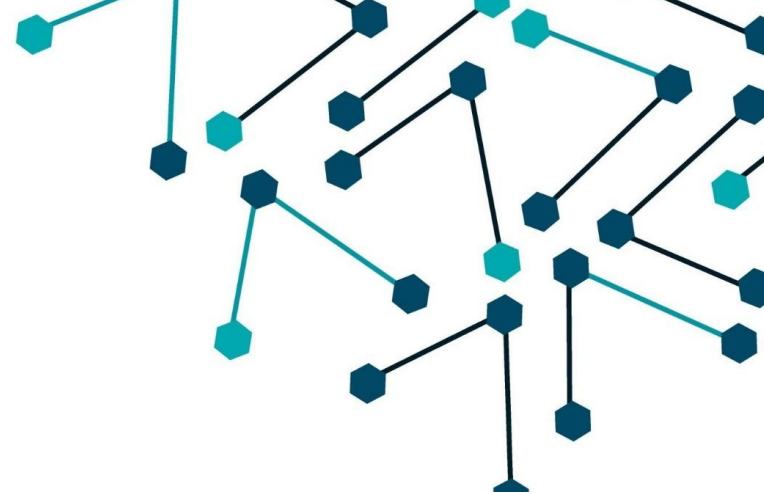




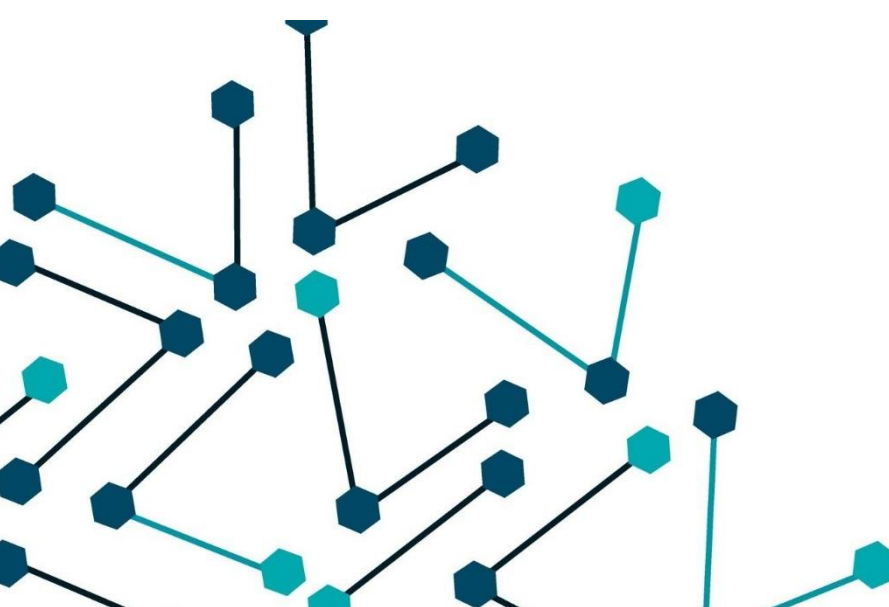
Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO

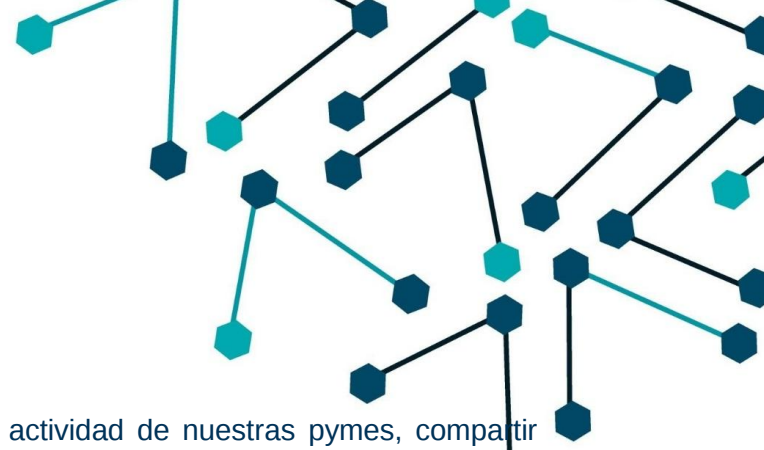
Encuentro de Innovación Abierta

Manual de conclusiones



Índice

1. **Presentación**
 2. **Participantes**
 3. **Mesas de trabajo y retos**
 - 3.1. **Mesa de trabajo 1. Tecnología en Biomedicina**
 - 3.2. **Mesa de trabajo 2. Energías Renovables y Eficiencia Energética**
 - 3.3. **Mesa de trabajo 3. Construcción y Obra Pública**
 - 3.4. **Mesa de trabajo 4. Aeronáutica y Automoción**
 - 3.5. **Mesa de trabajo 5. Turismo**
 - 3.6. **Mesa de trabajo 6. Creativo Cultural**
 - 3.7. **Mesa de trabajo 7. Tecnología**
 - 3.8. **Mesa de trabajo 8. Agroalimentario**
 4. **Comunicación**
 5. **Galería fotográfica**
 6. **Agradecimientos**
- 



1. Presentación

Con los objetivos de difundir y reconocer la actividad de nuestras pymes, compartir experiencias, debatir retos de futuro y propiciar el establecimiento de sinergias y posibles colaboraciones, Andalucía Emprende, entidad dependiente de la Consejería de Economía y Conocimiento de la Junta de Andalucía, celebró el pasado 22 de junio de 2016, en el Centro de Crowdfunding 'El Cubo', de Sevilla, el **Encuentro de Innovación Abierta**.

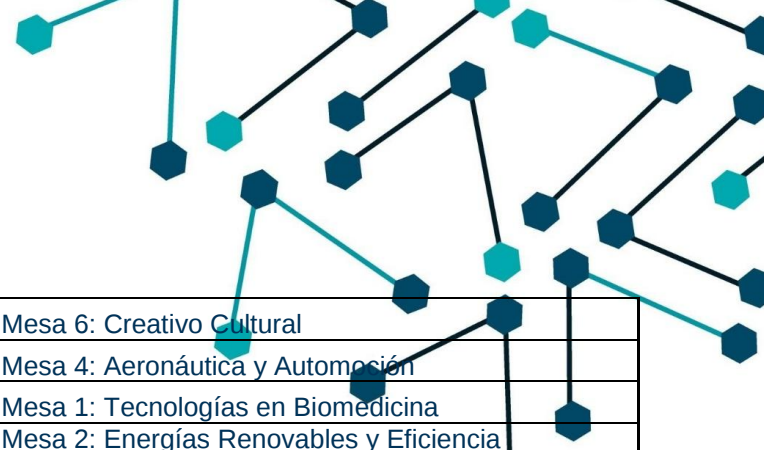
Más de un centenar de empresas (86 adscritas a Andalucía Emprende y 18 tractoras) y representantes de **24 instituciones públicas y privadas** participaron en este innovador encuentro, cuyo programa se desarrolló en dos partes diferenciadas: un acto de apertura, que contó con la participación del Consejero de Economía y Conocimiento, Antonio Ramírez de Arellano, y con la conferencia del economista José Carlos Díez, 'Economía y Emprendedores, una opción estratégica', al que asistieron más de 200 personas; y una sesión de networking, en torno a ocho mesas sectoriales de debate, una para cada sector estratégico en Andalucía (Tecnologías en Biomedicina, Energías Renovables y Eficiencia Energética, 'Construcción y Obra Pública', 'Aeronáutica y Automoción', 'Creativo-Cultural', 'Turismo', 'Tecnológico' y 'Agroalimentario'), en las que los participantes trabajaron, durante aproximadamente dos horas, en la búsqueda de soluciones a problemas habituales propios de cada sector, que fueron presentados como retos de las empresas tractoras e instituciones a las empresas incubadas en los Centros de Apoyo al Desarrollo Empresarial (CADE) de **Andalucía Emprende**.

Más de una veintena fueron los retos planteados, cuyas soluciones se votaron y jerarquizaron según su utilidad. Además, se debatió colectivamente de cada sector sobre lo que necesitan las empresas para trabajar en un entorno favorable, cuáles son las dificultades con las que se encuentran para ser más competitivas y qué espacios de cooperación existen entre ellas.

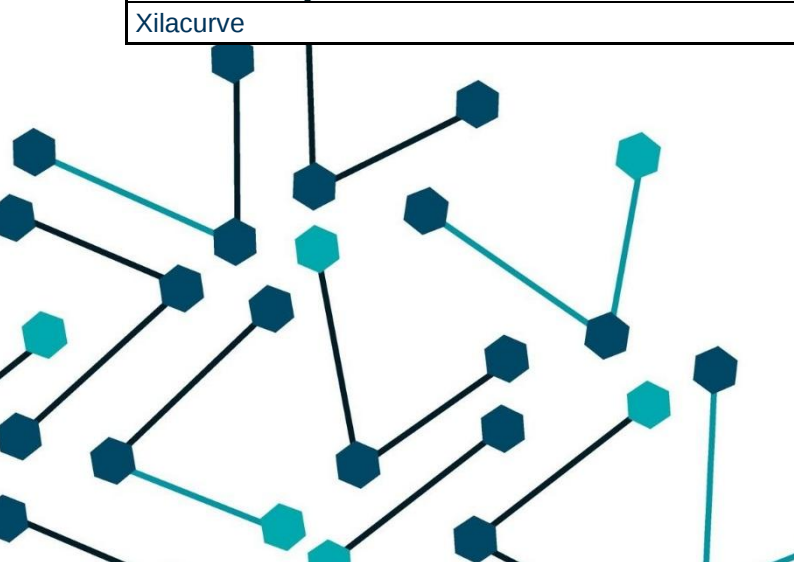


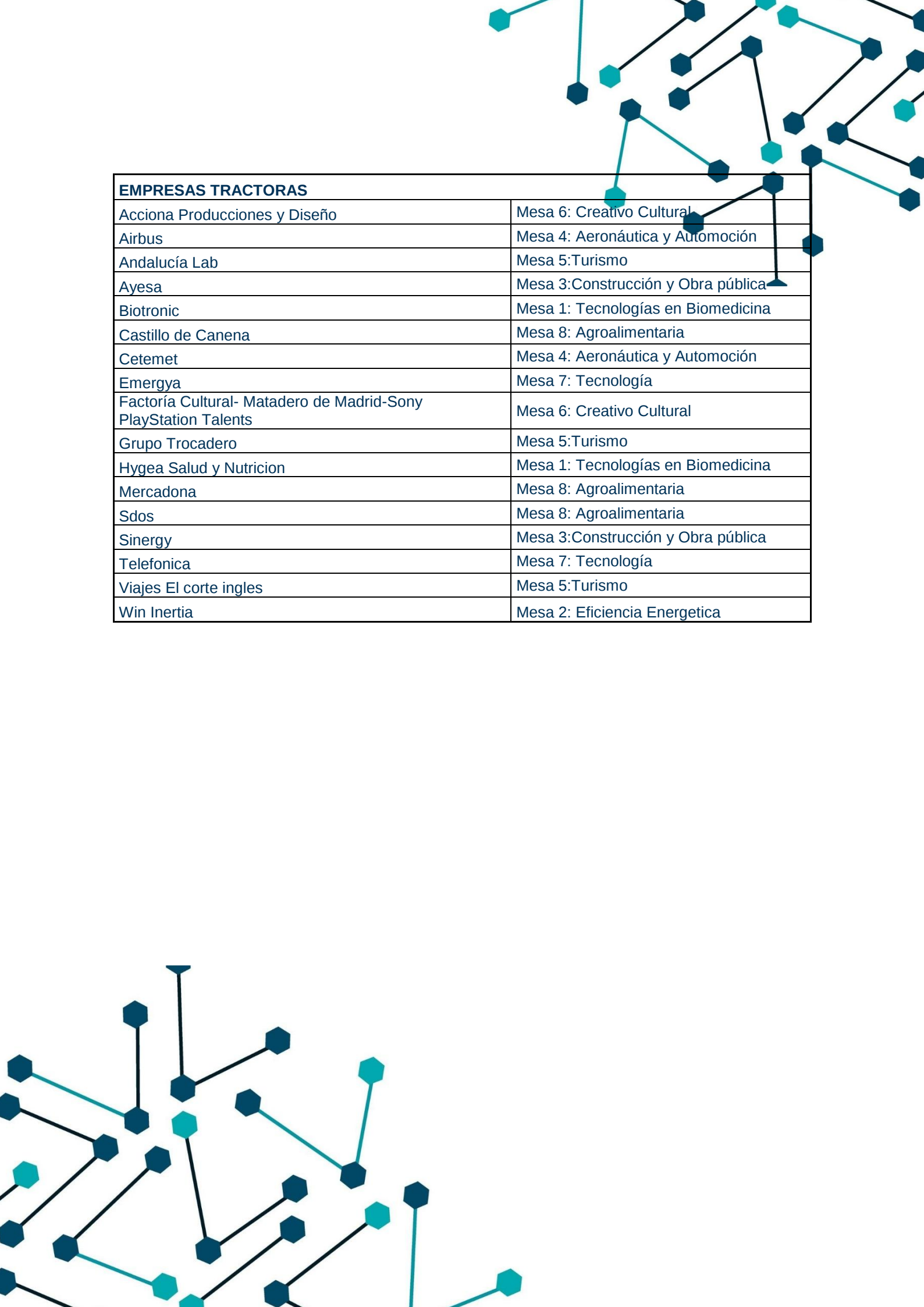
2. Participantes

EMPRESAS DE LA RED DE ANDALUCÍA EMPRENDE	
Aceitunas Torrent	Mesa 8: Agroalimentario
Aconfort gold	Mesa 4: Aeronáutica y Automoción
Actisa	Mesa 3: Construcción y Obra Pública
Aercomp Fabricación en materiales compuestos aeronáuticos	Mesa 4: Aeronáutica y Automoción
Alcuza	Mesa 8: Agroalimentario
Alejandro Izquierdo Toscano (Proarte)	Mesa 6: Creativo Cultural
Alora turiaventure	Mesa 5: Turismo
Andaluz de Tratamientos Térmicos, S. Coop. And.	Mesa 4: Aeronáutica y Automoción
Avanzada 7	Mesa 7: Tecnología
Beetripper	Mesa 5: Turismo
Biosemillas	Mesa 8: Agroalimentario
Cádiz Online	Mesa 5: Turismo
Caracol Tours	Mesa 5: Turismo
Chip Ideas Electronics (Ekuore)	Mesa 1: Tecnologías en Biomedicina
Ciclogreen	Mesa 7: Tecnología
Cocodrila Entertainment	Mesa 6: Creativo Cultural
Coinnde, Consultoría e Ingeniería de Innovación y Desarrollo	Mesa 4: Aeronáutica y Automoción
Covecol	Mesa 8: Agroalimentario
Easy Stay Technologies	Mesa 5: Turismo
Econocasa Steel	Mesa 3: Construcción y Obra Pública
Editorial del Rincon	Mesa 6: Creativo Cultural
Eman Ingeniería, S.L.	Mesa 2: Energías Renovables y Eficiencia Energética
Eneso Tecnología de Adaptación	Mesa 1: Tecnologías en Biomedicina
Flamenco Reserva Eventos en directo	Mesa 5: Turismo
Garbionda	Mesa 3: Construcción y Obra Pública
Geotexan	Mesa 3: Construcción y Obra Pública
Grupo Savonius	Mesa 2: Energías Renovables y Eficiencia Energética
Guidy	Mesa 5: Turismo
Hearing Software	Mesa 1: Tecnologías en Biomedicina
HGC Biomedical Research Diagnostic	Mesa 1: Tecnologías en Biomedicina
I2factory	Mesa 7: Tecnología
Iaxxon Energia	Mesa 2: Energías Renovables y Eficiencia Energética
Imare natural	Mesa 8: Agroalimentario
Interactive movies	Mesa 6: Creativo Cultural
Interface hombre maquina avanzado Ihman	Mesa 2: Energías Renovables y Eficiencia Energética
Interlight SP	Mesa 4: Aeronáutica y Automoción



José María González	Mesa 6: Creativo Cultural
Kamaleon Tech	Mesa 4: Aeronáutica y Automoción
Kame Ingeniería Creativa	Mesa 1: Tecnologías en Biomedicina
Life Energy Saving	Mesa 2: Energías Renovables y Eficiencia Energética
Milamores	Mesa 5: Turismo
Naranjo Intelligent Solutions	Mesa 1: Tecnologías en Biomedicina
Natural Tropic	Mesa 8: Agroalimentario
Novgen	Mesa 1: Tecnologías en Biomedicina
Olivar de la Monja	Mesa 8: Agroalimentario
Ontech Security SL	Mesa 7: Tecnología
Open Salud	Mesa 1: Tecnologías en Biomedicina
Palmanaranja	Mesa 8: Agroalimentario
Paythunder	Mesa 7: Tecnología
Pilosur	Mesa 2: Energías Renovables y Eficiencia Energética
Plusberry SAT	Mesa 8: Agroalimentario
Poetopía	Mesa 6: Creativo Cultural
PPortona	Mesa 6: Creativo Cultural
Prefast	Mesa 3: Construcción y Obra Pública
Race on Trail	Mesa 5: Turismo
Rodaja	Mesa 6: Creativo Cultural
Ruta Cero	Mesa 5: Turismo
Seaberys Soluciones	Mesa 7: Tecnología
Secmotic Innovation	Mesa 7: Tecnología
Soluciones Inmersivas	Mesa 6: Creativo Cultural
Sopinnet	Mesa 7: Tecnología
Spain Health	Mesa 5: Turismo
Stevia del Condado	Mesa 8: Agroalimentario
Sycket technologies	Mesa 7: Tecnología
The Super Driver IOT Solution	Mesa 4: Aeronáutica y Automoción
Titania, ensayos y proyectos industriales	Mesa 4: Aeronáutica y Automoción
Whitewall Energy and Renewable Solutions S.L.	Mesa 2: Energías Renovables y Eficiencia Energética
Wuaika	Mesa 3: Construcción y Obra Pública
Xilacurve	Mesa 3: Construcción y Obra Pública





EMPRESAS TRACTORAS	
Acciona Producciones y Diseño	Mesa 6: Creativo Cultural
Airbus	Mesa 4: Aeronáutica y Automoción
Andalucía Lab	Mesa 5: Turismo
Ayesa	Mesa 3: Construcción y Obra pública
Biotronic	Mesa 1: Tecnologías en Biomedicina
Castillo de Canena	Mesa 8: Agroalimentaria
Cetemet	Mesa 4: Aeronáutica y Automoción
Emergya	Mesa 7: Tecnología
Factoría Cultural- Matadero de Madrid-Sony PlayStation Talents	Mesa 6: Creativo Cultural
Grupo Trocadero	Mesa 5: Turismo
Hygea Salud y Nutricion	Mesa 1: Tecnologías en Biomedicina
Mercadona	Mesa 8: Agroalimentaria
Sdos	Mesa 8: Agroalimentaria
Sinergy	Mesa 3: Construcción y Obra pública
Telefonica	Mesa 7: Tecnología
Viajes El corte ingles	Mesa 5: Turismo
Win Inertia	Mesa 2: Eficiencia Energetica



REPRESENTANTES INSTITUCIONALES		
Consejero de Economía y Conocimiento	Antonio Ramirez de Arellano	Mesa 1: Tecnologías en Biomedicina
Directora General de Investigación y Gestión del Conocimiento	M ^a Isabel Baena Parejo	Mesa 1: Tecnologías en Biomedicina
Dtor de Financiación y Promoción de Actuaciones Energéticas	Cristobal Sánchez	Mesa 2: Energías Renovables y Eficiencia Energética
Secretario General Economía	Gaspar Llanes	Mesa 3: Construcción y Obra Publica
Director General de la Agencia de Obra Pública	Jose Francisco Perez Moreno	Mesa 3: Construcción y Obra Publica
Viceconsejero de Economía	Antonio José Valverde Asencio	Mesa 4: Aeronáutica y Automoción
Ayuntamiento de Sevilla, Concejala delegada de economía	Carmen Castreño	Mesa 4: Aeronáutica y Automoción
Viceconsejero de Turismo	Diego Ramos Sánchez	Mesa 5: Turismo
Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S. A.	Javier Carnero Sierra	Mesa 5: Turismo
Directora General de Cultura del Ayuntamiento de Sevilla.	Isabel Ojeda	Mesa 6: Creativo Cultural
Director del Instituto de las Artes, Agencia Andaluza de Instituciones Culturales	Francisco Fernández Cervantes	Mesa 6: Creativo Cultural
Director General de Innovación Cultural y del Libro	Antonio Lucas	Mesa 6: Creativo Cultural
Jefa del Servicio de Formación e Innovación Tecnológica de la Dirección General de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información, Loreto del Valle	Loreto del Valle	Mesa 7: Tecnología
Director de Cooperación Empresarial y Promoción de Empleo de la Universidad de Málaga	Antonio Peñafiel	Mesa 7: Tecnología
DG de Corporación Tecnológica de Andalucía	Elías Atienza y Fabián Vara	Mesa 7: Tecnología
Viceconsejero de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural	Ricardo Domínguez García-Baquero	Mesa 8: Agroalimentaria
Directora de Promoción y Red Exterior de Extenda	María Lara Quinlán	Mesa 8: Agroalimentaria





3. Mesas de trabajo y retos

3.1. Mesa de trabajo 1. Tecnología en Biomedicina

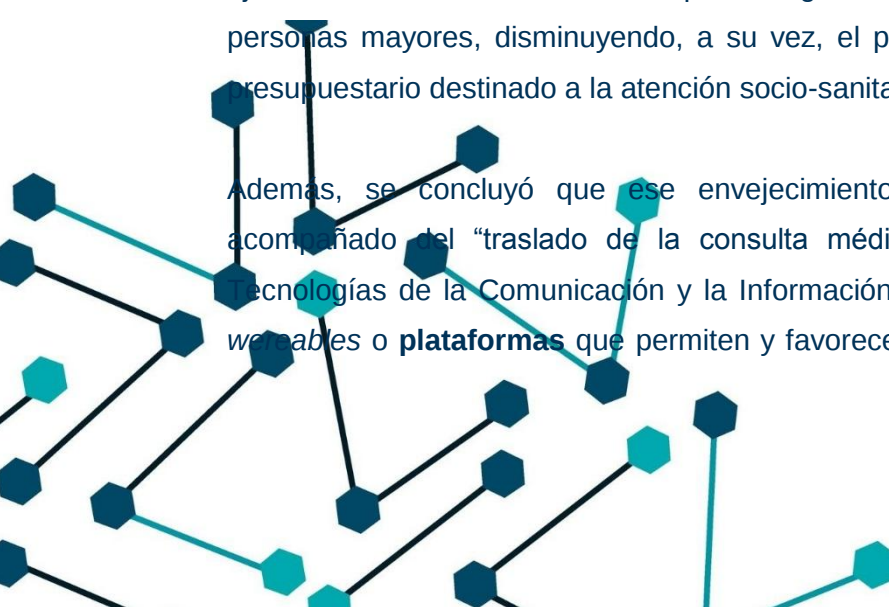
Esta mesa contó con la participación de la directora general de Investigación y Gestión del Conocimiento de la Consejería de Salud, M^a Isabel Baena Parejo; de las empresas tractoras 'Hygea Salud' y 'Nutrición y Biotronic'; y de ocho empresas incubadas en los CADE de Andalucía Emprende ('Kame Ingeniería Creativa', 'Naranjo Intelligent Solutions', 'Open Salud', 'Chip Ideas Electronics (Ekuore)', 'Eneso Tecnología de Adaptación', 'NOVGEN', 'HGC Biomedical Research Diagnostic' y 'Hearing Software').

En ella se debatieron retos tan variados como el cuidado una población cada vez más envejecida, la introducción al mercado de un producto del sector y la internacionalización.

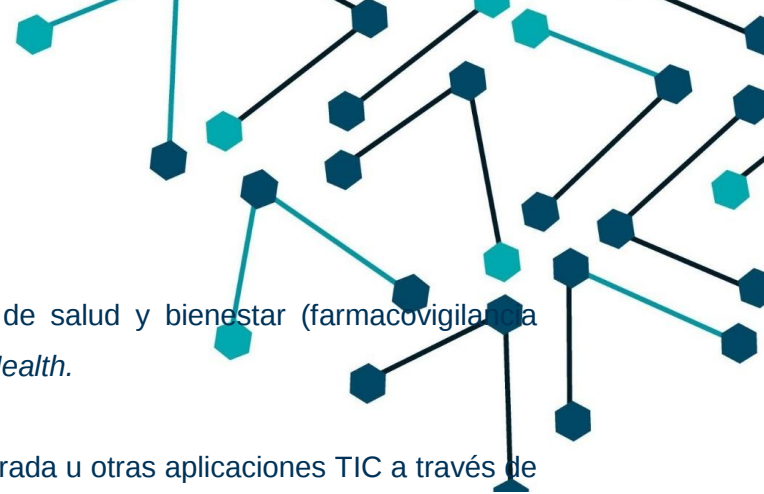
- **Reto 1: ¿Cómo cuidar de una población que está envejeciendo cada vez más, tanto a nivel de tratamiento como a nivel asistencial?**

Este reto generó un intenso debate tras el que los integrantes de la mesa acordaron que existen muchas soluciones que, por su similitud, pueden agruparse en las siguientes:

Abordar la salud desde una perspectiva preventiva y transversal que se incorpore a todas las políticas dirigidas a las personas mayores. Para ello, se abogó por un **envejecimiento saludable**, mediante acciones como promocionar la realización de ejercicio físico o cuidar la nutrición para alargar la independencia y la autonomía de las personas mayores, disminuyendo, a su vez, el peso de la carga familiar y el gasto presupuestario destinado a la atención socio-sanitaria.



Además, se concluyó que ese envejecimiento saludable o activo debe verse acompañado del "traslado de la consulta médica a casa" con la ayuda de las tecnologías de la Comunicación y la Información, la teleasistencia, *apps*, *smart TV*, *wearables* o **plataformas** que permiten y favorecen el desarrollo de nuevos servicios



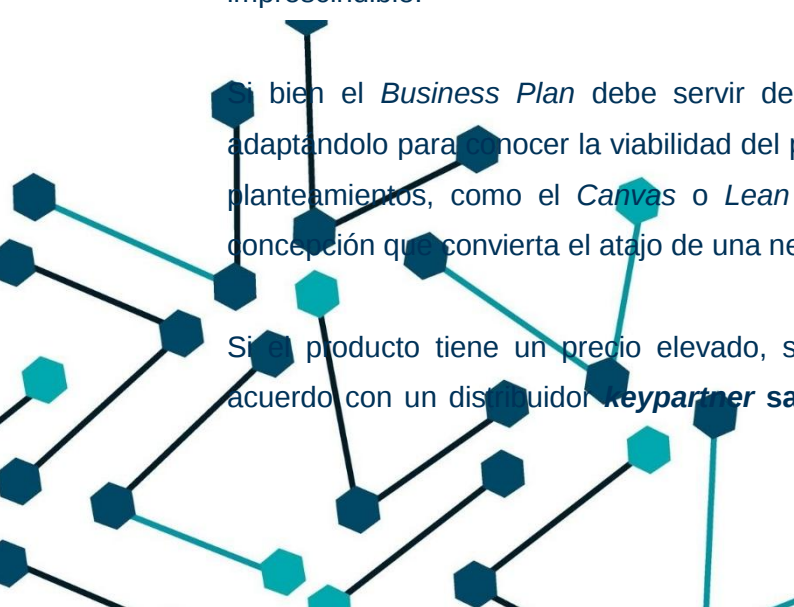
como el control a distancia de parámetros de salud y bienestar (farmacovigilancia personalizada). Es lo que se conoce como *eHealth*.

Así, se propuso adquirir esta plataforma integrada u otras aplicaciones TIC a través de la **compra innovadora**, que se distingue por ser la compra pública de un producto o servicios que, sin estar aún disponible en el mercado, puede llegar a desarrollarse en un tiempo suficiente para la implantación que precise la entidad contratante. Se comentó que las empresas biotecnológicas son, en su mayoría, pequeñas y medianas y por ello la cooperación para concursar a compra pública es imprescindible.

Por último, se debatió sobre la **integración socio-sanitaria de la sociedad** en el cuidado de los enfermos, que no sólo pasa por el *eHealth* sino que, en determinados casos, requiere de una concienciación social. En este aspecto, se propuso trabajar en un **modelo integrado** de asistencia socio-sanitaria, mediante el establecimiento de unidades específicas de atención a los pacientes a través de familiares y voluntarios, es decir, un tratamiento integral de la salud centrado en la persona y no en la enfermedad.

➤ **Reto 2: Ya tengo mi producto... y ¿ahora qué?**

El debate de este reto, que comenzó con definir la “introducción al mercado de un producto del sector biotecnología”, se centró en la necesidad para toda empresa de elaborar un **Business Plan** (plan de negocio) que abarque un estudio de mercado y de la competencia, defina el producto, el precio, contemple la segmentación de clientes, etc. En el caso de las empresas del sector biotecnológico, en las que la fase de inversión es importante y el nivel de incertidumbre es elevado, es una herramienta imprescindible.



Si bien el *Business Plan* debe servir de base, será necesario ir modificándolo y adaptándolo para conocer la viabilidad del producto o servicio e, incluso, trabajar otros planteamientos, como el *Canvas* o *Lean Start Up*, que favorezcan un cambio de concepción que convierta el atajo de una necesidad en una demanda.

Si el producto tiene un precio elevado, se propuso establecer una colaboración o acuerdo con un distribuidor **keypartner sanitario** (privado) con potencia comercial y



un canal de distribución preparado y testeado (BIG FARMA), así como capacitar a profesionales que están en contacto con potenciales usuarios finales para que se conviertan en **prescriptores**.

➤ **Reto 3: Internacionalización. ¿Por dónde comienzo? ¿Con qué recursos cuento?**

Como opción a que las empresas del sector biotecnológico se inicien en la internacionalización, se planteó el uso de las TIC para abrirse al mundo, aprovechando el uso extendido de la tecnología y la especificidad que tiene el mercado de este sector. Esto permitiría al cliente buscar un producto o servicio muy determinado a través de canales como las redes sociales o una página web. En la misma línea, se optó por el desarrollo de una app propia o “de marca blanca”, para abaratar costes, en la que compartir con otras empresas del sector la exposición del producto/servicio. También se propuso el uso de plataformas de idiomas profesionales con tecnicismos.

Además, se dio a conocer el **servicio público de apoyo a la internacionalización** que ofrece Extenda, Agencia Andaluza de Promoción Exterior, a través de asesoramiento personalizado, apoyo y gestión de financiación, y de una red exterior, presente en cinco continentes, que permite a las empresas obtener información, promoción, formación, consultoría y financiación para mostrar sus proyectos y oportunidades de negocio en todo el mundo.

Buscar y **aliarse con un socio** o un agente del país de destino fue la opción que barajaron mayoritariamente los integrantes de esta mesa para comenzar a internacionalizar la actividad. También se propuso seleccionar mercados internacionales en los que aplicar el mismo modelo de negocio que se hizo en el mercado local, así como conocer bien la cultura del país, para minimizar tanto los riesgos como los gastos que implica el exportar (traducción de web, material promocional, registro de patentes, etc.).





3.2. Mesa de trabajo 2. Energías Renovables y Eficiencia Energética.

Esta mesa contó con la participación del director de Financiación y Promoción de Actuaciones Energéticas de la Agencia Andaluza de la Energía (entidad dependiente de la Consejería de Empleo, Empresa y Comercio), Cristóbal Sánchez; de la empresa tractora 'Win Inertia' y de siete empresas incubadas en los CADE de Andalucía Emprende ('Life Energy Saving', 'Eman Ingeniería, S.L.', 'Pilosaur', 'Interface hombre máquina avanzado Ihman', 'Whitewall Energy and Renewable Solutions S.L.', 'Grupo Savonius' e 'Iaxxon Energía, S.L.').

Dos fueron los retos que se debatieron:

- **Reto 1: Identificar elementos incluidos en algunos modelos de negocio conocidos para su aplicación en el desarrollo de otros relacionados con la mejora energética.**

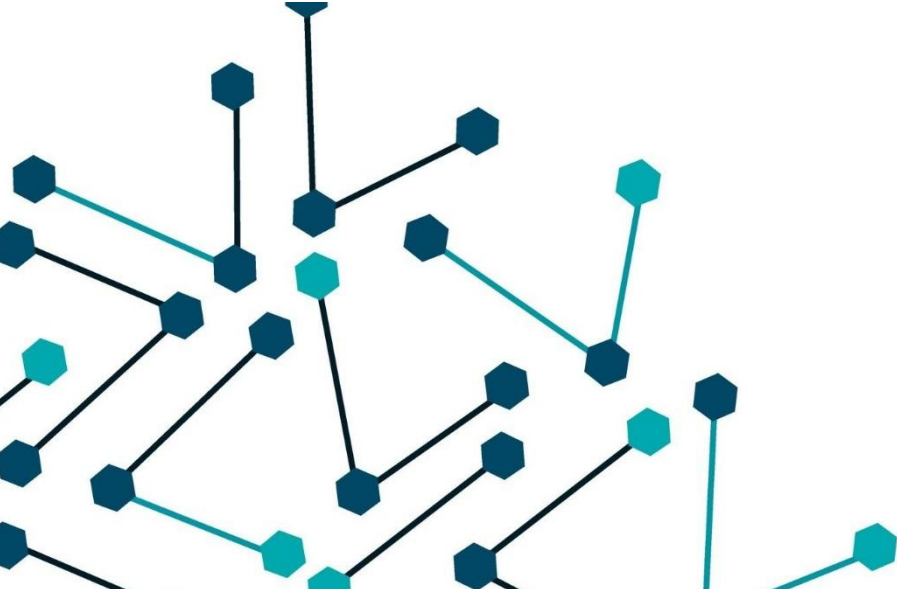
El debate de este reto comenzó con la identificación de elementos incluidos en modelos de negocio conocidos. En todos los modelos expuestos (separación de actividades, larga cola, plataformas multilaterales, modelo *freemium* e innovación abierta), los participantes encontraron ideas y posibilidades para exportar al sector energético, donde la Agencia Andaluza de la Energía detecta modelos muy tradicionales de diseño y creación de producto o servicio, prestación o venta y mantenimiento. Las ideas más valoradas, con un amplio consenso, fueron la determinación de actividades clave, la especialización en la producción, la prestación de servicios integrales (**separación de actividades clave**) con fórmulas cooperativas, la gestión de la relación con clientes (**creación de valor usando innovación abierta**), **modelos freemium** en los que atraer a clientes con servicios de consultoría y **plataformas multilaterales** que faciliten el acceso de empresas y particulares a la información y ofrezcan soluciones integrales. Se trataría de facilitarle a los clientes el acceso a los productos y servicios del sector.



➤ **Reto 2: Estrategia de internacionalización de las empresas del sector, limitaciones y soluciones.**

Aunque el grado de madurez de alguno de los proyectos que participaron en esta mesa no aconsejaba abordar aún el comercio exterior, existió un amplio consenso en este tema, especialmente por las empresas más consolidadas. Las principales dificultades de las empresas del sector para la internacionalización están relacionadas con la complejidad normativa, las trabas administrativas, la logística y la financiación. Las soluciones propuestas para el acceso a mercados internacionales, en lo relativo al desconocimiento del mercado de destino, la encuentran en **alianzas estratégicas con socios locales**. La mayoría conocía Extenda pero nunca han solicitado sus servicios.

En el desarrollo de este reto, también se debatió sobre la situación del sector y las necesidades de las empresas energéticas para trabajar en un entorno más favorable. Las ideas planteadas estuvieron relacionadas con la simplificación normativa y administrativa, con las limitaciones financieras para abordar proyectos de mayor envergadura y con la ausencia de espacios de cooperación, valorando muy positivamente las acciones de la administración en este sentido. Destacaron la convocatoria de incentivos de construcción sostenible, que ha promovido el conocimiento y la cooperación entre empresas.





3.3. Mesa de trabajo 3. Construcción y Obra Pública.

Esta mesa contó con la participación del secretario general Economía de la Consejería de Economía y Conocimiento, Gaspar Llanes; del director general de la Agencia de Obra Pública (dependiente de la Consejería de Fomento y Vivienda), Francisco Pérez Moreno; de las empresas tractoras 'Sinergy' y 'Ayesa'; y de siete empresas incubadas en los CADE de Andalucía Emprende ('Xilacurve', 'Garbionda, SL', 'Actisa', 'Econocasa Steel', 'Prefast', 'Geotexan' y 'Wuaika Gpi, SL').

Cuatro fueron los retos planteados:

- **Reto 1: ¿Cómo podría incorporarse a los procesos de licitación de obra pública el concepto de coste total de propiedad, de forma que se considere el coste que la administración debe afrontar durante todo el ciclo de vida del activo?**

Con esta pregunta pretendió darse respuesta a la siguiente problemática: en las licitaciones de obra pública, el presupuesto de adquisición tiene un peso muy determinante en el proceso de evaluación de ofertas y adjudicación. Sin embargo, durante el ciclo de vida de la infraestructura se generan costes de operación y mantenimiento, de reparación, energéticos, de suministros y consumibles, así como costes asociados a la gestión de residuos y al desmantelamiento de la vida útil del activo. Todos estos costes, junto con el de adquisición, conforman lo que se conoce como **coste total de la propiedad del activo**. Una decisión de adjudicación, basada únicamente en el coste de adquisición, podría llevar aparejado, sin embargo, un coste total de propiedad bastante superior a otras alternativas cuyos costes de mantenimiento, energéticos o de reparación durante el ciclo de vida fueran mucho menores (aunque su coste inicial de adquisición fuera mayor). Esto provoca un uso poco eficiente de los recursos públicos y una limitación a la innovación y a soluciones que reducen el coste del ciclo de vida del activo.



Tras el planteamiento del reto se generó un intenso debate entre todos los componentes de la mesa que, poco a poco, fue derivando en la siguiente solución consensuada por el 100% de los participantes: aplicar los medios y las fórmulas



pertinentes para incluir en el presupuesto de licitación el coste total del ciclo de vida de la propiedad, esto es, costes de mantenimiento, de reparación, de operación, de explotación, medioambiental y energético.

➤ **Reto 2: ¿Cómo conseguimos que las nuevas infraestructuras ayuden al crecimiento económico y a la competitividad de los sectores productivos andaluces?**

Este reto también generó un intenso debate entre todos los componentes de la mesa pero, a diferencia de lo ocurrido con el anterior, en esta ocasión no hubo unanimidad en las numerosas soluciones aportadas, siendo las que mayor consenso las siguientes:

- Crear un lobby civil y económico en Andalucía que presione a favor de este tipo de infraestructuras.
- Cumplir los objetivos de la Estrategia Europea de Crecimiento “Europa 2020”.
- Resaltar el factor de la eficiencia en las infraestructuras.
- Valorar el impacto de la infraestructura en el proceso de licitación.
- Incorporar el indicador de la repercusión en el PIB de la infraestructura a la hora de abordar el presupuesto de la obra.
- Desarrollar la infraestructura de acuerdo con el plan de desarrollo industrial existente y con otros potenciales planes de desarrollo.

➤ **Reto 3: ¿Qué frena la extensión de la construcción modular estandarizada? ¿Sería necesario un mayor impulso en normalización y certificación a escala modular? ¿Cómo podría beneficiarse la administración de la construcción modular en edificios de uso estandarizado, como son los colegios y los hospitales? ¿Cómo podría aprovecharse la interacción de robots y humanos para mejorar la eficiencia de las operaciones en obra? ¿Cómo utilizar la producción aditiva y las impresoras 3D para fabricar elementos constructivos a medida en la propia obra, de forma que se incremente la eficiencia?**

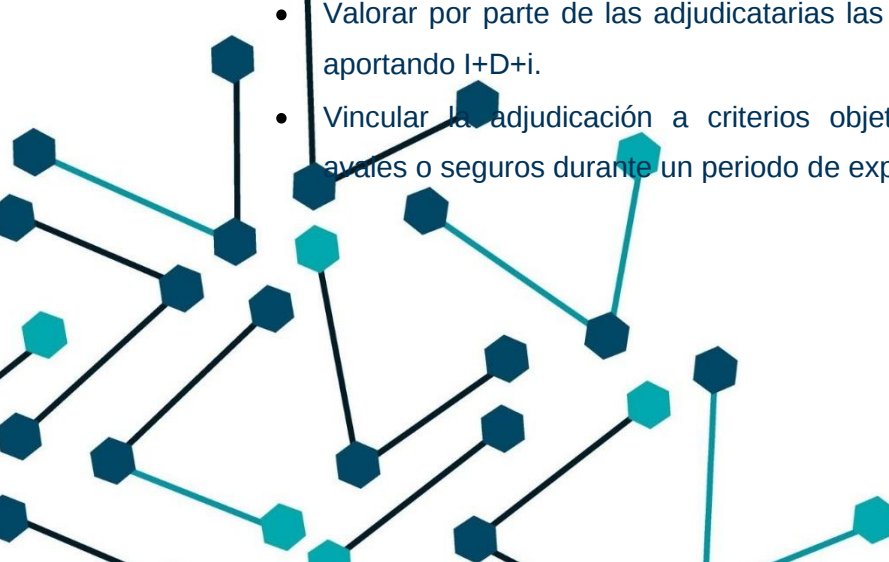


Al estar compuesto por varias preguntas, el número de respuestas dadas a este reto por los componentes de la mesa se incrementó, siendo las ideas más valoradas las siguientes:

- Impulsar la construcción modular en el sector constructivo público (licitaciones públicas), junto con la normalización y la estandarización normativa.
- Fortalecer la industrialización de este tipo de construcción, así como la coordinación entre las empresas del sector para mejorar su implementación.
- Fortalecer las sinergias entre el sector industrial y la construcción modular para obtener mayor calidad.
- Hacer una labor de pedagogía y comunicación sobre la utilidad y la economía de la construcción modular.

➤ **Reto 4: Necesidad de premiar la calidad en los trabajos de ingeniería, así como acotar las bajas de adjudicación de los contratos.**

En este reto, las soluciones mayoritariamente aportadas fueron:

- Valorar el coste total del ciclo de vida en el proyecto e incluir un seguro decenal/penalización, así como regular las bajas temerarias con criterios más racionales (estableciendo percentiles, etc.).
 - Incrementar el valor de la calidad de los proyectos, así como la penalización por su incumplimiento, y establecer mecanismos para conocer la eficacia del control de obras.
 - Establecer un carnet por puntos para la calificación empresarial como medio para premiar la calidad en los trabajos de ingeniería.
 - Valorar por parte de las adjudicatarias las posibles mejoras al proyecto inicial aportando I+D+i.
 - Vincular la adjudicación a criterios objetivos de responsabilidad mediante avales o seguros durante un periodo de explotación determinado.
- 



3.4. Mesa de trabajo 4. Aeronáutica y Automoción.

Esta mesa contó con la participación del viceconsejero de Economía y Conocimiento, Antonio José Valverde Asencio; de la concejala de Economía del Ayuntamiento de Sevilla, Carmen Castreño; de las empresas tractoras 'Airbus' y 'Cetemet'; y de ocho empresas incubadas en los CADE de Andalucía Emprende ('Coinnde, Consultoría e Ingeniería de Innovación y Desarrollo', 'AERCOMP Fabricación en materiales compuestos aeronáuticos', 'Andaluza de Tratamientos Térmicos, S. Coop. And.', 'Titania, ensayos y proyectos industriales', 'Aconfort gold', 'Interlight SP', 'The Super Driver Lot Solutions, SL' y 'Kamaleon Tech, SL'.

Tres fueron los retos debatidos:

- **Reto 1: ¿Cómo podemos adelantar entre todos la transición al vehículo eléctrico?**

Las soluciones que los participantes de la mesa del sector aeronáutico y la automoción aportaron a este reto pasaron por la inversión en I+D y en infraestructuras adecuadas y por la aprobación de permisos para la circulación de otro tipo de vehículos sin carnet. Así mismo, se consideró interesante la mejora de la formación educativa para elevar la concienciación en materias medioambientales.

También se consideró una medida de gran ayuda el desarrollo de nuevas baterías que permitan mayor autonomía y la habilitación de puntos de recarga para las mismas, ya que incentivaría y aceleraría la transición de los vehículos convencionales a los eléctricos.

- 
- **Reto 2: ¿Qué pueden aportar las pymes a las grandes empresas del sector aeronáutico para convertir su producción en fábricas 4.0, innovando por ejemplo en digitalización, *additive manufacturing* o el uso de tecnología móvil en fábrica, aprovechando los nuevos nichos de negocio que ofrece el mercado actual?**



Ante este reto, se apostó por que las pymes aporten un valor añadido en lo que se conoce como “comunicación y visibilidad de ida y vuelta” con las empresas fuertes del sector, que debe ir acompañado de la digitalización y de la modernización de los procesos para poder estar a la altura de lo que demandan las empresas de primer nivel.

Se concluyó que sería especialmente interesante conseguir sinergias nuevas entre las empresas del sector, especialmente aumentando el brazo financiero para el prototipado.

Así mismo, se valoró positivamente el hecho de que las grandes empresas del sector suministraran y presentaran su tecnología, sus innovaciones y cooperación a las pymes del sector para que estas puedan ser subcontratadas y cumplan las expectativas de las empresas tractoras.

Por último, se abogó por una mayor comunicación que permita proporcionar información directa al cliente de cómo se encuentran sus pedidos y agilizar los plazos de entrega.

- **Reto 3: ¿Cómo afrontan todas las empresas del sector la implementación del Internet de las Cosas (IoT) en sus organizaciones? ¿Cómo podríamos aplicar las tecnologías de fabricación del automóvil al sector aeronáutico?**



Incrementar la comunicación entre el sector aeronáutico y el automóvil y la transferencia de conocimientos, prototipo, “historia”, fueron las soluciones aportadas al último reto que debatió esta mesa, tras el cual se reflexionó sobre lo que necesitan las empresas del sector para trabajar en un entorno más favorable. En este apartado, se coincidió en que, aún siendo Andalucía una tierra con bastante experiencia en este sector, hay cierta carencia de emprendedores que inviertan. Y se consideró como indispensable la existencia de estabilidad y el conocimiento de las políticas de la Administración Pública y de las empresas tractoras para que el entorno de trabajo sea favorable.



3.5. Mesa de trabajo 5. Turismo.

Esta mesa contó con la participación del consejero delegado de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S. A. (Consejería de Turismo y Deporte), Javier Carnero Sierra; de las empresas tractoras 'Grupo Trocadero', 'Andalucía Lab' y 'Viajes El Corte Inglés'; y de once empresas incubadas en los CADE de Andalucía Emprende ('Ruta Cero', 'Flamenco Reserva, eventos en directo', 'Guidy', 'Beetripper', 'Cádiz Online', 'Spain Health', 'Milamores', 'Easy Stay Technologies', 'Alora turiaventure', 'Race on Trail' y 'Caracol Tours').

Dos fueron los retos debatidos:

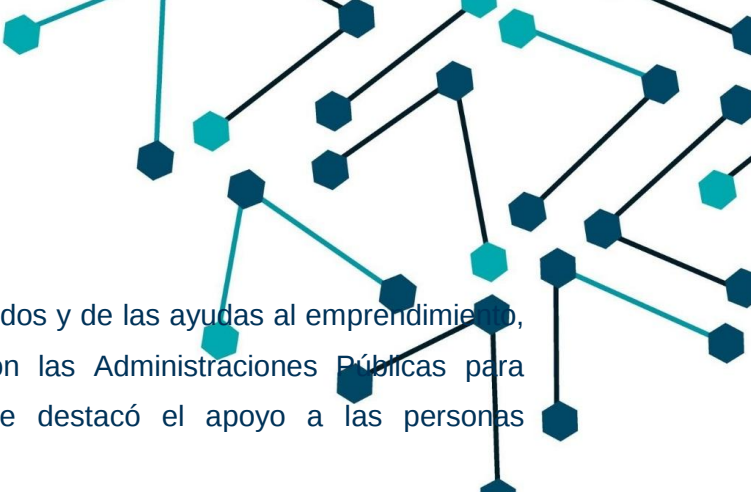
- **Reto 1: ¿Cómo conseguir que las empresas que prestan servicios turísticos innovadores, alineados con la nueva demanda de experiencias por parte de los turistas, pero alejadas de los canales de comercialización masivos, logren ventas suficientes para sobrevivir y consolidarse como una actividad empresarial estable?**

Múltiples fueron las soluciones que los participantes de esta mesa plantearon ante este reto, siendo las más comunes las siguientes:

- Disponer de una oferta de servicios clara y de calidad.
- Recurrir a asociaciones, a alianzas estratégicas y a la cooperación empresarial para plantear un escenario *win to win*, reduciendo costes. Se planteó como interesante la elaboración de un catálogo de empresas y actividades del sector, con información actualizada, para ponerla a disposición de operadores turísticos.
- Sello de calidad de la Junta de Andalucía.



Además, se propuso la creación de un ecosistema de servicios, en el que se integre el turismo local, dotándolo de los recursos necesarios para su supervivencia, junto con una formación práctica de los comportamientos turísticos que ayuden a las pymes a entender su funcionamiento.



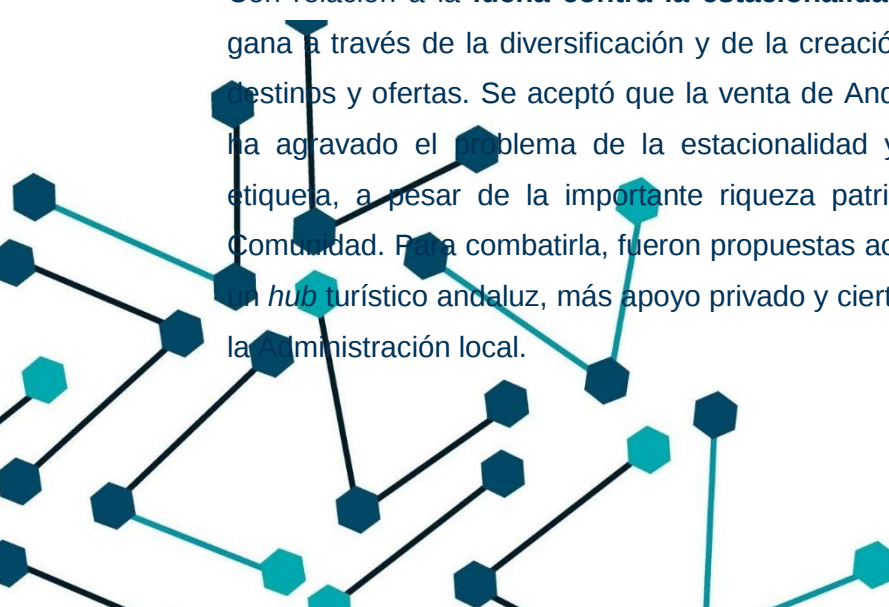
También se habló de la importancia de los fondos y de las ayudas al emprendimiento, así como de una estrecha colaboración con las Administraciones Públicas para promover una presencia internacional, y se destacó el apoyo a las personas emprendedoras a través de Andalucía LAB.

Se estableció como importante visibilizar nuestras pequeñas empresas turísticas y sus productos y servicios con experiencias colaborativas, con el trabajo de *influencers* (blogueros que ayuden a posicionar el producto) y con la participación en pequeñas ferias sectoriales.

Asimismo, se trató el intrusismo como un problema grave que aqueja a este sector, provocando importantes pérdidas económicas, que llevan a la destrucción de puestos de trabajo, sin que se pongan medidas correctoras y normalizadoras.

Respecto a todas estas propuestas, la representación institucional recalcó que la Junta de Andalucía ya las venía realizando, si bien quizás no se había sabido comunicar. La gente en el extranjero conoce y sitúa Andalucía y Andalucía es marca *per se*, estando presente en importantes ferias de turismo, como es FITUR.

- **Reto 2: ¿Cómo luchar contra la estacionalidad? ¿Qué necesitan las empresas del sector turístico para trabajar en un entorno favorable? ¿Cuáles son las dificultades con las que se encuentran las empresas del sector turístico para ser más competitivas? Y, ¿qué espacios de cooperación existen o deberían existir entre las empresas del sector turístico?**



Con relación a la **lucha contra la estacionalidad**, hubo común acuerdo en que se gana a través de la diversificación y de la creación de productos, eventos temáticos, destinos y ofertas. Se aceptó que la venta de Andalucía como turismo de sol y playa ha agravado el problema de la estacionalidad y ahora resulta difícil eliminar esa etiqueta, a pesar de la importante riqueza patrimonial con la que cuenta nuestra Comunidad. Para combatirla, fueron propuestas acciones de marketing, la creación de un *hub* turístico andaluz, más apoyo privado y cierta flexibilidad y facilidad por parte de la Administración local.



Respecto a las **necesidades de las empresas del sector turístico para trabajar en un entorno favorable**, se consideró importante la existencia de un apoyo real por parte de las Administraciones Públicas en el ámbito técnico, normativo y económico, así como en la difusión de productos en ferias y promociones internacionales.

Por otro lado, se planteó como alternativa aprovechar el mal momento que se vive en otros destinos turísticos para aumentar la presencia de Andalucía en el mercado internacional, adquiriendo con ello mayor notoriedad.

Y, por último, se estableció como clave para el desarrollo turístico el facilitar la obtención de Certificaciones J.C.I., así como la cesión de espacios públicos para que las pequeñas empresas de este sector puedan desarrollarse en un entorno que facilite su expansión y su consolidación.

Sobre las **dificultades con las que encuentran las empresas del sector turístico para ser más competitivas**, fueron varios los problemas que se detectaron:

- El difícil acceso a la financiación en determinados servicios.
- El intrusismo y la economía sumergida.
- La elevada competencia dentro del sector, la falta de coordinación entre la industria turística on-line y off-line y la falta de profesionalidad y de formación dentro de algunas empresas, dificultando la comercialización de determinados productos.
- El sentir común en las pequeñas empresas del sector de que las Administraciones Públicas no les representan ni les ayudan como debieran, centrándose en otras empresas de mayor dimensión.
- Y una gran presión fiscal con altos tipos de imposición.



Por último, respecto a los **espacios de cooperación que deberían existir entre las empresas del sector turístico**, se planteó como importante el establecimiento de plataformas para que las pequeñas empresas puedan darse a conocer al gran público y comercializar a través de ellas todos sus productos y servicios de forma conjunta; se propuso también el establecimiento de oficinas turísticas que conocieran todas las empresas que operan en su ámbito de influencia y que informaran de forma



coordinada sobre horarios y necesidades de colaboración privada, pública y público-privada; y un *hub* tecnológico y de investigación entre empresas del sector y *start ups* para favorecer el contacto y el establecimiento de sinergias, la realización de prácticas e inversiones. En definitiva, establecer la cooperación como factor imprescindible y necesario para la consolidación del sector.



3.6. Mesa de trabajo 6. Sector Creativo Cultural.

Esta mesa contó con la participación del director general de Innovación Cultural y del Libro de la Consejería de Cultura, Antonio José Lucas Sánchez; del director del Instituto Andaluz de las Artes y las Letras de la Agencia Andaluza de Instituciones Culturales (dependiente de la Consejería de Cultura), Francisco Fernández Cervantes; de la directora general de Cultura del Ayuntamiento de Sevilla, Isabel Ojeda; de las empresas tractoras 'Acciona Producciones' y 'Diseño y Factoría Cultural- Matadero de Madrid-Sony PlayStation Talents'; y de nueve empresas incubadas en los CADE de Andalucía Emprende ('José María González', 'Rodaja', 'Interactive movies', 'Poetopía', Alejandro Izquierdo Toscano (PROARTE), 'Editorial del Rincon', 'PPortona', 'Cocodrila Entertainment', 'Soluciones Inmersivas').

Dos fueron los retos que se debatieron:

- **Reto 1: ¿Qué necesitan las empresas de su sector para trabajar en un entorno favorable? O dicho de otra manera: ¿Por qué las empresas no están demasiado interesadas en la cultura? ¿Cómo hacer más atractiva la cultura para atraer inversores?**

Una vez lanzado el reto, las empresas asistentes propusieron como soluciones la visibilidad, la educación cultural y el trinomio innovación-creatividad-empresa y abrieron sobre ellas varias líneas de trabajo:

La primera de ellas se basó en la viabilidad económica de las empresas culturales, para lo que se propuso hacer productos en cadena que fueran innovadores y que se pudieran vender en masa. La clave está en hacer cosas que no existan y a precios realmente competitivos, con una visión a largo plazo; en cambiar la imagen de la cultura para abrir las puertas de las entidades financieras; y en hacer que ésta sea productiva y necesaria, generando una oferta masiva. Hay que hacer las industrias culturales más rentables y entender que se ha pasado de la época de la plataforma a la del contenido.





Otros de los temas que centraron la atención de este reto fueron la Ley de Mecenazgo con incentivos fiscales junto a un sector público garante; promover que la sociedad en general se preocupe por la cultura, avanzando tecnológicamente para hacer que el producto sea más rentable y atraiga al público; contar con el apoyo de las instituciones públicas a I+D; poner en valor del talento, creando la necesidad de conocer lo propio, porque cultura es igual a negocio y el negocio atrae al negocio; interrelacionar el componente de creatividad e innovación con otros sectores o empresas; y propiciar sinergias entre la empresa y la cultura, entre el sector público y el privado, a través del *win to win*.

- **Reto 2: La explotación de la huella digital de las industrias creativas, el valor del contenido frente a las plataformas digitales y estrategias para poner en el centro del valor añadido al productor de contenidos.**

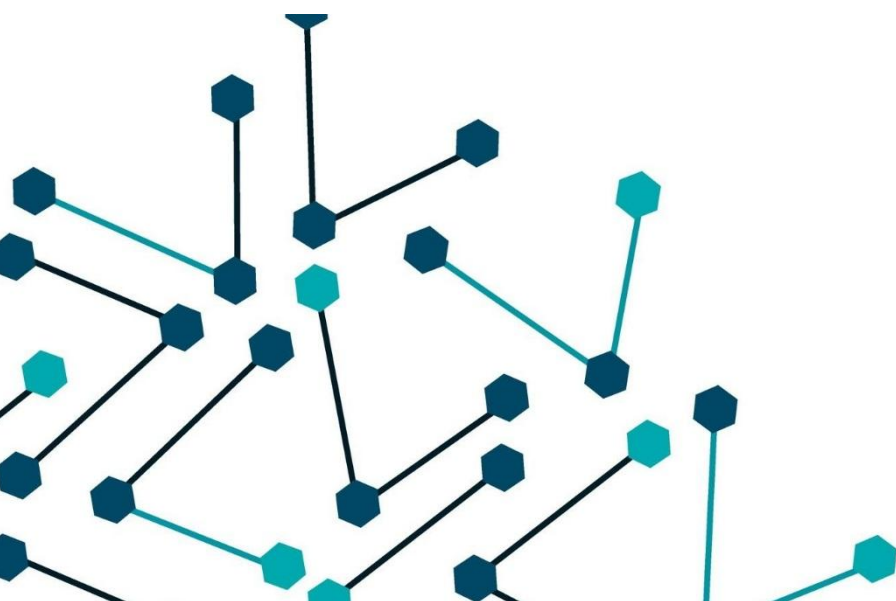
Tras la exposición, el debate y la votación de las soluciones propuestas por las empresas, se llegó al punto común de que para responder a este reto de manera adecuada hay que proteger al creador y crear marca, además de propiciar la unión entre creativos e impulsar un *lobby* en Europa que proteja los derechos de los creadores.

Además, se extrajeron conclusiones, en muchos casos comunes al reto anterior, entre las que se encontraron las siguientes:

- Para hacer más atractiva la cultura, captar la atención de los inversores y no depender tanto de la Administración Pública, hace falta visibilidad.
 - La cultura es una inversión a largo plazo.
 - Hay que crear una generación en la que la gente se interese por la cultura, potenciando la educación cultural y aprovechando el uso de las tecnologías para introducirla.
 - Se hace necesaria la aprobación de la Ley de Mecenazgo y potenciar los incentivos fiscales.
 - Sería conveniente industrializar o profesionalizar el sector.
 - Hacer las industrias culturales más rentables.
 - Conseguir que la cultura sea un valor añadido directo para las empresas.
- 

- 
- Extrapolar la cultura a otros tipos de empresa.
 - Innovar; hacer algo que no exista a precios competitivos.
 - Conseguir que la Administración proteja al creador (derechos de autor), que esté siempre a la vanguardia y que apoye los bienes culturales que van a ser deficitarios, que siempre van a existir.
 - Crear marca para poner al productor de contenidos en el centro del valor añadido.
 - Poner en valor los procesos de trabajo, lo que requiere de un cambio de mentalidad. Los creativos son profesionales.
 - Se necesitan contenidos locales de calidad para poder competir.

Por último en esta mesa, se debatió sobre la manera en la que **Andalucía Emprende** puede ayudar a las personas emprendedoras o propiciar que las empresas trabajen en un entorno favorable. Las propuestas planteadas giraron en torno al establecimiento de líneas públicas de financiación, la generación de capital semilla y el asesoramiento técnico.





3.7. Mesa de trabajo 7. Tecnología

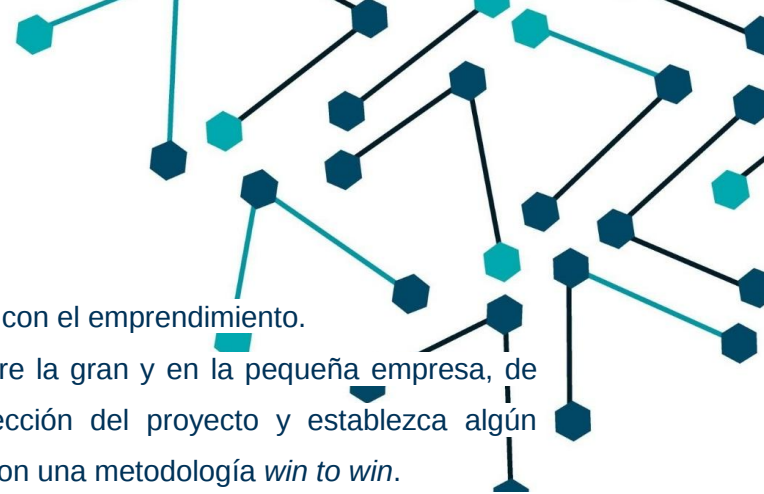
Esta mesa contó con la participación de la jefa del Servicio de Formación e Innovación Tecnológica de la Dirección General de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información de la Consejería de Empleo, Empresa y Comercio, Loreto del Valle; del director de Cooperación Empresarial y Promoción de Empleo de la Universidad de Málaga, Antonio Peñafiel; del director general y el director técnico de la Corporación Tecnológica de Andalucía, Elías Atienza y Fabián Varas, respectivamente; de las empresas tractoras 'Emergya' y 'Telefónica'; y de nueve empresas incubadas en los CADE de Andalucía Emprende ('Secmotic Innovation', 'Ciclogreen', 'Sycket Technologies', 'I2factory', 'Seaberys Soluciones', 'Sopinet', 'Paythunder', 'Ontech Security SL', y 'Avanzada 7').

Tres fueron los retos debatidos:

- **Reto 1. ¿Cómo aumentar la colaboración entre pequeñas empresas de base tecnológica y medianas y grandes empresas del sector tecnológico, así como con la Universidad y con otros organismos públicos dedicados a la investigación?**

Las soluciones planteadas a este reto fueron las siguientes:

- Establecer algún espacio, ya sea físico o a modo de plataforma tecnológica, que actúe como punto de encuentro, de contacto y de colaboración entre las distintas empresas de base tecnológica y los organismos intermediarios (Andalucía Emprende, Universidades, CTA...); un modelo *market place* que permita la puesta en común de todos los agentes implicados.
 - Adoptar medidas fiscales que en otros países ya se aplican y que tienen buenos resultados, tipo deducciones fiscales por el importe equivalente a la inversión en el impuesto de sociedades para las grandes empresas que inviertan capital en *start ups*. Este sistema resultaría más eficiente frente a la concesión de subvenciones a fondo perdido.
 - Las grandes empresas deben invertir en *start ups* convirtiéndose en socios tecnológicos con parte del accionariado en las mismas.
- 

- 
- Participación en eventos relacionados con el emprendimiento.
 - Desarrollo de proyectos comunes entre la gran y en la pequeña empresa, de forma que la primera realice la dirección del proyecto y establezca algún sistema de incentivos para la pyme, con una metodología *win to win*.
 - Impulso de programas de colaboración desde la Administración como agente promotor de un ecosistema emprendedor.

➤ **Reto 2.- ¿Cómo promover el intraemprendimiento en el seno de las medianas y las grandes empresas? ¿Qué pasos hay que dar para que una empresa consiga vender al consumidor o usuario final?**

Las soluciones planteadas a este reto fueron las siguientes:

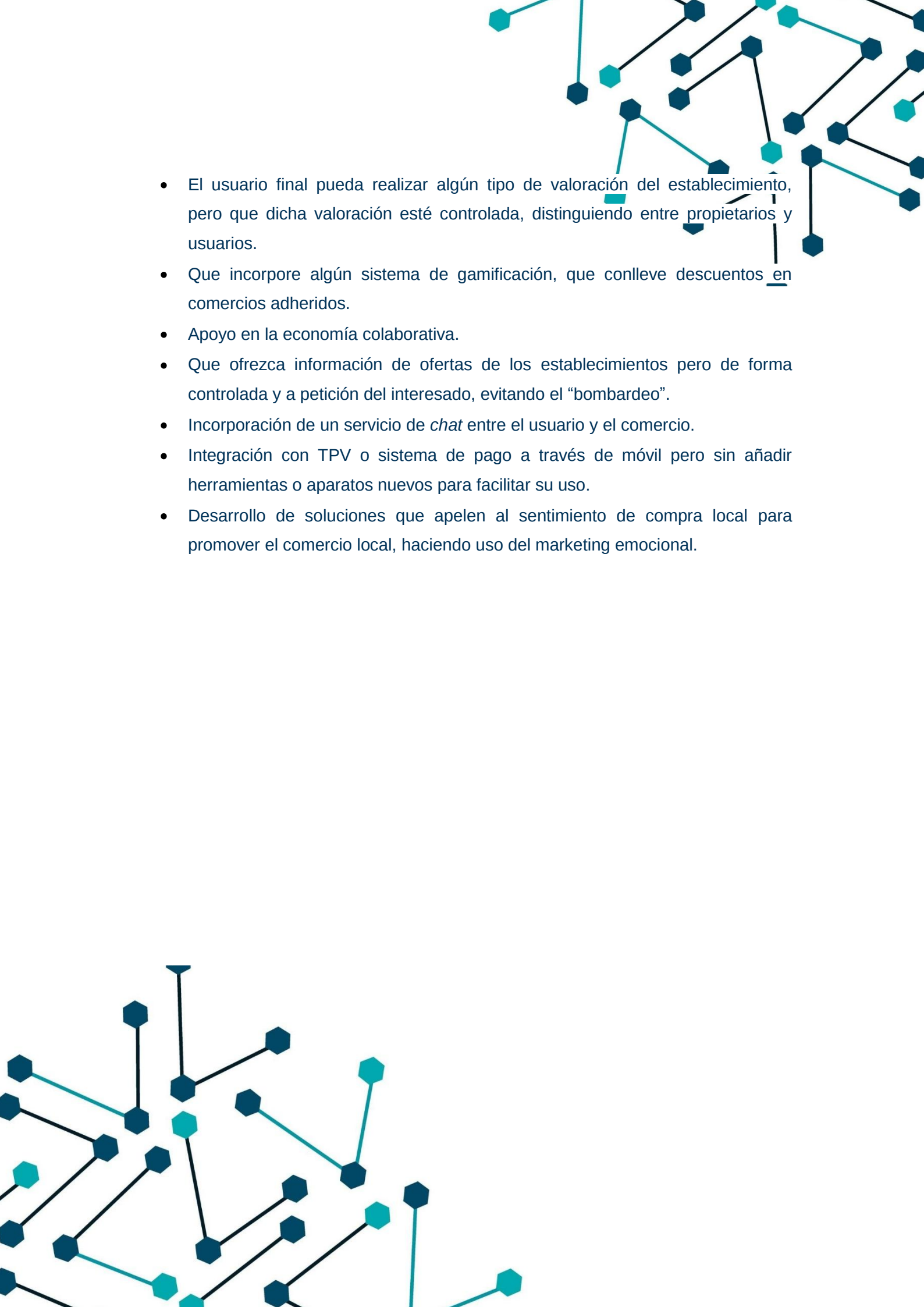
- Desarrollar un producto útil, mínimo y necesario para el consumidor final, previa estudio de prospección, análisis e investigación del mercado. A ello le seguiría el desarrollo de un plan de ventas, potenciando la formación y la cualificación del equipo de marketing y ventas.
- Premiar la creación de *start ups* dentro del equipo.
- Destinar, de forma exclusiva, a una o varias personas del equipo para el desarrollo de este tipo de proyectos.
- Aprovechar la experiencia en el desarrollo de proyectos que hayan funcionado bien y exportarlos a otros mercados nacionales o internacionales.

Además, se puso especial atención a la importancia del asesoramiento en materia de propiedad industrial de cara a posibles réplicas.

➤ **Reto 3: ¿Cómo promover la incorporación de las TIC's en sectores tradicionales, en concreto una app para el sector del pequeño comercio minorista?**

Este reto se planteó sobre la base de la necesidad de desarrollar soluciones cercanas, fáciles y usables, que aporten valor al usuario final y que sean sencillas de implementar para el comercio, aportándose las siguientes ideas adicionales:



- 
- El usuario final pueda realizar algún tipo de valoración del establecimiento, pero que dicha valoración esté controlada, distinguiendo entre propietarios y usuarios.
 - Que incorpore algún sistema de gamificación, que conlleve descuentos en comercios adheridos.
 - Apoyo en la economía colaborativa.
 - Que ofrezca información de ofertas de los establecimientos pero de forma controlada y a petición del interesado, evitando el “bombardeo”.
 - Incorporación de un servicio de *chat* entre el usuario y el comercio.
 - Integración con TPV o sistema de pago a través de móvil pero sin añadir herramientas o aparatos nuevos para facilitar su uso.
 - Desarrollo de soluciones que apelen al sentimiento de compra local para promover el comercio local, haciendo uso del marketing emocional.



3.8. Mesa de trabajo 8. Sector Agroalimentario

Esta mesa contó con la participación del viceconsejero de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, Ricardo Domínguez García-Baquero; de la directora de Promoción y Red Exterior de la Agencia Andaluza de Promoción Exterior Extenda (dependiente de la Consejería de Economía), María Lara Quinlán; de las empresas tractoras 'Mercadona', 'Castillo de Canena' y 'SDos'; y de diez empresas incubadas en los CADE de Andalucía Emprende ('Imare natural', 'Covecol', 'Alcuza', 'Biosemillas', 'Olivar de la Monja', 'Aceitunas Torrent', 'Palmanaranja', 'Stevia del Condado', 'Natural Tropic' y 'Plusberry SAT'.

Los retos planteados fueron los siguientes:

- **Reto 1: Proponer los cambios necesarios en la empresa para propiciar que, en un periodo de cinco años, se alcance un porcentaje de ventas en el exterior que represente el 20% de facturación, para el caso de empresas no exportadoras, siendo del 50% para las exportadoras.**

Propuesto el reto, cada integrante de la mesa, de manera individual, planteó posibles soluciones que, posteriormente, fueron recopiladas y englobadas en las siguientes categorías, según la afinidad:

- ✓ **Marketing:**
 - ✓ Invertir en marketing proyectando los elementos innovadores que aportan valor real para los clientes.
 - ✓ Asistencia a ferias internacionales por parte de las empresas.
 - ✓ Diversificar *market places*.
 - ✓ Buscar *market places* alimentarios con los que llegar a acuerdos de comercialización.
 - ✓ Incentivos claros para la innovación y la internacionalización pro parte de las instituciones.
 - ✓ Diversificación en el abanico de productos a comercializar.
 - ✓ Contactos con distribuidores de alimentación. Hoteles, Restaurantes y Catering (HORECA), con presencia en otros países.
- 

✓ **Recursos Humanos y Financieros**

- Contar con los recursos financieros adecuados.
- Profesionalizar los recursos humanos.

✓ **Logística**

- Optimizar la logística en el transporte.
- Ganar competitividad logística en los países de destino y controlar las fechas de entrega de los productos.
- Apoyo institucional a las estructuras de las empresas y de las cooperativas para crecer en la exportación.
- Desarrollar el *packaging*.
- Garantizar el suministro.
- Invertir en tecnología para facilitar la exportación.
- Implantar planes de exportación realizados y/o apoyados por empresas de éxito en el mismo sector de actividad.

✓ **Cooperación**

- Fomentar y apoyar claramente la estructura asociativa y cooperativa desde las instituciones.
- Desarrollar el departamento de exportación, estudiar de mercado del producto en cuestión y definir los países a exportar dentro de las posibilidades reales.
- Cooperar con empresas similares que cubran los vacíos propios.
- Cooperar con otras empresas.
- Establecer estructuras empresariales abiertas, dinámicas y flexibles para poder exportar eficazmente.
- Analizar de cada uno de los mercados *target*.
- Incrementar el tamaño de las empresas a través de la colaboración.
- Establecer sinergias comerciales y de productos (portfolio) y cooperar.

✓ **Nuevos canales**

- Abrir canales comerciales (promoción).
- Crear una web multi-idioma.
- Decidir el mercado de destino (estudio de mercado).

- 
- Crear una línea estratégica con recursos específicos (clara misión exportadora).
 - Invertir en promoción.

✓ **Aspectos burocráticos e institucionales**

- Incrementar el conocimiento de las normativas de exportaciones, con el objetivo de conocer la seguridad de operaciones en los países objetivos.
- Apoyar la inversión de productos atractivos para la exportación por parte de las instituciones.
- Estudiar los problemas burocráticos, políticos, religiosos y sociales en el mercado de destino.

✓ **Calidad de producto**

- Medir bien, sin caer en trampa cortoplacista, y respetar Ley de la Cosecha.
- Potenciar las ventajas competitivas y la identidad de las empresas: marca.
- Valorar la idoneidad de los productos.
- Renovar la imagen empresarial; espejo de calidad.
- Implantar un *e-commerce* con alcance global, pero invirtiendo en marketing *online* en los mercados más favorables.
- Apostar por una innovación constante como elemento diferenciador de un producto.
- Mejorar la oferta de productos, especializando toda la cadena de producción-comercialización.
- Obtener productos adecuados para cada consumidor y para cada país ya que cada país de destino tiene unas características de producto diferentes: envase/calibre/formato...
- Desarrollar productos para distintos colectivos (tercera edad, deportistas etc), es decir, personalización.
- Incrementar el valor de la imagen de marca.



Tras la puesta en común de las distintas aportaciones, se destacó que las medidas más importantes para dar solución al reto eran las siguientes:



Se enfatizó en la importancia de la **cooperación** como medio para fomentar y apoyar claramente la estructura asociativa y cooperativa por parte institucional y en llevar a cabo una cooperación real entre empresas. En este punto, se puso de manifiesto que, en muchos casos, es necesario incrementar el tamaño de las empresas para que sean más competitivas y tengan una sola voz de representación en los distintos procesos en los que intervienen, llegándose a plantearse la posibilidad de cooperar en la creación común de departamentos de internacionalización entre varias empresas.

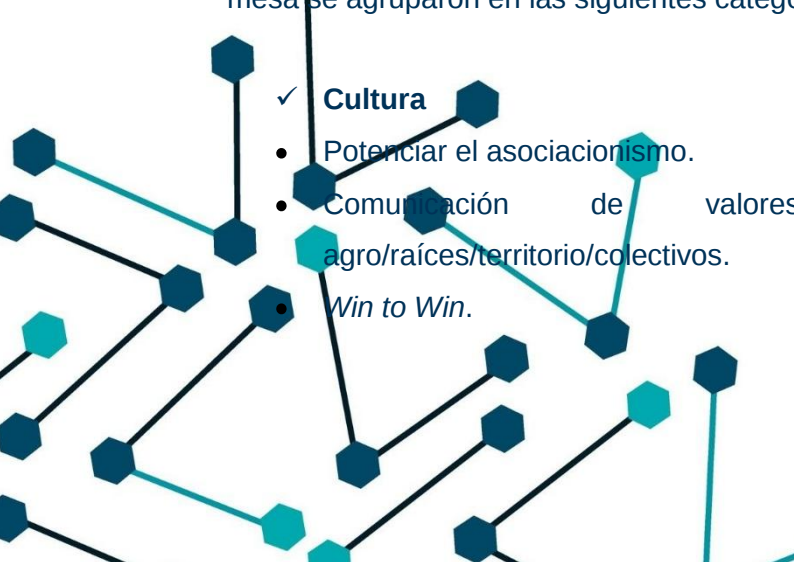
Con relación al **marketing**, manifestaron la importancia de asistir a ferias internacionales y de conseguir contratos con distribuidores de alimentación HORECA con presencia en otros países.

Hubo acuerdo rotundo en cuanto a la **profesionalización de los recursos humanos** del sector así como con la necesidad de tener los **recursos financieros adecuados**, llegándose a la conclusión que hay que preparar al personal o contratar personal formado para la internacionalización.

Por último, con relación a la **calidad del producto** se priorizó la apuesta por la innovación como elemento diferenciador de un producto para llegar al consumidor final, aunque también se destacó la importancia de ofrecer productos adecuados a la demanda de los consumidores, así como de desarrollar distintos productos en función del colectivo al que vayan dirigidos.

➤ **Reto 2: Cómo lograr configurar una cadena agroalimentaria sostenible en la que todos los eslabones queden satisfechos de manera sostenible.**

Al igual que con el reto anterior, las propuestas planteadas por cada integrante de la mesa se agruparon en las siguientes categorías:

- 
- ✓ **Cultura**
 - Potenciar el asociacionismo.
 - Comunicación de valores intrínsecos y extrínsecos: agro/raíces/territorio/colectivos.
 - Win to Win.

- 
- Justicia en la repartición de roles y beneficios.
 - Buenas prácticas comerciales.
 - Integración vertical entre proveedores y distribuidores y política de precios que reparta beneficios equitativamente distintos entre los integrantes de la cadena.
 - Enlazar producción, manipulación, comercialización y distribución.
 - Política de varios interproveedores; no sólo uno.

✓ **Coste, precio y beneficio**

- Cooperación entre productor y distribuidor para crear productos con valor añadido que permitan márgenes sostenibles.
- Precio justo desde la producción en origen que asegure la rentabilidad de cada eslabón en la cadena.
- Definición clara del producto y valoración del mismo.
- Fijar precios desde la producción hasta el consumidor de forma justa y equilibrada.
- Reconocer el coste de cada eslabón de la cadena.
- Asegurar el beneficio fijando precios desde los costes: transparencia.
- Mejorar la eficiencia de los costes.

✓ **Cadena de valor**

- Generar responsabilidad en cada eslabón.
- Pensar desde el consumidor hacia atrás en la cadena y eliminar lo que no añada valor.
- Distribuir la riqueza y su valor añadido.
- Hacer partícipes a todos los integrantes de la cadena.
- Invertir el dominio en la cadena: productor, fabricante y distribuidor.
- Regular precios justos para los productores (eslabón más débil de la cadena).
- Garantizar márgenes razonables a toda la cadena.
- Valorar la cadena desde el productor hasta el consumidor, respetando cada tramo sin obviar ninguno.

✓ **Calidad**

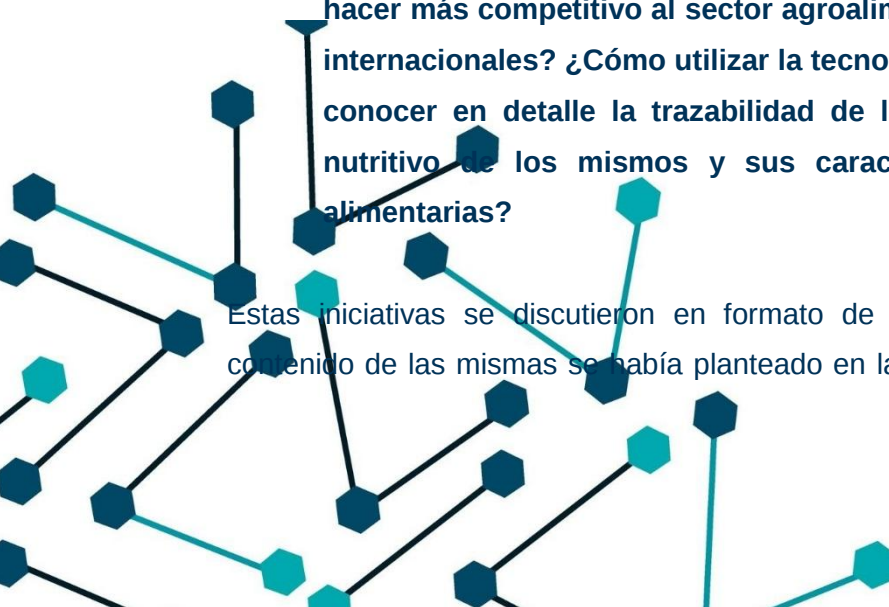
- Potenciar la calidad en la producción demandada por el cliente.
 - Incrementar los controles de calidad y cantidad en las importaciones.
- 

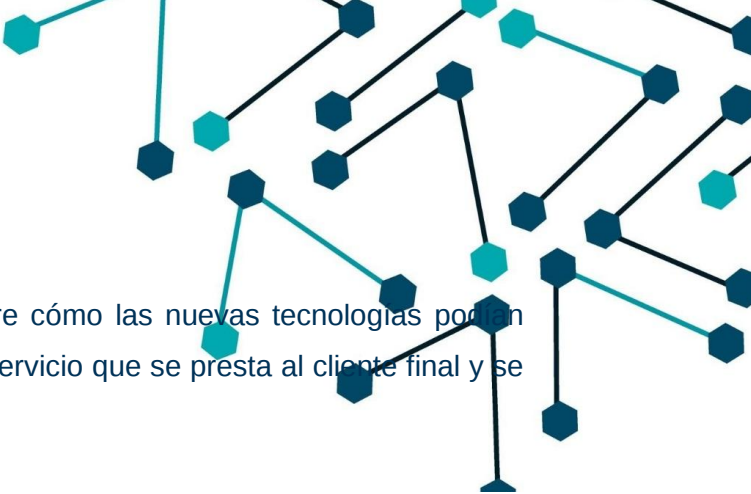
- 
- Primar la calidad en todos los eslabones.
 - ✓ **Producto local vs producto no local**
 - Transmitir las ventajas del producto local para competir sólo en precio.
 - Favorecer el consumo nacional frente a importadores.
 - Comprar a productores locales.
 - Reducir intermediarios.
 - Integración vertical.
 - Visión a medio-largo plazo en la cadena de comercialización.
 - ✓ **Buenas prácticas comerciales**
 - Términos económicos: renta básica y necesidad de recursos para invertir en I+D+i.
 - Centralización de los departamentos de ventas de las grandes comercializadoras.

Tras las conclusiones, Mercadona expuso como experiencia real la mejora del sistema de producción que llevó a cabo junto a la cooperativa 'Covap'. Esta compañía propuso establecer un precio fijo con el productor que incluyese los costes de producción más un beneficio, evitando con ello el depender de las subidas y las bajadas que producen las subastas de los productos en los precios. Se estuvo discutiendo sobre los pros y los contras de esta iniciativa y sobre su viabilidad. Todas las partes estuvieron de acuerdo en respetar la cadena de valor y reequilibrar las fuerzas de cada elemento de la cadena, así como en negociar y pactar precios desde el inicio.

- **Retos 3 y 4: ¿Cómo puede la innovación ser un factor diferencial para hacer más competitivo al sector agroalimentario andaluz en los mercados internacionales? ¿Cómo utilizar la tecnología para ayudar al cliente final a conocer en detalle la trazabilidad de los productos/alimentos, el valor nutritivo de los mismos y sus características frente a intolerancias alimentarias?**

Estas iniciativas se discutieron en formato de diálogo abierto, ya que parte del contenido de las mismas se había planteado en la resolución de los retos anteriores.

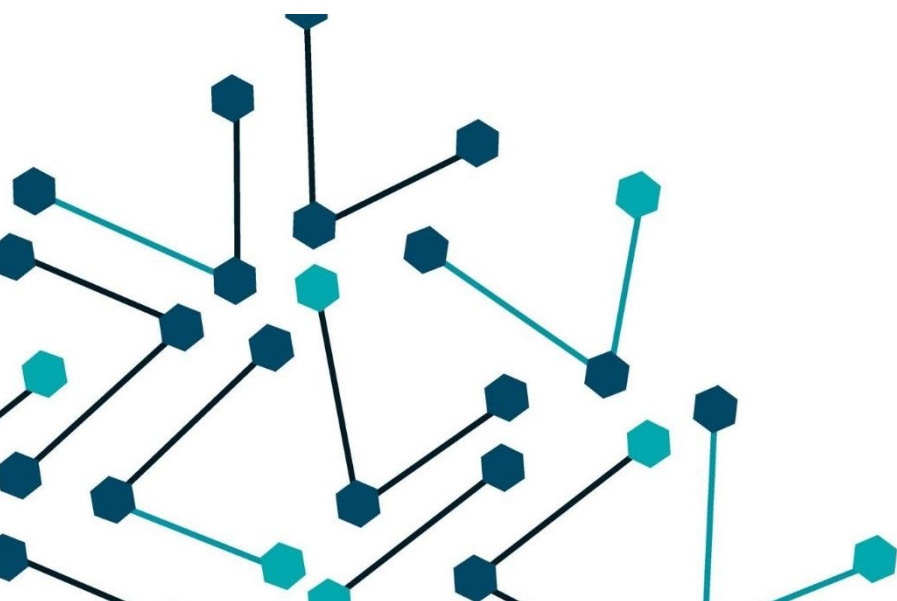




Se estuvieron realizando planteamientos sobre cómo las nuevas tecnologías podrían ayudar a mejorar la calidad del producto y el servicio que se presta al cliente final y se concluyó lo siguiente:

- Es importante contar con una fuerza comercial preparada tanto para la innovación como para la internacionalización, que pueda conocer al cliente final sus necesidades.
- Para ser más competitivos hay que romper barreras y educar a los consumidores en nuevos hábitos de consumo mediante cambios culturales a largo plazo y con productos de calidad.
- Es necesario que las grandes distribuidoras y comercializadoras conozcan mejor a los pequeños productores sobre el terreno y su realidad.

Tras el debate de estos retos, la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural le preguntó a cada integrante de la mesa con qué otro de la mesa creía que podría cooperar para el desarrollo de su negocio, buscando sinergias entre las diferentes empresas. En el transcurso de esta dinámica surgieron numerosas propuestas de colaboración tanto entre empresas como con empresas tractoras y las propias instituciones, siendo el resultado satisfactorio.



4. Comunicación

Para la difusión del encuentro se diseñó un plan de comunicación on-line y off-line, que se llevó a cabo con la presencia de dinamizadores de Twitter en todas las mesas de debate, así como con la elaboración y el envío de notas de prensa, habiéndose obtenido los siguientes resultados.

4.1. Comunicación on-line: Redes Sociales

El Encuentro de Innovación Abierta se dinamizó en Twitter desde la cuenta de Andalucía Emprende @aemprende, a través del hashtag #InnovacionAbierta. Las cifras alcanzadas fueron las siguientes:

- **160** tweets lanzados
- **684** retweets (promedio por día)
- **634** Me gusta (promedio por día)
- **160** clics en el enlace (promedio)
- **8** respuestas
- **91.301** impresiones orgánicas (número de veces que los usuarios vieron un tweet).
- **Tasa de interacción: 1,9 %**

En el intervalo de 12.00 a 14.00 horas conseguimos ser la **tercera tendencia**.



Los tweets más vistos fueron los siguientes:

Tweets	Tweets destacados	Tweets y respuestas	Impresiones	Interacciones	Tasa de interacción
Promocionado					
 aemprende @aemprende · 23 h Muchísimas gracias a instituciones, #empresas tractoras y #pymes participantes en #InnovacionAbierta @EconomiaAND pic.twitter.com/xH3Plhxjtc Ver la Actividad de Tweets			1.537	132	8,6 %
 aemprende @aemprende · 22 jun. Arranca la dinámica en el reto Mesa #Tecnologia , vamos! pic.twitter.com/2B8m8lUF4v Ver la Actividad de Tweets			1.418	35	2,5 %
 aemprende @aemprende · 22 jun. Reto en agroalimentaria @extendajunta Incrementar ventas al exterior un 20% @AgriculturAnd #InnovacionAbierta pic.twitter.com/RCdM4TXo1l Ver la Actividad de Tweets			1.252	29	2,3 %
 aemprende @aemprende · 22 jun. @josecdiez "Las #ideas evolucionan porque e mundo evoluciona" #InnovacionAbierta @EconomiaAND @OpenFuture_And pic.twitter.com/nPnnoj1rGz Ver la Actividad de Tweets			1.128	35	3,1 %
 aemprende @aemprende · 23 h Muchísimas gracias participantes de mesa 1 #Biomedicina #InnovacionAbierta @EconomiaAND pic.twitter.com/TErNVvk8w Ver la Actividad de Tweets			1.079	70	6,5 %
 aemprende @aemprende · 23 h Participantes Mesa Tecnológica, Gracias por vuestra participación en #InnovacionAbierta pic.twitter.com/FVZyVwXa03 Ver la Actividad de Tweets			1.041	52	5,0 %
 aemprende @aemprende · 23 h Comunicación bidireccional sinergias transferencias de tecnologías algunas de conclusiones en #InnovacionAbierta pic.twitter.com/IDL14MOF6J Ver la Actividad de Tweets			979	47	4,8 %
 aemprende @aemprende · 24 h Arellano anima a los #emprendedores a innovar e impulsar una visión global de negocio bit.ly/28OcgCe pic.twitter.com/TMQKWh0Fsb Ver la Actividad de Tweets			904	40	4,4 %
 aemprende @aemprende · 24 h Terminamos la mañana con la dinámica de aportar soluciones a las preguntas clave del sector #InnovacionAbierta pic.twitter.com/jmzZCNoD3l Ver la Actividad de Tweets			879	30	3,4 %
 aemprende @aemprende · 22 jun. Cantidad de ideas excelentes en la mesa de #turismo en #InnovacionAbierta ¿cual será la mejor ? pic.twitter.com/VoPUZFIJc Ver la Actividad de Tweets			868	27	3,1 %

	aemprende @aemprende · 23 h Entrevista a Ramírez de Arellano de @EconomiaAND en el Encuentro de #InnovacionAbierta bit.ly/28PuP8F #EICubo #Sevilla Ver la Actividad de Tweets	805	12	1,5 %	Promocionar
	aemprende @aemprende · 22 jun. . @josecdiez "Hay que hacer imagen de #marca para que las #empresas ganen posicionamiento" #InnovacionAbierta pic.twitter.com/z25BN2mzhD Ver la Actividad de Tweets	803	26	3,2 %	Promocionar
	aemprende @aemprende · 22 jun. #Andalucía es un referente en #tecnología para la #educación , @josecdiez en encuentro #InnovacionAbierta pic.twitter.com/FAwgG7612q Ver la Actividad de Tweets	788	24	3,0 %	Promocionar
	aemprende @aemprende · 22 jun. ¡¡Hay que abrir #Andalucía al mundo nos dice @josecdiez en el encuentro #InnovacionAbierta !! @EconomiaAND @aemprende Ver la Actividad de Tweets	785	22	2,8 %	Promocionar
	aemprende @aemprende · 22 jun. 1/2 Proyectos agroalimentarios hoy #InnovaciónAbierta @iMareNatural Covecol @AlcuzaSoftware @biosemillas pic.twitter.com/4ycM8YQZOU Ver la Actividad de Tweets	779	26	3,3 %	Promocionar

	aemprende @aemprende · 22 jun. . @Ayto_Sevilla plantea Reto: cómo podemos adelantar entre todos transición hacia vehículo eléct. #InnovacionAbierta pic.twitter.com/EbtrnjEJIFx Ver la Actividad de Tweets	860	22	2,6 %	Promocionar
	aemprende @aemprende · 23 h Foto de familia de la mesa de # biotecnología . #InnovacionAbierta pic.twitter.com/mYkyKpn8Xd Ver la Actividad de Tweets	858	27	3,1 %	Promocionar
	aemprende @aemprende · 22 jun. ¡¡En un rato comenzamos el encuentro #InnovacionAbierta en #EICubo #Sevilla !! bit.ly/28Msk23 @EconomiaAND pic.twitter.com/1lwGNY4h3 Ver la Actividad de Tweets	833	19	2,3 %	Promocionar
	aemprende @aemprende · 22 jun. La #internacionalización de nuestra #economía es la mejor decisión económica que podemos adoptar, Ramírez de Arellano #InnovacionAiberta Ver la Actividad de Tweets	824	22	2,7 %	Promocionar
	aemprende @aemprende · 22 jun. Pasamos a la evaluación de las ideas. Un momento distendido y de intercambio de experiencias #InnovacionAbierta pic.twitter.com/nQmcpqwgqxsx Ver la Actividad de Tweets	807	18	2,2 %	Promocionar

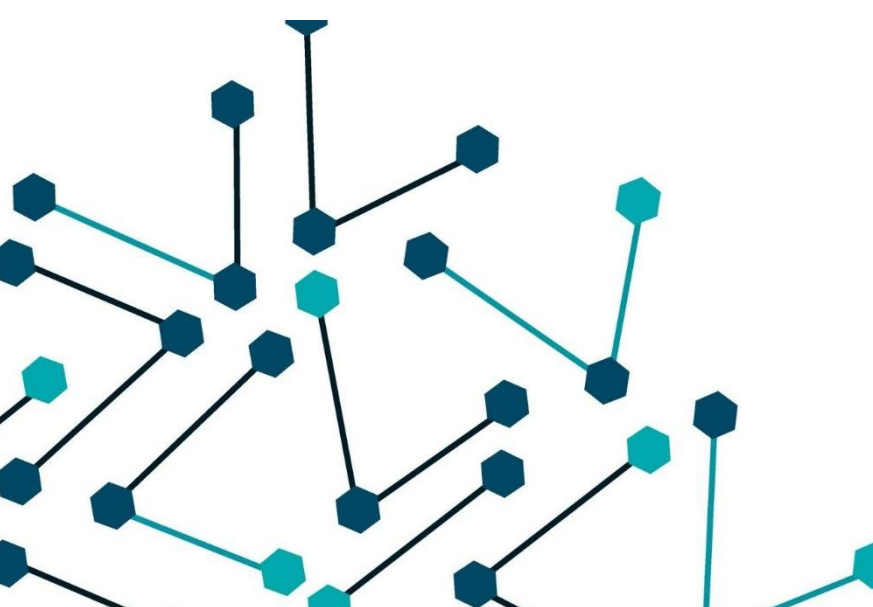


4.2. Comunicación off-line: repercusión mediática

Para la difusión del encuentro se realizaron tres notas de prensa, una previa, otra de la apertura y otra de conclusiones. La repercusión de las mismas se ha visto reflejada con un total de **18 impactos**, dos de ellos en la radio y 16 impactos en la prensa, de los que cinco han sido en prensa papel y 11 en digital.

La repercusión en la radio fue, concretamente, en el programa 'Andalucía Capital', de **Onda Cero**, que le dedicó un espacio al encuentro la tarde anterior a su celebración, a través de una entrevista a la directora gerente de Andalucía Emprende, Montserrat Reyes; y en el programa 'Hoy por Hoy' de la cadena **SER**, mediante una entrevista al consejero de Economía y Conocimiento, Antonio Ramírez de Arellano, el mismo día del encuentro.

Se muestran a continuación los impactos en prensa papel y parte del contenido de algunos de los digitales, cuyo contenido completo puede consultarse en los enlaces que se detallan al final de este apartado.





Una emprendedora observa el panel de entrada del centro de networking 'El Cubo'. :: SUR

Las pymes innovadoras andaluzas crean sinergias para resolver problemas comunes

El encuentro 'Innovación abierta' teje redes en ocho sectores e involucra a empresas tractoras y a la Administración para aprender de su experiencia

:: L.G.-S.

SEVILLA. Cerca de un centenar de emprendedores de diversos sectores de innovación de toda Andalucía se reúnen para compartir sus experiencias, crear sinergias y aprender de la trayectoria de empresas tractoras de sus respectivos sectores. Fue una jornada bajo el título 'Innovación abierta' organizada por Andalucía Emprende en 'El Cubo', el centro de networking y vivero de empresas que Telefónica tutela en el antiguo Pabellón de Francia en la Expo 92 y que está obteniendo resultados espectaculares en sus tres años apenas de trayectoria.

La idea parte de agrupar empresas que trabajan en los distintos Centros de Apoyo al Desarrollo Empresarial (CADE) de toda la comunidad y que no tiene habitualmente contacto entre ellas, para poner en común lo que están haciendo y para debatir sobre los problemas habituales que se encuentran con una serie de empresas tractoras y con técnicos de alto nivel de la Administración.

A todo ello el programa ha unido el estudio de las posibilidades de colaboración público-privada para los emprendedores innovado-

res, según destacó el secretario general de Economía, Gaspar Llanes, organizador del encuentro. El consejero, Ramírez de Arellano, lo enmarcó en los planes para fomentar el tejido empresarial y la creación de empleo y animó a los jóvenes emprendedores asistentes a «impulsar una visión global de su negocio para competir en una economía social de mercados».

Los debates se produjeron en ocho mesas sectoriales simultáneas, una para cada sector estratégico: tecnologías en biomedicina, energías renovables y eficiencia energética, construcción y obra pública, aeronáutica y automoción, creativo-cultural, turismo, tecnológico y agroalimentario. Cada mesa realizó un resumen de sus trabajos y llegó a votar las propuestas. El resultado es un catálogo de análisis sectoriales actualizados que puede aportar visiones novedosas en cada caso, tanto

de problemas como de soluciones. La lista es amplia. A modo de resumen cabe señalar que las empresas biotecnológicas hablaron de buscar canales de comunicación directa con los usuarios finales de sus productos y servicios y sobre cómo diseñar la mejor estrategia para introducir un producto en el mercado.

Energías renovables

Las jóvenes pymes de renovables trataron sobre cómo desarrollar negocio en tecnologías de almacenamiento y 'smart grids' (redes de distribución eléctrica combinadas con modernas tecnologías de información) con un nivel de excelencia desde Andalucía para un mercado cuyo principal volumen se encuentra en Estados Unidos. El debate en turismo abordó la consolidación de empresas innovadoras en este sector clave de la economía regional, el tipo de ayudas que necesitan las empresas del sec-

tor que mantienen su actividad durante todo el año como vía para incentivar la creación de trabajo y riqueza y mejorar la estacionalidad.

Las 'start-up' culturales se preguntaron por qué las empresas no están demasiado interesadas en la cultura y se ha debatido sobre diversas temáticas como la explotación de la huella digital de las industrias creativas, el valor del contenido frente a las plataformas digitales y cómo crear el motor comercial alrededor de un proyecto creativo.

El debate, en general, abordó cómo aumentar la colaboración entre pequeñas empresas de base tecnológica y la Universidad u otros organismos públicos dedicados a la investigación; cómo promover el intraemprendimiento en el seno de las medianas y las grandes empresas; cómo promover la incorporación de tecnologías avanzadas. Temas esenciales para avanzar.

Construcción y obra pública: instrucciones de uso

Una de las más concurridas fue la mesa sobre construcción, en la que estuvieron el secretario general de Economía, Gaspar Llanes; el director general de la Agencia de Obra Pública, Francisco Pérez Moreno; las empresas tractoras

Sinergy y Ayesa y siete empresas incubadas ('Xilacurve', 'Garbionda, SL', 'Actisa', 'Econocasa Steel', 'Prefast', 'Geotexan' y 'Wuaika Gpi, SL'). El debate giró sobre cómo incorporar a los procesos de licitación de obra pública el concepto de coste total de propiedad, es decir, el que la administración debe afrontar durante todo el ciclo de vida del activo y no sólo en la adquisición. Se abordó la forma de conseguir que las nuevas inversiones ayuden al crecimiento económico y

a la competitividad de los sectores productivos andaluces y se cuestionaron aspectos como la utilización de la producción aditiva para fabricar elementos constructivos a medida en la propia obra, de forma que se incremente la eficiencia; el beneficio de la construcción modular en edificios públicos como colegios y los hospitales, o la manera en la que podría aprovecharse la interacción de robots y humanos para mejorar la eficiencia de las operaciones en obra.

► 23 Junio, 2016

Más de 100 empresas e instituciones públicas analizan los desafíos de futuro

C.E.**SEVILLA**

► Un total de 128 organismos públicos y privados, entre empresas de diferentes sectores estratégicos incubadas en los Centros de Apoyo al Desarrollo Empresarial (CADE), empresas tractoras y representantes de distintos organismos públicos, partici-

paron ayer en la sesión de *networking* del encuentro Innovación Abierta que Andalucía Emprende, entidad dependiente de la Consejería de Economía y Conocimiento, organizó con los objetivos de «difundir y reconocer la actividad de las pymes, compartir experiencias y debatir retos de futuro, propiciando el

establecimiento de sinergias y posibles colaboraciones».

El encuentro contó con un total de 86 empresas incubadas en los CADE, 18 empresas tractoras y 24 representantes de distintos organismos públicos que, agrupados en ocho mesas sectoriales de debate, una para cada sector estratégico, han estado tra-

bajando durante aproximadamente dos horas en la búsqueda de soluciones a problemas habituales propios de cada sector, según informó la Consejería.

Fueron más de una veintena los retos planteados por las empresas tractoras y los representantes institucionales que han participado en

este encuentro, a los que las empresas incubadas en los CADE fueron proponiendo distintas soluciones.

De esta manera, el encuentro tuvo lugar en el centro de *crowdworking* El Cubo de Sevilla y en su apertura participaron el consejero de Economía y Conocimiento, Antonio Ramírez de Arellano, y el economista José Carlos Díez, que impartieron la conferencia Economía y Emprendedores, una opción estratégica, a la que asistieron más de 200 personas. ■

EL DATO
Arellano anima a los emprendedores andaluces a ser innovadores e impulsar una visión global de su negocio.



Diario de Almería

PAÍS: España
PÁGINAS: 49
TARIFA: 673 €
ÁREA: 240 CM² - 25%FRECUENCIA: Diario
O.J.D.: 1659
E.G.M.: 14000
SECCIÓN: FINANZAS Y AGRICULTURA

► 27 Junio, 2016

Cinco empresas participan en el encuentro 'Innovación Abierta'

Redacción

Cinco empresas almerienses figuran entre los 128 organismos públicos y privados y empresas participantes en el encuentro 'Innovación Abierta' celebrado el miércoles pasado en el centro de *crowdworking* 'El Cubo' de Sevilla y organizado por Andalucía Empren-

de. El objetivo de esta jornada, a la que asistieron las firmas Biosemillas, PPortona, Xilacurve, Prefasty Kame Ingeniería de la provincia de Almería, fue difundir y reconocer la actividad de las pymes andaluzas, compartir experiencias y debatir retos de futuro, propiciando el establecimiento de sinergias y posibles colaboraciones.

Concretamente, este encuentro contó con un total de 86 empresas incubadas en los CADE andaluces, 18 de ellas empresas tractoras y 24 representantes de distintos organismos públicos, que estuvieron agrupados en ocho mesas sectoriales de debate, una para cada sector estratégico.



Participaron más de un centenar de empresas de distintos sectores.

D.A.



La Voz de Almería

PAÍS: España
PÁGINAS: 24
TARIFA: 198 €
ÁREA: 88 CM² - 10%FRECUENCIA: Diario
O.J.D.: 5591
E.G.M.: 89000
SECCIÓN: ALMERIA ECONOMICA

► 24 Junio, 2016

Empresas almerienses en 'Innovación abierta'

● Cinco empresas de la provincia (Biosemillas, Kame Ingeniería, Pportona, Xilacurve y Prefast) han participado en el encuentro Innovación Abierta, organizado por Andalucía Emprende para analizar los retos de futuro del sector.



23/6/2016

La innovación y la internacionalización, claves para el nuevo modelo económico

La innovación y la internacionalización, claves para el nuevo modelo económico



EUROPA PRESS

Actualizado 22/06/2016 14:30:24 CET

SEVILLA, 22 Jun. (EUROPA PRESS) -

El consejero de Economía y Conocimiento, Antonio Ramírez de Arellano, ha destacado este miércoles la importancia de contar tanto con la innovación como con la internacionalización dentro del "ADN de una empresa", junto a la formación, de cara al nuevo modelo económico de Andalucía.

Así lo ha señalado en la inauguración del encuentro 'Innovación Abierta', organizado por Andalucía Emprende, entidad dependiente de la Consejería de Economía y Conocimiento, y que ha contado con cerca de 70 empresas de diferentes sectores estratégicos, incubadas en los Centros de Apoyo al Desarrollo Empresarial (CADE), 17 empresas tractoras y 16 representantes de distintos organismos públicos.

Tras valorar la experiencia de El Cubo de cara al modelo económico que la Junta fomenta, el consejero ha destacado a los emprendedores como parte de este modelo. En este sentido,

<http://www.europapress.es/andalucia/sevilla/noticia-andalucia-valor-a-innovacion-internacionalizacion-cara-nuevo-modelo-economico-20160622114423.html> 1/4

Ramírez de Arellano anima a los emprendedores a ser innovadores

El consejero de Economía y Conocimiento andaluz pide impulsar una visión global de su negocio para competir en una economía social de mercado



Miembros de la Asociación de Jóvenes Empresarios de Andalucía (Cata Zambrano)

0 0

EFE, Sevilla 22/06/2016 14:11 | Actualizado a 22/06/2016 14:14

El consejero de Economía y Conocimiento, Antonio Ramírez de Arellano, anima a los emprendedores andaluces a ser innovadores e impulsar una visión global de su negocio para competir en una economía social de mercado durante el encuentro ‘Innovación Abierta’ organizado por Andalucía Emprende.

Ha destacado que la apuesta de la Junta por los emprendedores “no es una mera declaración de intenciones, porque saben el peso que tienen en la construcción de una economía sana y competitiva”, por eso Andalucía “cuenta con un anteproyecto de Ley de Fomento del Emprendimiento que garantiza el derecho a poder emprender en igualdad de oportunidades”, ha informado en un comunicado.

23/6/2016

El camino hacia el vehículo eléctrico y la industria espacial, a debate en El Cubo

El camino hacia el vehículo eléctrico y la industria espacial, a debate en El Cubo



AYUNTAMIENTO.

Publicado 22/06/2016 16:00:25 [CET](#)

SEVILLA, 22 Jun. (EUROPA PRESS) -

El Ayuntamiento de Sevilla ha abordado este miércoles con empresas y emprendedores de la aeronáutica y la automoción, cómo cabría adelantar el tránsito del vehículo con combustibles fósiles hacia el eléctrico y qué futuro tendrá la ciudad en la industria espacial,

<http://www.europapress.es/andalucia/sevilla-00357/noticia-camino-vehiculo-electrico-industria-espacial-debate-cubo-20160622160025.html>

1/4

23/6/2016

Arellano anima a los emprendedores a impulsar una visión global de negocio | Radio Sevilla | Cadena SER

Arellano anima a los emprendedores a impulsar una visión global de negocio

El consejero de Economía ha participado en el encuentro 'Innovación Abierta', que reúne a casi 90 empresas pymes y tractoras de sectores estratégicos



CADENA SER

Empresarios

Ar

Enviar

Imprimir

0

CADENA SER | 22/06/2016 - 15:41 CET

El consejero de Economía y Conocimiento, Antonio Ramírez de Arellano, ha animado a los emprendedores andaluces a ser innovadores e impulsar una visión global de su negocio para **competir en una economía social de mercado**, durante el encuentro 'Innovación Abierta' organizado por Andalucía Emprende en Sevilla.

Ramírez de Arellano ha resaltado que esta jornada "va a permitir compartir experiencias, plantearnos retos de futuro y, sobre todo, generar sinergias, ya que los participantes saben el **valor añadido que tiene la innovación** en una idea de negocio y el empuje que significa salir al exterior".



Acceso al contenido completo de los impactos producidos en prensa digital:

<http://andaluciaaldia.es/ramirez-arellano-anima-los-emprendedores-innovadores-e-impulsar-una-vision-global-negocio>

<http://www.europapress.es/esandalucia/sevilla/noticia-andalucia-valora-innovacion-internacionalizacion-cara-nuevo-modelo-economico-20160622114423.html>

<http://www.lavanguardia.com/local/sevilla/20160622/402684948794/ramirez-de-arellano-anima-a-los-emprendedores-a-ser-innovadores.html>

<http://www.europapress.es/esandalucia/sevilla/noticia-mas-100-empresas-instituciones-publicas-debaten-retos-futuro-encuentro-20160622142618.html>

<http://www.europapress.es/andalucia/sevilla-00357/noticia-camino-vehiculo-electrico-industria-espacial-debate-cubo-20160622160025.html>

<http://www.20minutos.es/noticia/2779519/0/camino-hacia-vehiculo-electrico-industria-espacial-debate-cubo/>

<http://www.noticiaspres.es/2016/06/cerca-de-70-empresas-incubadas-en-cades-17-tractoras-y-16-instituciones-se-dan-cita-en-el-encuentro-innovacion-abierta/>

http://cadenaser.com/emisora/2016/06/22/radio_sevilla/1466602861_468841.html

<http://www.finanzas.com/noticias/economia/20160622/ramirez-arellano-anima-emprendedores-3433503.html>

<http://www.elalmeria.es/article/finanzasyagricultura/2316508/cinco-empresas/participan-encuentro-innovacion-abierta.html>

<http://www.diariodsur.es/andalucia/201606/26/pymes-innovadoras-andaluzas-crean-20160626200709.html>



5. Galería fotográfica































7. Agradecimientos

Gracias a todas las personas que habéis hecho posible la celebración del Encuentro de Innovación Abierta y, muy especialmente, a Andalucía Open Future, por su colaboración para albergar el encuentro en un edificio tan tecnológico e innovador como es 'El Cubo'; a los responsables de la Administración Pública, tanto de distintas Consejerías de la Junta de Andalucía como del Ayuntamiento de Sevilla, por su activa participación e implicación; a los representantes de todas las empresas tractoras por los retos planteados y el tiempo dedicado y a los emprendedores de la Red de Andalucía Emprende por su iniciativa e involucración en la búsqueda de soluciones que mejoren nuestro tejido productivo.

