS CLUSTER CULTURALES COMO HERRAMIENTA DE REGENERACION URBANA

- ❖ El valor de la economía creativa en la vitalidad y viabilidad de una ciudad
 - ❖ ¿qué es un cluster cultural?
 - ❖ Los principios de la economía creativa
 - ❖ Hacia un modelo evolutivo de los Centros Comerciales Abiertos basado los cluster culturales
- 



¿Participa la empresa comercial en las iniciativas cluster del PV?

Participación comercial minoritaria y nula representatividad del pequeño comercio tradicional



¿se puede desarrollar un cluster con el sector de la distribución comercial minorista como “protagonista”?





El proyecto “**Elkargune**” (Clustes en torno al sector de la distribución comercial) no llegó a fraguar, pero hay alguna iniciativa de cooperación que se está desarrollando en el sector comercial y que tuvo su “origen” en aquel proyecto traccionada inicialmente desde las Federaciones de Comercio y actualmente por el GV (Proyecto Firmaz).



¿Trasladamos la herramienta al ámbito comercial????





Niveles de relación

- **Horizontal:** entre empresas al mismo nivel de la cadena de valor, que se encuentran con problemáticas comunes que pueden resolver conjuntamente y reforzar su competitividad individual (Ej.: provisión de determinados servicios de forma común, etc.)
- **Vertical:** entre empresas situadas en distinto nivel de la cadena de valor y por tanto, no competidoras (relación cliente-proveedor)
- **Transversal:** sectores/instituciones conexas que se benefician y aportan valor a la red de colaboración (Asociaciones empresariales, Centros tecnológicos, Instituciones académicas, Agencias de desarrollo, Departamentos de promoción económica local, provincial o regional...)





Políticas y Programas de fomento a la cooperación interempresarial

Antecedentes:

Plan de Competitividad 2006-2009. Gobierno Vasco

Líneas Estratégicas en Comercio

1	Cooperación espacial y territorial
2	Cooperación sobre procesos empresariales (en este ámbito se contemplaba el desarrollo de plataformas Elkarguneak)
3	Innovación y Excelencia empresarial
4	Gestión y Difusión del Conocimiento
5	Ordenación comercial (revisión de normativa comercial)



- Dirección de Comercio.

Eje 2: Cooperación sobre procesos empresariales

P3 Plataformas de colaboración interempresarial en la cadena productivo-distributiva: Elkarguneak

Objetivos

- Definición y puesta en marcha de estructuras de colaboración **interempresarial y publicoprivada** en la dinámica de los **clusters industriales**, para favorecer el desarrollo de estrategias y proyectos **productivo-distributivos** integrales; el desarrollo de funciones productivas compartidas y la obtención de economías de escala; así como, en general, la colaboración y estímulo de proyectos que favorezcan la dimensión empresarial.

Acciones

- **Delimitación del concepto Elkargune y los criterios básicos para su desarrollo: modelo/s.**
 - Definición del marco de actuación y sus distintas vertientes de trabajo.
 - Definición de un modelo organizativo funcional base susceptible de ser adaptado a las distintas realidades sectoriales.
- **Puesta en marcha y desarrollo monitorizado de experiencias en los siguiente ámbitos sectoriales:**
 - Alimentario.
 - Equipamiento personal (Textil).
 - Equipamiento de Hogar (Mueble y decoración).
 - Equipamiento de Hogar (Electrodomésticos y electrónica de consumo).
- **Informar y sensibilizar sobre la colaboración empresarial:** Difusión de prácticas exitosas, aprendizajes sobre los puntos críticos y las barreras a la colaboración.
- **Dinamizar y optimizar los programas y actividades de apoyo a la colaboración interempresarial.**



¿Qué pretendían ser los Elkarguneak?

Elkargune = Asociación Cluster

Asociaciones basadas en la colaboración público-privada en las que participan empresas tanto fabricantes como distribuidoras que ponen en marcha proyectos de cooperación (en procesos funcionales) para alcanzar objetivos comunes.

Cooperar para competir mejor










Eran una apuesta del Gobierno para una
transformación a largo plazo
del sector comercial





Ámbitos de actividad seleccionados

-  **1:** Muebles y equipamiento del Hogar
-  **2:** Alimentación
-  **3:** Equipamiento personal (textil y complementos)
-  **4:** Electrodomésticos y electrónica de consumo
-  **5:** Gestión de residuos comerciales





2. Misión de los Elkarguneak

Mejorar la competitividad del sector de la distribución comercial de la CAPV mediante la creación de un **foro único** de interlocución y trabajo en el que desarrollar proyectos conjuntos, entre empresas distribuidoras y empresas fabricantes del sector, con la colaboración de todos los organismos e instituciones con competencias en comercio.


Los Elkarguneak trabajarían para desarrollar proyectos que de forma individual ninguna de las empresas podría acometer por sí sola





Visión

Los Elkarguneak serán el **referente e interlocutor** válido en la CAPV para todas las actividades que mejoren la competitividad de las empresas de distribución comercial de la CAPV a través de **proyectos de colaboración interempresarial** horizontal (en funciones) y vertical (en procesos productivo-distributivos).





Estudio UPV/EHU 2006:

el pequeño comercio ante el reto de la cooperación

- Análisis de **viabilidad** del Proyecto:
 - Encargado a la Universidad del País Vasco (Instituto de Economía Aplicada a la empresa)

eman ta zabal zazu

universidad
del país vasco



euskal herriko
unibertsitatea


Instituto de Economía Aplicada a la Empresa
Enpresari Aplikaturiko Ekonomi Institutua





Viabilidad del proyecto

• Metodología de investigación

- Entrevistas personales cualitativas: 22
 - Perfil del entrevistad@:
 - ✓ responsables institucionales con competencias en comercio
 - ✓ empresariado del sector
 - Duración media de cada entrevista: 90 minutos
 - Cuestionario semiestructurado
 - Ámbito geográfico: CAPV
 - Período de realización: Febrero – Junio 2006
-
- Valorar la iniciativa y su grado de aceptación
 - Posibles participantes
- 




Viabilidad de proyecto

• Valoración de la iniciativa

Principales dificultades
Perfil personal de los comerciantes, en general poco dados a colaborar
Heterogeneidad de los distintos subsectores comerciales. Proyecto complejo
Dificultad de "ver" el proyecto: en qué consiste, para qué sirve, en qué asuntos concretos se puede colaborar sin pisar competencias de otras organizaciones...
Atomización del sector
No se ha interiorizado la innovación
Financiación; Cuál es el coste asumible por las empresas para participar en un proyecto de estas características

Posibilidades
Impulsar acciones que de manera individual no sería posible
Acceder a información actualizada sobre temas relevantes para el sector y participar en decisiones que les afectan
Asumir un papel de interlocución activo; valorar al sector como se merece
Aumentar el conocimiento entre las empresas que participan en el mismo subsector de actividad
Aprovechar la capacidad de liderazgo de algunos empresarios
Eficiencia del tiempo al contar con una sola plataforma de interlocución y debate





Viabilidad del proyecto

- **Factores condicionantes de éxito**

- El ámbito de actuación de los Elkarguneak no debía solaparse sino complementar el de otros organismos o instituciones ya existentes
- Sensibilización, asunción y participación activa en el proyecto por parte de los implicados
- Clave contar con el liderazgo de empresarios que ejerzan de elemento catalizador

Ser paciente...son procesos lentos, pues exigen cambios de mentalidad en el modo de trabajar





Análisis por subsectores...

 **1:** Muebles y equipamiento del Hogar

 **2:** Alimentación


eman ta zabal zazu

universidad
del país vasco



euskal herriko
unibertsitatea

Instituto de Economía Aplicada a la Empresa
Enpresari Aplikaturiko Ekonomi Institutua






Resultados: Muebles y equipamiento del Hogar

1. Los fabricantes (Azkue, Treku, Danona, Lan Mobel): todos dispuestos a colaborar
2. Los distribuidores: mayoritariamente dispuestos
 - ✓ Algunos grandes: reticencias "no tiene nada que ganar y mucho que perder"
 - ✓ Los más pequeños: falta de tiempo "la gestión diaria les absorbe"





Resultados: Alimentación

1. Muy diferente problemática en la cadena de valor:
 - ✓ El sector extractivo pesquero es fuerte en el País Vasco
 - ✓ La producción en frutas y hortalizas en el País Vasco es escasa: los mayoristas
 2. Las competencias del sector primario en alimentación (fresca) están en el Departamento de Agricultura, Ganadería y Pesca:
 - ✓ Iniciativas no coordinadas con D. Comercio
- 



Conclusiones

- Había situación favorable para iniciar el proceso de formalización del Elkargune en Muebles y equipamiento del hogar.
- Era problemático iniciarlo en Alimentación:
 - ❖ Había que establecer mecanismos de coordinación entre los Departamentos del Gobierno Vasco implicados y retomar actividades de foros como la mesa de la carne o el foro de pesca.
 - ❖ Había que retomar medidas de apoyo al asociacionismo e impulso de las relaciones interempresariales, canalizadas desde las Federaciones de Comercio.





Recomendaciones finales

- Si había interés por parte de Gobierno en formalizar una de las plataformas, convenía no dilatar el proceso de constitución para no perder el impulso del interés suscitado.
 - El proceso de investigación (e información al empresariado) finalizado en Noviembre de 2006, había creado un clima de expectación con esta iniciativa.



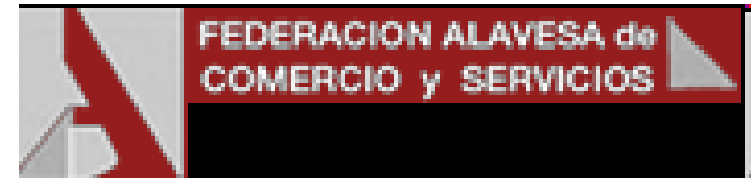


Euskomer en acción

- Federación Mercantil Gipuzkoa:



- Federación Alavesa de comercio y servicios:



- Consejo empresarial de comerciantes de Bizkaia:





Situación de la iniciativa Elkarguneak

- No **se constituyó formalmente** ninguna plataforma Elkarguneak.
- Se comenzó **apoyando los proyectos de colaboración** que suscribían la filosofía de colaboración en procesos funcionales, para crear o fomentar unas mejores condiciones de partida, antes de acometer formalmente el proceso de constitución de los Elkarguneak. (Ej. Proyecto “firmaz”)






El proyecto Firmaz

Consiste en crear una colección de prendas para mujer (en un principio), de tal forma que los comercios de la CAPV interesadas puedan vender, obteniendo de ellos un buen margen de beneficio.

Un grupo de personas han diseñado, el tejido se compra a Turquía, Marruecos y Francia, se confecciona en Marruecos y se distribuye mediante una empresa de Irún con sede también en Casablanca.

Los comercios interesados en participar hacen un pedido, creando entre todos un PEDIDO GLOBAL, así los costes son mucho menores, y el margen que le pueden aplicar es bastante mayor

También la idea es que funcionen entre los propios comercios jugando con el stockaje. No pretende ser una marca en un principio, sino un producto de proveedor, que le permita a la tienda multimarca aplicar un margen más alto del habitual.



http://www.elcorreo.com/vizcaya/v/20100308/vizcaya/comerciantes-vizcainos-fabricaran-ropa-20100308.html

08-03-2010

Edición: Vizcaya | Ir a Edición Alava » | Personalizar ▾ | 6 octubre 2010 | Clasificados 11870.com | Vivienda Empleo Coches mujerhoy.com Hoyvino

Portada Local Deportes Economía Más Actualidad Gente y TV Ocio Participa Blogs Servicios Buscar IR

Margen izquierda Margen derecha Duranguesado Costa Nervión Ibaizabal La Rioja Guipúzcoa Miranda Proyectos Bilbao La Mirilla

Estás en: Vizcaya - El Correo.com > Noticias Vizcaya > **Comerciantes vizcaínos fabricarán la ropa en Marruecos para abaratar costes**

VIZCAYA

Comerciantes vizcaínos fabricarán la ropa en Marruecos para abaratar costes

Una delegación de 24 empresarios cruzará esta semana el Estrecho para establecer alianzas

08.03.10 - 09:06 - LUIS GÓMEZ Igomez@diario-elcorreo.es | BILBAO.

★★★★★ 5 votos | 48 Comentarios | Comparte esta noticia. »

Me gusta | Twittear 0 | Compartir

NOTICIAS RELACIONADAS

- NOTICIA Escasez de personal cualificado
- NOTICIA Campaña de África

Antes de que la crisis castigue con más crudeza al comercio minorista, los empresarios vizcaínos se han puesto las pilas y han recogido el guante lanzado por el secretario general del Consejo de Comercio (Cecobi). En una entrevista a este periódico, Julián Ruiz les recomendó apostar por la cooperación para mejorar su «competitividad» y hacer frente con mayores garantías a la compleja coyuntura económica. El directivo insistió en la necesidad de impulsar «alianzas» dentro del pequeño comercio para plantar cara a las grandes superficies y ganar cuotas de mercado.

Dentro de las iniciativas pergeñadas por Cecobi para revitalizar el sector destaca la que afectará en primer término al negocio textil. No en vano, la caída de ventas el año pasado golpeó especialmente a los establecimientos de alimentación, equipamiento del hogar y bienes de consumo, con retrocesos que oscilaron entre el 3% y el 9%.

Los propietarios de tiendas de ropa han orientado su mirada hacia el continente africano, concretamente hacia Marruecos, para «dinamizar su tejido». La misión -bautizada con el nombre 'Internacionalización de compras'- tiene como objetivo prioritario mejorar los márgenes empresariales

SÉ EL SIGUIENTE MILLONARIO
129.000.000 € en Euromillones

Este viernes no dejes escapar los más de 21.463 millones de pesetas que trae el Bote de Euromillones.

Juega por internet de forma



RUN

Mugan participará en el nuevo Proyecto de Cooperación Textil del País Vasco FMZ

09.07.11 - 02.07 - MAJ | RUN

Mugan, la asociación del comercio, hostelería y servicios de Irún, con el apoyo del Gobierno Vasco, participa en el nuevo Proyecto de Cooperación Textil del País Vasco FMZ. El objetivo de esa iniciativa es que los comerciantes de Irún que quieran mejorar su competitividad, incrementando los márgenes de beneficio, pero manteniendo la calidad de los productos, lo hagan a través de un proyecto de "Central de Compras". Este está orientado a comercios del sector textil multimarca de moda femenina (joven/mujer actual) de un segmento medio alto, es decir, con un ticket de venta superior a 50-120 euros.

Las ventajas que se proponen son la gestión de todo lo relacionado con los diseños de colecciones y repeses por temporada, la selección de tejidos y confección en mercados exteriores (Marruecos, Turquía...) o su distribución entre otras cosas. Todo esto con el fin poder competir como los grandes formatos comerciales, aumentar la competitividad y mejorar los márgenes comerciales manteniendo la calidad.

Presentación

Con la presentación se quiere identificar a los interesados para su participación en la temporada primavera-verano 2010. El próximo martes, día 12, a las 13:30 horas tendrá lugar la exposición del proyecto en el Antiguo Hospital, en la plaza Urdanibia, que tendrá una hora de duración. La razón de que se celebre al mediodía es que desde FMZ no quieren interrumpir el horario comercial de cada tienda. Todos los comerciantes que quieran ampliar la información deben confirmar su asistencia en el 943 622 429 o escribiendo un email a info@mugan-irun.com indicando sus datos.

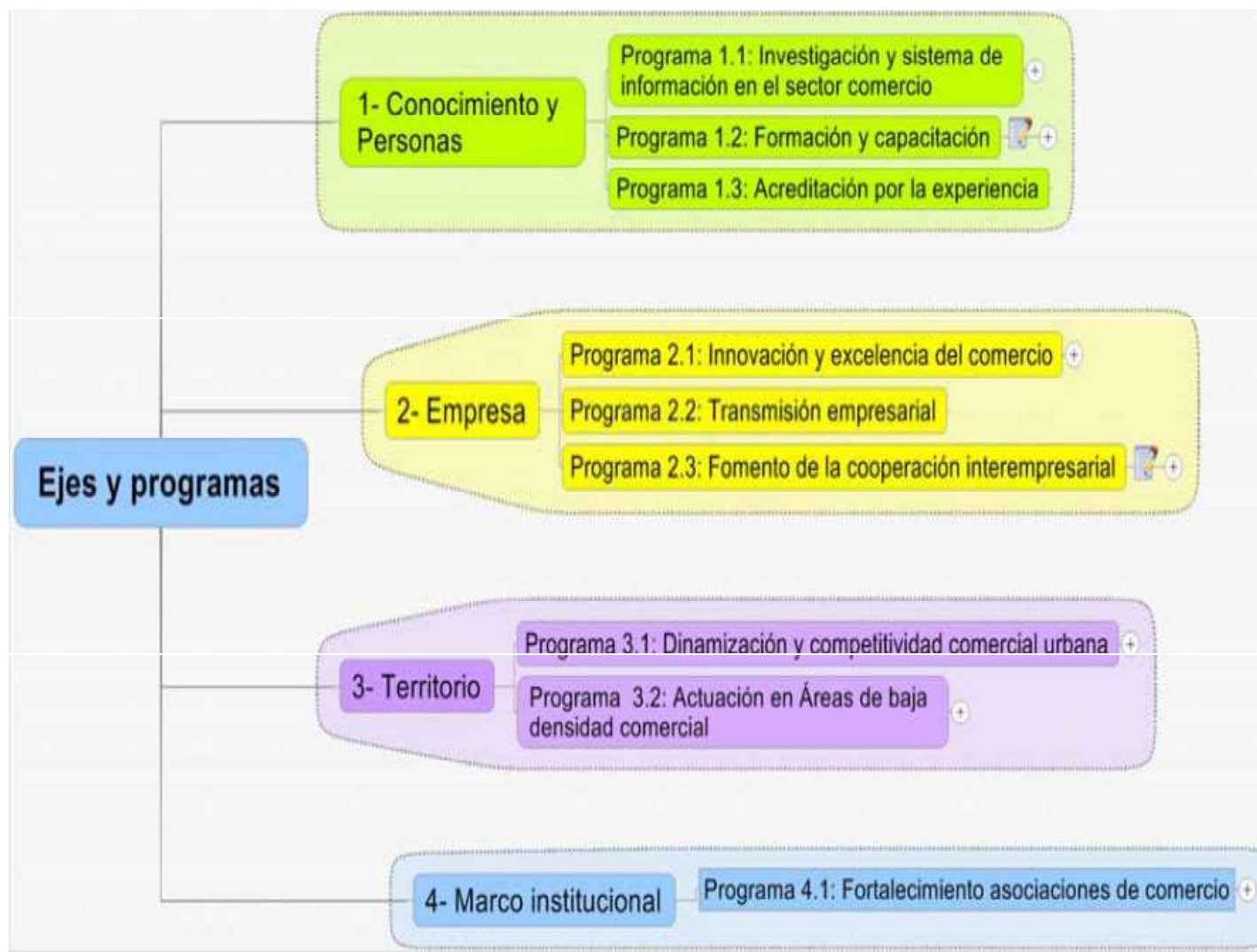


Plan de adaptación del comercio 2015

1. Programa de formación y sistema de información en el comercio.
2. Programa de formación y capacitación.
3. Programa de acreditación por la experiencia
4. Programa de innovación y excelencia en el comercio
5. Programa de transmisión empresarial
- 6. Programa de fomento de la cooperación interempresarial**
7. Programa de dinamización y competitividad comercial urbana
8. Programa de actuación en áreas de baja densidad comercial
9. Programa de fortalecimiento de las asociaciones de comercio.




EJES ESTRATÉGICOS Y PROGRAMAS





Programa de fomento de la cooperación interempresarial

FINALIDAD DEL PROGRAMA	Incrementar la colaboración vertical entre empresas, bien de manera directa, bien por medio de asociaciones expresamente constituidas al efecto , para el desarrollo de iniciativas que generen valor para el colectivo y redunden en una mayor eficiencia de la cadena de valor y, consecuentemente, una reducción del coste global de distribución.
GRUPO OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none">• Comerciantes• Euskomer
DESCRIPCION	Se pretende que a través de la colaboración el comercio minorista aproveche sinergias y alcance la masa crítica necesaria para poner en marcha nuevas iniciativas empresariales que redunden en mejoras de competitividad y eficiencia, tales como un acceso más fácil a los mercados nacionales e internacionales, tanto para la distribución (marcas...) como para el aprovisionamiento etc. a través de figuras asociativas apropiadas, tales como los clústeres (vinculando a fabricantes, distribuidores mayoristas, comercios, etc.) u otras figuras como consorcios con alcance más limitado.
COMPONENTES	El programa comprende actuaciones tanto a nivel del conjunto de la cadena de valor de la distribución sectorial (clústeres) como a nivel de agrupaciones definidas en torno a líneas de colaboración limitada a procesos específicos. En ambos casos se apoya la formación de las correspondientes agrupaciones, la formulación de estrategias del consorcio y actuaciones concretas orientadas a la mejora de la competitividad de las empresas agrupadas





Reflexiones finales: cooperación interempresarial y en la cadena de suministro

- El desarrollo de los procesos de colaboración es un proceso que requiere un **horizonte temporal largo**
 - Los primeros pasos en su configuración pueden ser imperceptibles: establecimiento de la red de **relaciones interpersonales**.
 - Hay que empezar por proyectos con poca implicación/compromiso para **ir avanzando** hacia proyectos con mayores implicaciones





EL CORREO

Nuevas tecnologías

El comercio vizcaíno despliega una red contra la crisis

Medio centenar de pequeños negocios de la provincia se unen en una plataforma de venta on line

15.04.11 SILVIA OSORIO | SANTURTZI.

El pequeño comercio de Vizcaya se sube al carro de las nuevas tecnologías. Y lo hace para salvar unos negocios muy mermados por culpa de la crisis. Un total de 47 establecimientos de Bilbao, Barakaldo, Santurtzi, Leioa, Getxo, Sestao y Trapagaran ya ofrecen sus productos a través de la nueva plataforma de venta on line Auzonet (www.auzonet.net), una multi-tienda impulsada por las asociaciones de comerciantes donde pueden confluir todo tipo de productos. Cada día se van incorporando nuevos establecimientos. «Para el verano esperamos que haya adheridos cerca de 500 comercios», señaló ayer Javier Royo, director del nuevo portal.





Tipos de relaciones entre las empresas de un cluster

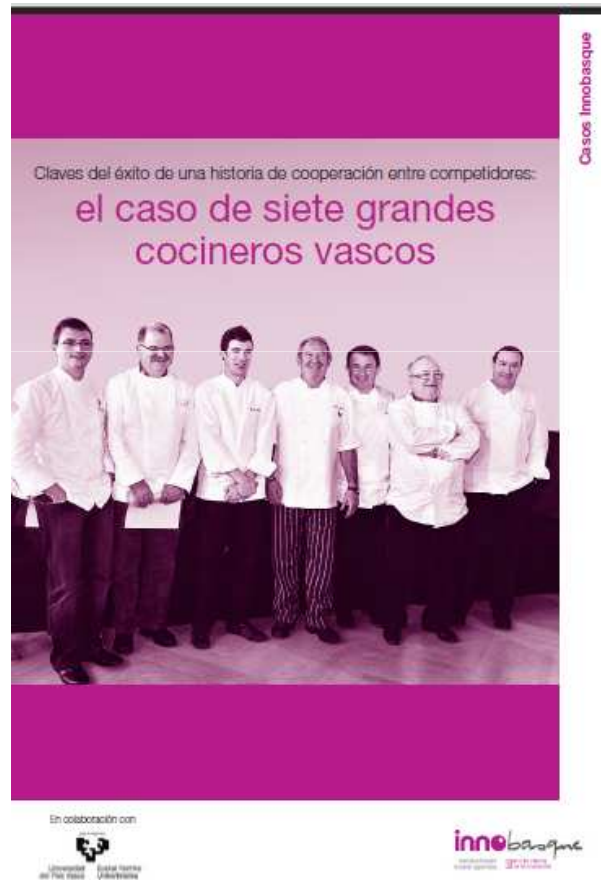
- **Vínculos informales:**
 - es más probable que surjan en niveles locales y están basados en relaciones personales, reglas comunes y visiones compartidas.
 - La claves son la confianza y el capital social
- **Vínculos formales:**
 - relaciones comerciales
 - hay compromisos de participación estatutariamente establecidos si la asociación cluster está formalizada.





Un caso de estudio

Autoras: M^a Soledad Aguirre García, Covadonga Aldamiz-echevarría González de Durana y M^a Gloria Aparicio de Castro (Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea)



Este caso presenta la colaboración entre un grupo de cocineros vascos que, unidos por unos ideales vinculados con la transmisión de la cultura y gastronomía vasca, han conseguido unos objetivos que hace 35 años eran del todo impensables: colocar a Donostialdea y, en general, al País Vasco como referente internacional de la alta cocina.

Como en todo grupo humano, ha habido en ocasiones desencuentros que se han subsanado gracias a la presencia de distintos miembros en el grupo capaces de limar asperezas pero, sobre todo, gracias a que todos ellos tienen y han tenido siempre presente que mucho más importante que el beneficio personal es el del grupo, incluyendo dentro del grupo no sólo al resto de cocineros, sino también a todos los colaboradores de su entorno.

<http://www.innobasque.com/home.aspx?tabid=1058&idElementoBiblioteca=155>





INDICE


I. INTRODUCCION

- ❖ La importancia de la colaboración interempresarial
- ❖ El "cluster" como herramienta de cooperación interempresarial
 - las Asociaciones Cluster del País Vasco: clusters prioritarios y preclusters.

II. POLITICAS Y PROGRAMAS DEL GOBIERNO VASCO PARA EL FOMENTO DE LA COOPERACION INTEREMPRESARIAL INVOLUCRANDO AL SECTOR COMERCIAL.

- ❖ Antecedentes en el PCEIS 2006-09: el proyecto "Elkarguneak"
 - Misión y Objetivos y líneas estratégicas de actuación de los "Elkarguneak"
 - Estudio UPV-EHU: el pequeño comercio minorista ante el reto de la cooperación interempresarial
- ❖ ¿Y en los preclusters: se ha integrado al pequeño comercio minorista?
- ❖ Programa de fomento a la cooperación interempresarial en el Plan de adaptación del comercio 2015

III. LOS CLUSTER CULTURALES COMO HERRAMIENTA DE REGENERACION URBANA

- ❖ ¿Qué es un cluster cultural?
 - ❖ Los principios de la economía creativa
 - ❖ Hacia un modelo evolutivo de los Centros Comerciales Abiertos basado los cluster culturales
- 



¿Qué es un cluster cultural?

- El cluster cultural supone un estadio evolutivo en la utilización de la cultura y el arte como elemento de regeneración urbana
 - 1º etapa: utilizar un “buque insignia” para posicionar culturalmente la ciudad. Ej. Guggenheim Bilbao
 - 2º etapa: crear una amplia agenda cultural y reactivar la actividad de museos y teatros
 - 3º etapa: crear espacios, distritos (“quarters”) o contextos sociales (“milieus”) como entornos proclives para la producción cultural y la creatividad dentro de la ciudad.





Tipología de clusters culturales: dimensiones de clasificación

1. Grado de integración/relación “horizontal”
2. Grado de integración/relación “vertical”
3. Estructura organizativa del cluster
4. Modelo/esquema de financiación del cluster
5. Modelo/esquema de co-participación de los miembros en los programas y espacios de actuación del cluster
6. Origen y vías de evolución del cluster
7. Finalidad/ámbito urbano de actuación del cluster





Objetivos perseguidos...

- Reforzar la identidad, poder de atracción y posicionamiento de un lugar: marketing de lugares <http://www.sansebastian2016.eu/web/guest/inicio;jsessionid=A5C5DD6EE3B5EAF256DF71862FF0A9FC>

- Fom **ECONOMIA CREATIVA** "arrial"
del arte y la cultura



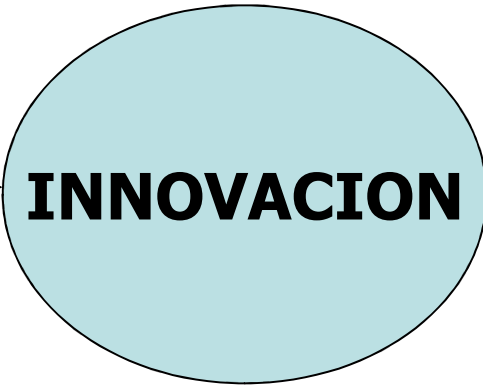
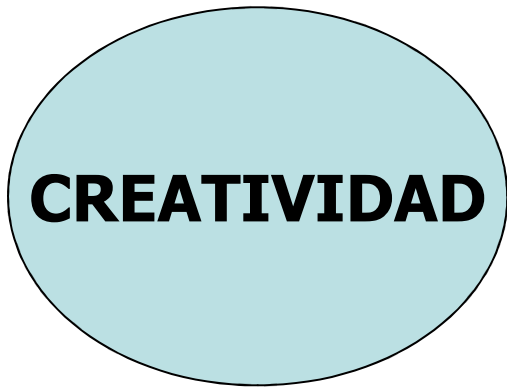
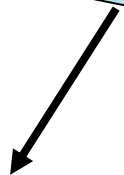


¿En qué se basa la aportación de la economía creativa?

Frente a sectores y modelos económicos en declive (la industria tradicional), la “industria” creativa está auge:

- Riqueza económica: en número de empresas crece entre un 5%-20% anual (Fuente: http://creativeclusters.com/?page_id=233)
- Riqueza cultural: la creatividad es la base de la **INNOVACION**







¿Cuáles son las “industrias creativas”?

- Arquitectura
- Publicidad y marketing
- Artesanía
- Diseño
- Producción audiovisual, vídeo, animación, cine.
- Diseño gráfico
- Software, Internet, videojuegos, multimedia
- Música
- Televisión y radio
- Teatro y artes escénicas
- Libros, editorial, escritura
- Artes visuales y plásticas





Concentración del empleo industrias creativas por ciudades

- New York: 3,7%
- Rio: 3%
- Vienna: 2,8%
- Berlin: 2,7%
- Barcelona: 2,6%
- Amsterdam: 2,3%
- Auckland: 2,1%
- París: 1,8%
- Montreal: 1,7%
- Copenhagen: 1,7%
- London: 1,6%
- Dublín: 1,5%
- Toronto: 1,4%
- Manchester: 1,4%
- Glasgow: 1,2%
- Rotterdam: 1,06%

Fuente: Evans (2009)
Creative Cities, Creative Spaces and Urban Policies
Urban Studies, Vol. 46.(5&6), pp. 1003-1040.





La economía creativa es una pata más que contribuye a la estabilidad de la mesa, no el mantel para decorarla





¿y cómo se integran estos objetivos con los de impulso a la mejora de viabilidad y la vitalidad de una ciudad?

¿¿¿y que papel juega el comercio en todo esto???





Vitalidad y viabilidad de la ciudad

Vitalidad:

- Se refleja en el grado de actividad que existe en diferentes momentos y lugares del centro de la ciudad

Viabilidad:

- Se traduce en la capacidad del centro de la ciudad para atraer continuamente inversión, no sólo para mantener la actividad empresarial, sino para permitir la evolución y adaptación a necesidades cambiantes.

4 AS

Atracciones
Accesibilidad
Amenidades
Acción

PPP





PPP

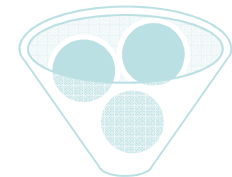
en la revitalización urbana...

Sinergias

- Por que hay sinergias entre los distintos agentes que tienen responsabilidades en el espacio público, los que conforman el ámbito empresarial, el ámbito residencial, la actividad social, ...

Cambio en la organización

- Representa una nueva forma de gobernanza: las actuaciones sobre la ciudad no pueden acometerse de forma aislada, por cada uno de los agentes -> El plan estratégico ha de tener una visión global de la ciudad e implementarse con la actuación sinérgica y el compromiso de todos los afectados/implicados



Colaboración





¿Quiénes serían los participantes?

- Ayuntamientos (urbanismo, cultura, deportes, comercio...)
 - Asociaciones de comerciantes zonales y/o gremiales
 - Asociaciones de vecinos
 - Centros de formación
 - Entidades financieras
 - Asociaciones culturales
 -
- 
- 




PPP



Según la comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones sobre la contribución de la política regional al crecimiento inteligente en el marco de Europa 2020 del 06 de Octubre del 2010, se dice textualmente:





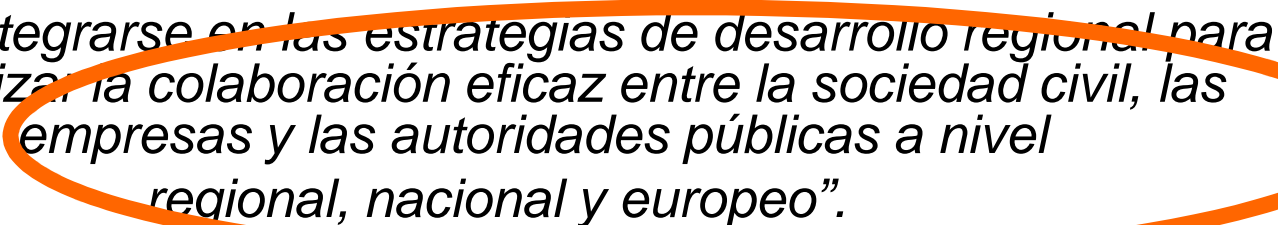
“La capacidad de la UE para salir de la crisis y superar los problemas a más largo plazo no solo reside en una base industrial fuerte, sino también en la creatividad y el talento de los ciudadanos, la gobernanza y los valores sociales sólidos (solidaridad, respeto del medio ambiente, apertura y diversidad cultural).

Las industrias culturales y creativas, que surgen a nivel local y regional, se encuentran en una posición estratégica para vincular la creatividad y la innovación.

Pueden contribuir a impulsar las economías locales, estimular nuevas actividades, crear puestos de trabajo, nuevos y sostenibles, tener un efecto importante de desbordamiento sobre otras industrias y aumentar el atractivo de las regiones y ciudades.

Las industrias creativas son, por tanto, catalizadoras del cambio estructural en muchas zonas industriales y rurales con potencial para rejuvenecer sus economías y contribuir a cambiar la imagen pública de las regiones.

Deberían integrarse en las estrategias de desarrollo regional para garantizar la colaboración eficaz entre la sociedad civil, las empresas y las autoridades públicas a nivel regional, nacional y europeo”.





En la base del cambio...

Tradicionalmente la cultura se ha ido aislando como actividad humana, reservada a unos pocos, siempre de “adorno” que nos podemos permitir las “sociedades desarrolladas” => El artista tiene un “don” mágico que el Estado o un mecenas ha de proteger.

En la “**nueva economía**” nos movemos hacia un mundo donde la materia prima es la información y los productos de más valor son las ideas y no los significados.

Productos no hechos por máquinas si no por la imaginación => La mente humana es creativa, algunas personas tendrán más habilidad que otras, pero la habilidad creativa no es magia,

SE PUEDE ENSEÑAR Y SE PUEDE APRENDER

SE PUEDE FORMENTAR!!!





La economía creativa en el mundo

Existe un “movimiento” mundial en torno al desarrollo de la economía creativa desde muy diferentes ámbitos.

Está siendo promovido por *gurus*, conferencias, congresos, representaciones institucionales (centros de cultura, universidades), gobiernos, redes supranacionales (ONU, OCDE y otras específicas),...





La economía creativa en las agendas de los gobiernos

- Los *policy makers* de países y regiones de todo el mundo han focalizado sus estrategias y planes de regeneración de las ciudades en la economía creativa.

Pero...

Hay un efecto “mee too” que lleva a una gran convergencia en las “medidas de impulso” e incluso en las “marcas” adoptadas para generar identidad propia: ciudad/barrios/distritos “de la cultura”, “inteligente” “creativo”, “de la ciencia”...

Crítica : Debe imperar la idiosincracia de cada lugar: su historia, sus costumbres, las formas de gobernanza, etc





¿y cómo se integran los objetivos de un cluster cultural con los de impulso a la mejora de viabilidad y la vitalidad de una ciudad?

¿¿¿y que papel juega el comercio en todo esto???





Una “ciudad” creativa no se puede construir como un catedral en un desierto: necesita vincularse y ser parte del entorno cultural existente. Es necesario apreciar la complejidad de las interdependencias y no simplemente usar una para explotar las otras





<http://creativeclusters.com>

Creative Clusters

- A cluster of creative enterprises needs much more than the standard vision of a business park next to a technology campus. A creative cluster includes non-profit enterprises, cultural institutions, arts venues and individual artists along side the science park and the media centre. Creative clusters are places to live as well as to work, places where cultural products are consumed as well as made. They are open round the clock, for work and play. They feed on diversity and change and so thrive in busy, multi-cultural urban settings that have their own local distinctiveness but are also connected to the world.






<http://creativeclusters.com>

*“Un cluster de empresas creativas necesita mucho más que la visión estándar de un parque empresarial al lado de un campus de tecnología. Un cluster creativo incluye organizaciones no lucrativas, instituciones culturales, lugares de artes y artistas individuales al lado de parques tecnológicos **y centros mediáticos.**”*

Los cluster creativos son sitios para vivir así como trabajar, sitios donde los productos culturales son tanto consumidos como creados.

*Están abiertos veinticuatro horas, para el trabajo y el juego. Alimentan la diversidad y el cambio; prosperan en enclaves urbanos activos y multiculturales que tienen su propia identidad local, pero que también **están conectados con el mundo**”.*





Los Distritos Creativos surgen de las propias necesidades del sector creativo, que inducen a la concentración de este tipo de actividades/empresas de forma natural en aquellas zonas que sintonizan con las expectativas y estilo de vida de las personas creativas



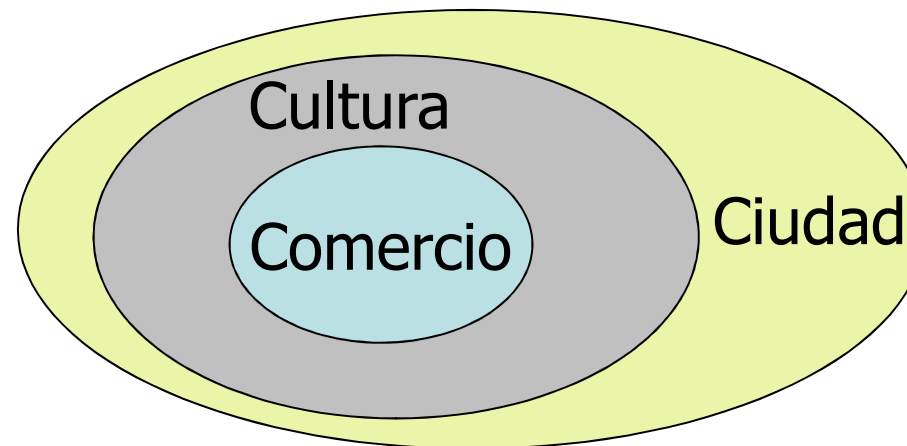


Hacia un modelo evolutivo

de Centros Comerciales Abiertos a los cluster culturales

El comercio da vida a la ciudad y la ciudad da vida al comercio

La cultura da soporte a la actividad comercial y la actividad comercial da soporte a la actividad cultural





Barrios/Distritos culturales

La consolidación de las actividades comerciales en una zona o barrio de una ciudad necesita desarrollar actuaciones junto a otras áreas estratégicas de gestión para conseguir dotar a ese entramado urbano de una **personalidad propia** que va más allá del Centro Comercial Abierto





CCA

CCA
+
PPP

Barrio/
Distrito
cultural





El barrio de la cultura Soho Málaga



- Se proyecta un distrito cultural -un soho malagueño-
 - Es parte del Casco Histórico, estratégicamente ubicado y con un Centro de Arte Contemporáneo.
- Para ello es necesario fomentar la vida artística y social de las calles, con iniciativas novedosas o con el traslado de algunas de las que ya se celebran en otros puntos de la capital.
 - Estrategias:
 - 1º - Peatonalización de la vía céntrica (concepción similar a la de la Rambla de Barcelona)
 - 2º - Nexo de unión entre el Casco Histórico y el puerto con sus nuevos usos
 - 3º - Se pide la agilización de los trámites burocráticos de las licencias de apertura de bares, restaurantes, comercios en ese entorno
 - 4º - Relanzamiento del uso residencial de esta zona, incentivando la rehabilitación de viviendas y la transformación de las antiguas oficinas en desuso



El Barrio de la cultura- Soho Malaga

Fecha actualización: 2011-06-22 18:10:00



El Soho Malaga el Barrio del Arte, una idea originalmente surgida de un grupo cultural de **Málaga**, poco a poco está tomando cuerpo. El barrio está ubicado entre la calle Alemana y la Plaza de la Marina, la Alameda Principal y el **Puerto**.

+ añádemelo

La iniciativa está inspirada en el **Soho de Nueva York**, un antiguo barrio de fabricas que se convirtió primero en un popular vecindario de artistas durante los 60 y 70, antes de subir por la escala socioeconómica, dando lugar a galerías, boutiques, restaurantes exclusivos junto a nuevos inquilinos, los yuppies.

Con una superficie del casi 50 % del **centro histórico de Málaga**, esta zona entre mar, río y el Paseo del Parque alberga el Centro de Arte Contemporáneo (CAC), linda con el puerto y está muy cerca a la estaciones de autobuses, tren y tren de cercanías.

La plaza del CAC hospedará cada tercer domingo del mes un mercadillo de artesanía, donde se pueden encontrar a precios asequibles desde jabones ecológicos, relojes, bolsos elaborados con vinilos, adornos de croché, hasta joyería afgana o diseños con materias reciclados, cuadros y fotografías, pinturas, serigrafías, etc.

Esta muestra artesanal, que tendrá lugar de 10.00 a 15.00 horas en la plaza del CAC. Este edificio construido en la década de los 40 del siglo XX, que actualmente es sede del Centro de Arte Contemporáneo de Málaga, es uno de principales ejemplos de la arquitectura racionalista andaluza.

El CAC Málaga está situado en la calle Alemana, junto al río y a poca distancia del puerto, del paseo del Parque y el centro histórico de la ciudad. Se puede llegar en transporte público en el tren de cercanías a Málaga centro (Alameda Principal).



Manchester



Con la intención de plasmar una nueva identidad la ciudad, de marcado carácter industrial, comienzan en el año 2000 sucesivos planes estratégicos sobre la ciudad.

El plan 2008-2010 pretende un posicionamiento global de la ciudad a través de la existencia de barrios de clase universal con potencial de imprimir carácter a la ciudad.

Uno de ellos es el Northern Quarter





Northern Quarter Manchester



- Es un barrio céntrico de la ciudad.
- Las estrategias y planes de actuación sobre el barrio en el Plan estratégico 2008-2012.
 - Mantener calidad histórica del barrio. Slogan: **“El secreto mejor guardado de Manchester”**
 - Atracción de empresas pioneras en diseño que no puedan costear una ubicación en zonas más valoradas de la ciudad.
 - Desarrollar un sistema complementario de transporte que revierta los resultados en este barrio céntrico, sobre otros barrios de la periferia





Northern Quarter Manchester

<http://www.plataformaurbana.cl/archive/2008/09/10/plan-estrategico-de-manchester-%E2%80%9Cmarketing-de-barrio%E2%80%9D-04/>



Northern Quarter (El Barrio Norte): es un barrio céntrico, creativo y bohemio de la ciudad de Manchester



Identidad del Barrio:


“El secreto mejor guardado de Manchester “

Diseñadores/as, agencias creativas, galerías de arte y tiendas peculiares (Affleck's Palace). Ampliando la oferta con bares, restaurantes y desarrollo residencial.

Vivitr-ocio-trabajar en el centro

Affleck's Palace: un paraíso comercial de cuatro plantas en medio del barrio artístico. Los jóvenes diseñadores ofrecen artículos de marca propia, cuero, segunda mano y mucho más, en un ambiente con identidad propia ligada a lo creativo y lo bohemio.





Dundee's Cultural Quarter (Escocia)



El barrio cultural de Dundee: Vete de compras especializadas por el Westport, visita el Sensation Science Centre, disfruta de alguna película o exposición en el Dundee Contemporary Arts o visita el famoso Rep Theatre de Dundee.

- Para llevar a cabo este proyecto han contado con distintas organizaciones: Universidad de Dundee, diferentes áreas municipales, la asociación de empresas locales, etc. Así como colaboraciones publico-privadas.

<http://international.visitscotland.com/es/descubra-escocia/mapa/perthshire/angus-dundee/>



Barrio de las letras (Madrid)

COMERCIO, CULTURA Y TURISMO

Además de los ecos de su esplendoroso pasado, en el Barrio de las Letras podrás encontrar una gran zona comercial, cultural y de ocio.

Estamos ubicados en el centro de Madrid y hemos sido un punto de referencia cultural para el resto de España.



http://es.wikipedia.org/wiki/Barrio_de_las_Letras

<http://www.barrioletras.com/>

El Raval (Barcelona)



A la Xarxa



Coordina:



La Fundació Projectes Notícies Agenda Recull de premsa Publicacions i memòries El Raval Contacta



http://es.wikipedia.org/wiki/El_Raval

<http://www.totraval.org/quisom#membres>

El Raval (Barcelona)



- El Raval atrae porque se trata de un área histórica, auténtica, llena de vida y con una personalidad plena. Es un barrio activo y multicultural que ofrece una amplia variedad de tentadores cafés, restaurantes y bares. El lugar además se hizo famoso porque alberga muchos estudios de arte, galerías y librerías modernas, además del imponente MACBA (museo de arte contemporáneo) y el CCCB (centro de exhibiciones).
- Salir de compras en el Raval es un placer gracias a las excepcionales boutiques que cubren las calles y que te brindan una experiencia de compra inolvidable. A diferencia del Eixample, con sus conocidas marcas de diseñadores, en el Raval descubrirás esas tienditas exclusivas que venden prendas que no encontrarás en ningún otro lugar.
- El Raval tiene vida día y noche, inunca te encontrarás sin bodegones que te tienten temprano en la mañana!





Entorno creativo Bilbao

La Vieja-Zorrozaurre



Creative!

- Plan de industrias creativas 2011-2013 (impulsado por Lan ekintza)
 - **Bilbi**: Proyecto, impulsado por Lan Ekintza, que se ha desarrollado para apoyar a la asociación de comerciantes y en el que se quiere involucrar a la hostelería, empresas "no comerciales" (agencia publicidad, estudios de arquitectura,...)
 - **Blv art**: promovido por el área de cultura y educación del Ayto. de Bilbao y dentro del Plan Especial de Rehabilitación de Bilbao La Vieja, San Francisco y Zabala.
 - **Zorrozaurre art working progress (ZAWP)**: Proyecto impulsado por una asociación cultural del barrio (La Hacería) para convertir la zona en un nuevo referente de creación e innovación.



ZAWP se enmarca en el Plan del Gobierno Vasco creado para Fomentar el uso de edificios antiguos y lugares en proceso de desertización o abandono.

BILBAO

El lehendakari visita la creatividad de Zorrozaurre

04.10.11 - 02:41 -

0 Comentarios |



2



0



★★★★★ 0 votos



El lehendakari Pabx López comprobó ayer la transformación artística que vive el barrio de Zorrozaurre. Los viejos pabellones industriales abandonados son ahora espacios modernos ocupados por jóvenes innovadores. ZAWP (Zorrozaurre Art Working Progress) es la nueva cara de esta zona gracias al proyecto de la Asociación Cultural Haceriak Arteak y la ayuda económica de la consejería de Cultura del Gobierno vasco. «Es una apuesta por los creadores vascos, es lo que hoy necesitamos en Euskadi», afirmó López. Una veintena de entidades creativas en distintas disciplinas se han instalado en las parcelas ofreciendo sus miradas más innovadoras.



El lehendakari Pabx López, en uno de los talleres de creación

PUBLICIDAD

[Hasta el 1 de marzo de 2012 3,40% TAE. Para nuevos clientes.](#)

[Cuenta NARANJA de ING DIRECT: 3,3% TAE y después sigue ganando todos los meses. Sin](#)

<http://www.euskadinnova.net/es/innovacion-social/noticias/programa-fabricas-creacion-habilitara-espacios-redes-entre-artistas/7219.aspx>



Bilbao La vieja - Zorrozaurre

Conexión

- La intención es que estas dos zonas estén muy conectadas y no que una sustituya a la otra. De hecho empresas que estaban instaladas en Zorrozaurre no están migrando a Bilbao la Vieja y viceversa.
- El concepto de Zorrozaurre y de Bilbao la Vieja es diferente. Las actividades llevadas a cabo en Zorrozaurre no pueden desarrollarse en espacios convencionales (locales más bien pequeños, que existen en Bilbao la Vieja)
- Tiene que haber un flujo de actividad y dinamización entre ambas partes a través de los paseos junto a la ría, bidegorris, etc.

