

**La primera Buena Práctica que se presenta es las acciones de difusión del Programa InnoCámaras**, que tiene como objetivo contribuir a la mejora de la competitividad de las pequeñas y medianas empresas, mediante la adopción de una cultura a favor de la innovación permanente para lograr un crecimiento económico sostenido.

Para lograrlo, InnoCámaras consta de dos tipos de acciones interrelacionadas: acciones de apoyo directo a las empresas y las acciones transversales complementarias.

Las Acciones de apoyo directo a empresas consisten en la implantación de un plan de apoyo a la innovación en las pymes para la integración de la cultura de innovación en sus estrategias de actuación. Incluye dos fases secuenciales y progresivas:

- Fase I – Diagnóstico. En esta fase se incluye un sistema de diagnóstico asistido que permite conocer el nivel de competitividad de la empresa destinataria en su entorno económico y de mercado. Este diagnóstico proporcionará unas líneas de recomendación sobre los aspectos clave en la competitividad de la empresa, en los cuales, el desarrollo de actuaciones innovadoras puedan contribuir eficazmente al logro de mayores niveles de eficiencia y productividad. Para la ejecución de esta fase, el Programa cuenta con una red de tutores de innovación, ubicados en las Cámaras, contratados, especializados y formados en la metodología del Programa.
- Fase II – Plan de Apoyo a la Innovación. Tras la fase de diagnóstico, se inicia una fase de implantación, en la cual asesores especialistas (homologados por el Consejo Superior de Cámaras) guiarán a las empresas beneficiarias en la puesta en práctica de las recomendaciones y alternativas de inversión en materia de innovación identificadas en la fase anterior. Esta fase ofrece subvenciones a las PYMES para dicha implantación.

Estas acciones son reforzadas por un conjunto de Acciones Transversales que fomentan la difusión de la cultura de la innovación entre las empresas, entre las que cabe destacar (aparte de la celebración de numerosas jornadas locales, realizadas por las Cámaras de Comercio participantes) la realización de **Foros de innovación**.

Los **Foros InnoCámaras** son actos de carácter masivo, que contribuyen a la promoción y difusión del concepto de innovación entre las PYMES españolas. Se plantean como actos públicos de carácter sectorial o plurisectorial, con el objetivo de sensibilizar a las empresas sobre la necesidad de incorporar la innovación en su estrategia empresarial, como elemento competitivo clave para lograr un crecimiento económico sostenido.

Igualmente, estos actos permiten que las empresas reflexionen sobre los principales retos que deben afrontar, se familiaricen con las diferentes entidades activas en el ámbito de la innovación, y conozcan de primera mano las posibles respuestas a estos retos que tanto los agentes de apoyo a la innovación como empresarios – casos de éxito de innovación – pueden facilitarles.

De este modo, en el año 2013 se planteó la realización de unos Foros que no solamente persiguen la sensibilización sobre la necesidad de innovar, sino que además se lograra crear un clima propicio para el debate y trabajo especializado entre las empresas y las entidades de apoyo a la innovación participantes, así como entre las empresas entre sí.

Los foros de innovación InnoCámaras se caracterizan por los trabajos realizados con carácter previo al mismo, trabajos que constituyen la base para el desarrollo del evento, así como por la metodología utilizada durante su celebración, que permite el acercamiento entre las empresas asistentes, fomentando el establecimiento de lazos de cooperación empresariales como una vía de mejora de la competitividad de nuestras PYMES.

A continuación se detallan los componentes principales de los Foros, así como la estructura habitual de uno de estos eventos:

1. Apertura institucional del Foro: llevada a cabo por representantes del máximo nivel de la Comunidad Autónoma, del Consejo Superior y de las Cámaras.



2. Ponencia sobre innovación. En esta presentación se habla principalmente sobre la innovación y competitividad en la empresa, la innovación como proceso comentando las diferentes fases para el éxito y se exponen casos paradigmáticos, nuevos desafíos, herramientas para las pymes...



3. Presentación de casos de éxito empresariales: el Maestro de Ceremonias realiza entrevistas a tres casos de éxito de empresas de la región vinculados a la inversión en innovación.



4. Finalmente, se abre un espacio para que las empresas asistentes puedan participar en unos encuentros de networking empresarial, utilizando una metodología propia y dinamizados por el Maestro de ceremonias, en aras de lograr fomentar el establecimiento de alianzas de cooperación empresarial que les ayuden a mejorar su posición competitiva.

Se considera una Buena Práctica porque

*Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo*

A diferencia de otros eventos de carácter similar, los foros de innovación realizados en el marco del programa InnoCámaras se caracterizan por los trabajos realizados con carácter previo al mismo, trabajos que constituyen la base para el desarrollo del evento. Con anterioridad a cada foro se realiza un estudio, llamado “Ecosistema Regional de Innovación”, con el objetivo de describir la situación económica de la región en materia de innovación para orientar los contenidos del Foro a los empresarios y PYMES participantes. De esta manera el foro consigue una gran efectividad de contenidos.

Igualmente cabe destacar la nueva metodología utilizada durante su celebración, que permite el acercamiento entre las empresas asistentes, fomentando la generación de posibles proyectos de cooperación empresarial, ya que entendemos la cooperación empresarial como una posible vía innovadora de mejora competitiva para las PYMES.

En estos Foros se persigue la interacción con los empresarios asistentes en todo momento, de manera que sientan el evento como suyo: así, durante la ponencia principal, se consigue involucrar al público a través de una Hoja de Ruta proporcionada en la acreditación, generando interés y dinamismo en la misma. Igualmente, se utiliza el sistema de interacción Power Vote, logrando que los empresarios puedan responder anónimamente – mediante unos mandos a distancia que se les entregan en la acreditación – a varias consultas que les plantea el moderador y conocer al instante las respuestas de todos los asistentes, mediante gráficos que en ese mismo momento se presentan. Igualmente, en la última parte del evento se realiza una actividad para lograr el acercamiento definitivo entre las empresas, mediante una metodología muy dinámica de networking (“speed dating”), que permita a cada empresario interactuar con el máximo número de empresarios posibles.



### *Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos*

El objetivo perseguido por la Comisión Europea con el P.O. Fondo Tecnológico es el impulso de la actividad de I+D+i, prestando especial atención a la participación empresarial privada en este campo.

En este sentido InnoCámaras ha creado un programa de ayudas para autónomos y PYMES para implantar Planes de Apoyo a la Innovación personalizados en función de las necesidades concretas de cada empresa. Por tanto, el contenido del programa sin duda se encuentra perfectamente alineado con los objetivos de programa europeo y la Comisión.

Asimismo, un objetivo fundamental era que la ciudadanía y los beneficiarios de las ayudas conociesen que éstas se venían cofinanciando por la Unión Europea, de ahí la relevancia de todas las actuaciones de difusión llevadas a cabo (principalmente con estos Foros de innovación).

Por otra parte, y ya centrándonos en los Foros de InnoCámaras, el obtener información previa de las necesidades de las pymes de cada región, hace que se logre una gran adecuación de los contenidos de los eventos a las necesidades reales de las PYMES de cada región, por lo que nos aseguramos de que el mensaje que queremos trasladarles sea coherente con su realidad, presentándoles ideas y casos de éxito cercanos para lograr nuestro objetivo principal (sensibilizar sobre la necesidad de innovar).

Igualmente, la inclusión de entrevistas a casos de éxito de la región hace que las empresas asistentes conozcan de primera mano cómo la innovación ha ayudado a mejorar a empresas de similares características a ellas (huyendo de la creencia generalizada del empresariado español de que “la innovación es sólo para las grandes empresas” o que “sólo existe la innovación tecnológica”).



### *Incorporación de criterios de Igualdad de oportunidades*

Con carácter previo al evento se revisan las ponencias para asegurarnos de que no se utiliza lenguaje sexista, recomendando la sustitución de un vocabulario sexista – todavía presente en nuestra sociedad – por un vocabulario no discriminatorio de las mujeres, y en su caso, de los hombres



(corrigiendo el enfoque androcéntrico de nuestras expresiones, creando referentes femeninos, procurando no aplicar a las mujeres cualidades diferentes de las que se atribuyen a los hombres, rompiendo estereotipos, utilizando términos colectivos y abstractos para sustituir palabras marcadas sexualmente, etc.). Igualmente, en la búsqueda de casos de éxito empresariales se trató de contar con experiencias positivas de empresarias de la región.



#### *Adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos*

Los foros cumplen ampliamente con los objetivos de difusión de los fondos, no solo por el gran número de asistentes, sino de la repercusión mediática de los mismos. Tanto en el área de la comunicación como de la imagen se cuida de manera especial la marca “Unión Europea”, no sólo por ser cofinanciador de estos eventos, sino porque dota a estos foros de una proyección y de un peso específico que difícilmente se conseguiría contando sólo con los organizadores locales.

Para empezar, los elementos decorativos de los Foros siempre llevan de manera muy visible el logotipo FEDER, para que en todo momento los asistentes conozcan que este Foro se está pudiendo realizar gracias a FEDER.

Igualmente, dentro de las ponencias que se presentan a los asistentes en el Foro, existen varias vías para difundir los fondos:

1. Explicación del programa InnoCámaras (y de otros programas de financiación de la I+D+i): en todos los Foros, tanto en la inauguración como a lo largo de la ponencia principal, se ofrece información sobre el Programa InnoCámaras y la cofinanciación que FEDER lleva aportando desde sus inicios para que esto sea posible. Así, se ofrece información sobre el número de empresas que (a nivel nacional y a nivel regional) han logrado beneficiarse de estas ayudas que ofrece el programa a la innovación). Igualmente, se hace referencia a otros programas de apoyo a la innovación (con especial atención a la iniciativa Horizonte 2020)



2. Casos de éxito: la mayoría de los casos de éxito entrevistados en cada Foro son PYMES de la región que han sido beneficiarias de las ayudas a la implantación de planes de apoyo a la innovación que ofrece el Programa InnoCámaras, cofinanciado por FEDER. Así, las empresas asistentes conocen de primera mano los beneficios que InnoCámaras (cofinanciado por FEDER) ha ofrecido a las PYMES participantes.



3. En varios de los Foros realizados se ha incluido una ponencia realizada por INFYDE (empresa subcontratada por FECYT) para difundir la “Red de Políticas de I+D+i de FEDER”. La ponencia, titulada “Servicios de la Red de Políticas Públicas de I+D+i”, informaba a los asistentes sobre los Fondos europeos destinados a la I+D+i, el grado de ejecución de éstos, los agentes territoriales de innovación, los nodos de cooperación para la innovación, las convocatorias abiertas en la CC.AA. en cuestión...



Asimismo, estos foros se han convertido en el caldo de cultivo óptimo para sensibilizar a las empresas participantes sobre la importancia estratégica que otorga la Unión Europea a la innovación, haciendo especial hincapié en las ponencias a la Estrategia EU2020, que señala que una de sus máximas prioridades es crear la Europa del conocimiento y la innovación. El paraguas de la Unión Europea encuadra a estos foros dentro de una estrategia supranacional, lo que provoca en las empresas una mayor toma de conciencia sobre la necesidad real de adoptar procesos de innovación como elementos imprescindibles para competir en un escenario global.



*Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación*

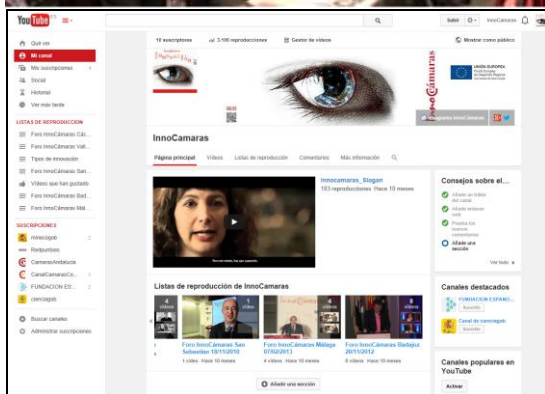


Al dar a conocer los foros al público en general, y de manera particular a todos los contactos empresariales y profesionales del programa InnoCámaras, alcanzamos un amplio grado de cobertura sobre la población objetiva.

Por otra parte, con carácter previo al evento, se realizan amplias labores de difusión que acercan a las PYMES nacionales el conocimiento sobre el evento (mailing desde todas las Cámaras de Comercio a las empresas de su demarcación, independientemente de dónde se vaya a celebrar el evento, publicidad en prensa escrita y radio locales, difusión a través de las redes sociales del programa InnoCámaras, Consejo Superior de Cámaras y Cámaras de Comercio).

Igualmente, el evento se retransmite en directo vía streaming, por lo que se permite a cualquier empresario poder asistir virtualmente al evento, sin necesidad de desplazarse.

Finalmente, los contenidos del evento se van publicando en el canal youtube de InnoCámaras, así como en su página Web, de manera que en cualquier momento un empresario interesado en buenas prácticas de innovación empresarial podrán acceder a los vídeos de las entrevistas realizadas, clasificados éstos en función del tipo de innovación llevado a cabo.





### *Evidencia de un alto grado de calidad*

En los foros se pone de manifiesto un alto grado de calidad en el servicio, desde una preparación minuciosa de las reuniones previas a los mismos, pasando por la selección de contenidos y temas, los ponentes elegidos y la propia realización del foro.

Para asegurarnos de la calidad de los mismos, en todos los eventos se realiza una actividad de seguimiento (mediante entrevistas directas a los asistentes durante el coffe-break y encuestas on line a las PYMES asistentes al día siguiente del evento), de manera que tras cada evento se analiza el grado de satisfacción de cada parte del evento, para poder aplicar medidas que mejoren la satisfacción en los eventos siguientes.

### *Uso de nuevas tecnologías de la información*

En los foros se han utilizado como soporte las nuevas tecnologías disponibles, tanto para su difusión como para su realización y seguimiento posterior. Así, cabe destacar el uso de las nuevas tecnologías:

- en la *difusión*: para invitar a las PYMES interesadas a asistir al evento (además de los medios tradicionales, la convocatoria ha sido difundida a través de email, páginas web, redes sociales...). El evento contaba con una página Web de inscripciones, con la que nos asegurábamos poder contar en tiempo real con el número de empresarios acreditados, y además permitía poder lanzar e-mails recordatorios antes de la celebración del evento.
- Durante la *celebración* del evento: se utilizaron soportes multimedia que facilitarían la presentación de los contenidos y lograrían captar la atención de los empresarios asistentes. Cabe destacar aquí el uso de la herramienta Power-Vote, con la que los empresarios podían votar desde su sitio con un mando a distancia la respuesta con la que se sintieran más identificados ante las preguntas lanzadas por el presentador; de esta manera se fomentaba el debate sobre las cuestiones planteadas y la realidad de las empresas asistentes. Igualmente es destacable la retransmisión de los eventos vía streaming desde la página Web del Programa.
- En lo que respecta al *seguimiento posterior*: al remitir a los empresarios asistentes, el día posterior al evento, un e-mail agradeciendo su asistencia, e incluyendo un link para que pudieran responder – de manera rápida y sencilla – a unas preguntas de valoración de los contenidos (la información recogida en estas encuestas resulta de vital importancia para poder ir mejorando evento a evento, por lo que encontrar un medio que anime a las empresas a responder nos ha facilitado mucho esta labor).