

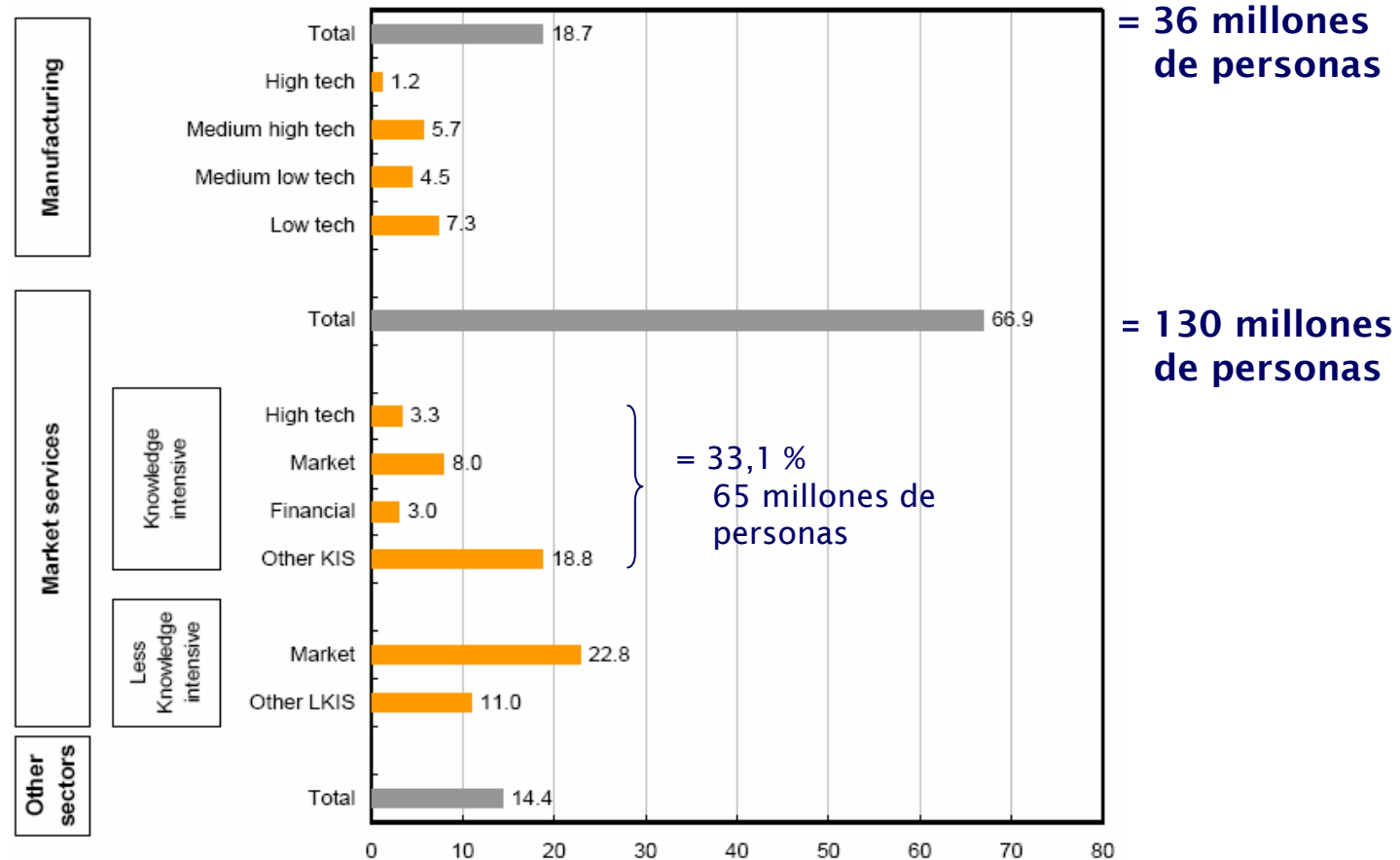
Conocimiento y Crecimiento de la Economía Urbana

1. Ciudad y cambio sectorial
2. Conocimiento y economía de aprendizaje
3. Ciudad, tecnología y super cluster
4. La oportunidad urbana



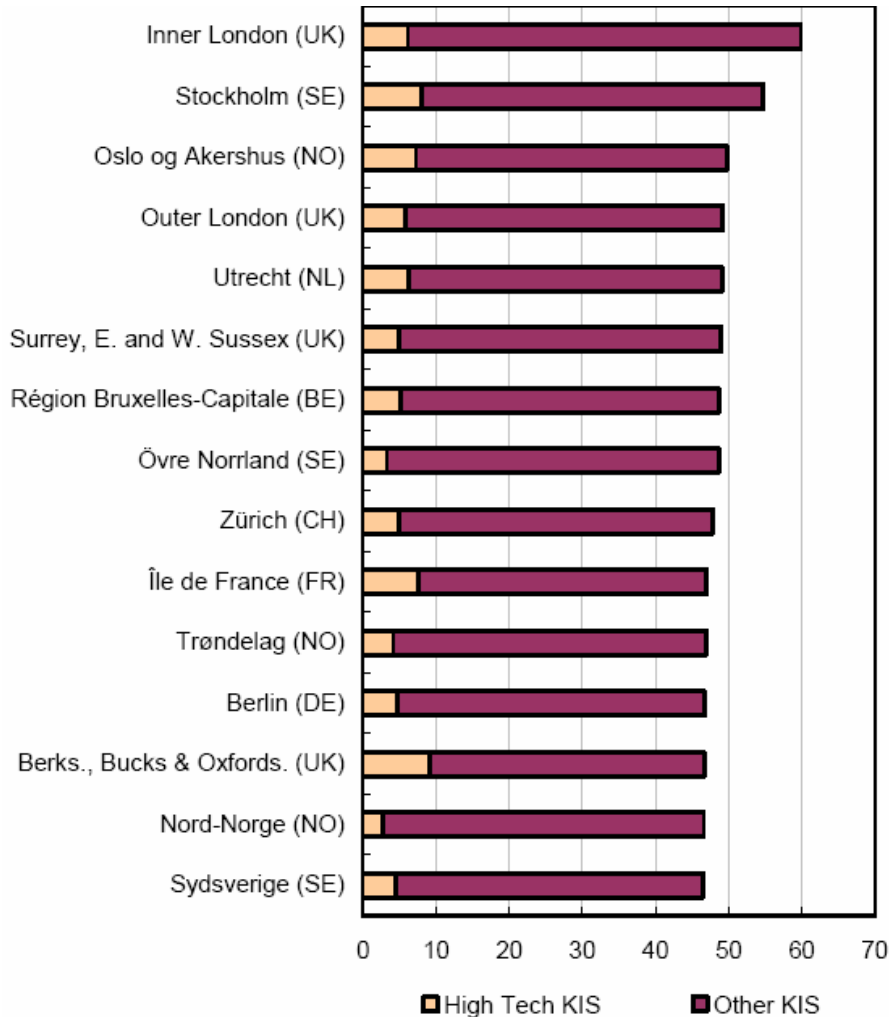
El peso del empleo en servicios de conocimiento intenso en la UE

Gráfico: Estructura del empleo por sectores en la UE-25, 2004



Un tercio de la mano de obra trabaja en servicios de conocimiento intenso.

Concentración del empleo de conocimiento intenso en las regiones urbanas

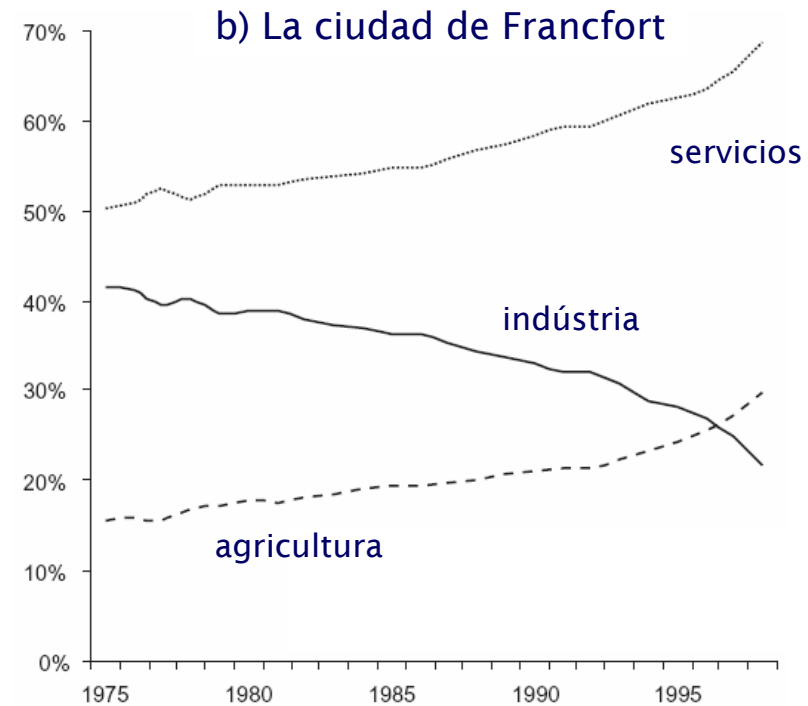
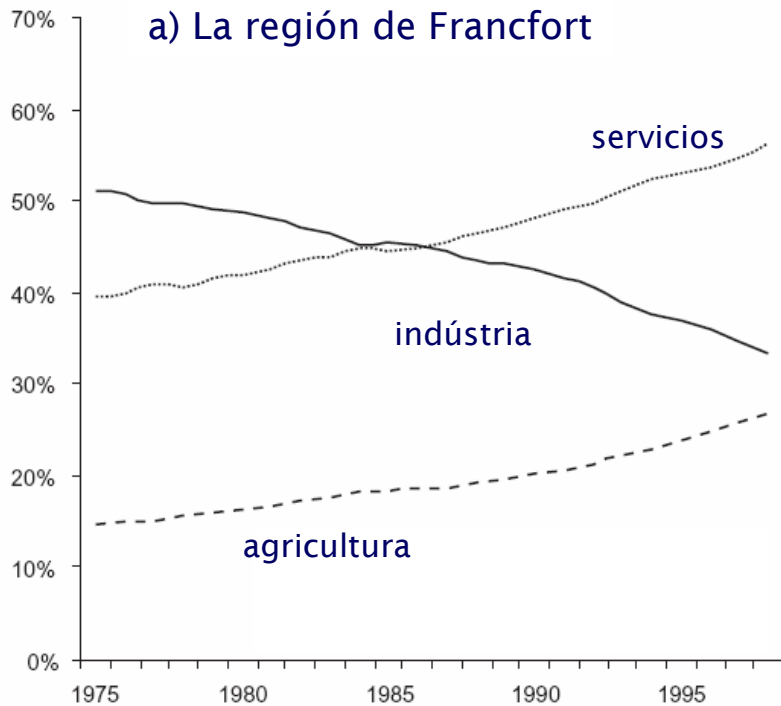


- Hasta el 60% del empleo se ubica en actividades de conocimiento intenso
- 7 de las primeras 15 regiones son regiones capitales de sus países
- Los servicios de conocimiento intenso forman el sector que más crece en las economías avanzadas.

Hoy, la ciudad es el motor de la terciarización de la economía

Ejemplo: El cambio sectorial en la región metropolitana de Francfort

Gráfico: Cambio de la composición de empleo por sectores en la región de Francfort



Francfort es la ciudad con más ingresos per cápita en Alemania.

Conocimiento y Crecimiento de la Economía Urbana

1. Ciudad y cambio sectorial
2. **Conocimiento y economía de aprendizaje**
3. Ciudad, tecnología y super cluster
4. La oportunidad urbana



El papel económico del conocimiento

- Capital humano – Conocimiento como recurso económico
 - Mas recursos escasos se han convertido en ubicuos.
- Factores de la creciente importancia del conocimiento
 - Globalización: intensificación de la competencia
 - Aceleración de ciclos de innovación tecnológica por competencia de calidad
 - Innovaciones organizacionales (de procesos) por competencia de precio
 - Creciente incertidumbre por subida de alternativas, riesgos y oportunidades en decisiones de gerencia

El conocimiento es el recurso clave de la economía contemporánea.

Formas de conocimiento económico

Saber-qué (*know-what*)

- Conocimiento de hechos, datos, eventos, se parece a „información“
- El valor económico ha disminuido por el avance de los medios de información
- Como conocimiento reproducible (comercial) y como bien codificable

Saber-porqué (*know-why*)

- Conocimiento de las relaciones causa-efecto
- Clave para el avance tecnológico
- Como Conocimiento reproducible (público) y como bien codificable

Saber-cómo (*know-how*)

- La capacidad o competencia para resolver problemas y aplicar soluciones prácticas
- Depende del contexto social y empresarial, un bien colectivo
- Conocimiento tácito es difícil a negociar

→ cap. 3.: Teoría del cluster

Hay un mercado para conocimiento?

- La paradoja de información
 - El problema de formación de precios: Si uno conociera la información de oferta, ya no haría falta comprarla (Arrow 1962)
 - Falta de exclusividad del bien privado: el vendedor se queda con la información y puede volver a venderla.
 - → información es difícil de negociar
- En búsqueda de mercados para negociar conocimiento
 - Conocimiento codificado vs. implícito
 - Formas de privatización: patentes o guardar en secreto
 - Formas de codificación: patentes, marcas registradas, métodos y herramientas comerciales etc.
- La importancia de instituciones (innegociables)
 - La mayor parte de conocimiento es de modo implícito

El mercado no logra gobernar el comercio del conocimiento tácito.

Conocimiento y Crecimiento de la Economía Urbana

1. Ciudad y cambio sectorial
2. Conocimiento y economía de aprendizaje
3. **Ciudad, tecnología y super cluster**
4. La oportunidad urbana



Aglomeración geográfica por saber-cómo

Explicación 1: los costes de transacciones

- Suposición: el saber-cómo se transmite por contacto cara-a-cara
- Predicción: proximidad disminuye el coste de transacción
 - Cuanto más próximas las empresas, menos costes hay para coordinar, controlar e interpretar las transacciones
- Mecanismo: Interdependencias negociadas
 - Formas de cooperación formales (alianzas estratégicas) e informales (confianza y reciprocidad)
 - I-O-relaciones entre empresas
- Ejemplo: el distrito industrial italiano
- Crítica: no se han observado intensas redes de I-O-transacciones locales en la investigación empírica

Empresas privatizan conocimiento tácito por relaciones de red.

Aglomeración geográfica por saber-cómo

Explicación 2: Exterioridades tecnológicas

- Suposición: Conocimiento se dispersa en proximidad
- Predicción: no hace falta la existencia de transacciones físicas
 - Cuanto más complejo el conocimiento, más se limitan las posibilidades de transferir el conocimiento a través largas distancias
- Mecanismos de exterioridades externas (knowledge spillover)
 - El conocimiento no se transfiere de una parte a otra, sino se filtra por la comunidad local
 - Teoría del aprendizaje en clusters: observación, comparación, rivalidad
- Ejemplo: la biotecnología de Boston
 - Si una empresa forma parte de la red de alianzas local, su grado de innovación es independiente de la centralidad de su posición dentro de la red (Owen-Smith y Powell 2004)

Empresas privatizan conocimiento tácito por observar e imitar .

Del efecto de las TIC a la aglomeración

- Las TIC reducen el coste de distribución de información
 - Informaciones son mas y mas ubicuas
- Dos tipos de conocimiento
 - Conocimiento de rutina vs. Conocimiento intelectual y creativo
- Consecuencia 1: relocalización de actividades de rutina
 - Reubicación de actividades estandarizadas a localidades con mejores condiciones locales (empleo de bajo coste)
- Consecuencia 2: intensificación de aglomeraciones
 - Concentración de actividades intelectuales, creativas, dispositivas en centros globales

Las TIC reforzarán el proceso de aglomeración urbana global.

El límite del cluster local

- Aglomeraciones no son islas de conocimiento
 - Riesgo de cerradura (lock-in)
 - Los procesos de aprendizaje sostenible implican un intercambio de conocimiento con otros lugares
- „El zumbido local y las tuberías globales“
 - A nivel local el conocimiento tácito se beneficia de la proximidad geográfica (efectos de spillover)
 - A nivel global el conocimiento se beneficia de proximidad organizatoria/institucional (coordinación bajo propiedad única)

Las aglomeraciones mantienen múltiples interrelaciones entre ellas.

Conocimiento y Crecimiento de la Economía Urbana

1. Ciudad y cambio sectorial
2. Conocimiento y economía de aprendizaje
3. Ciudad, tecnología y super cluster
4. **La oportunidad urbana**



Formas de conocimiento económico

Saber-qué (*know-what*)

- Conocimiento de hechos, datos, eventos, se parece a „información“
- El valor económico ha disminuido por el avance de los medios de información
- Conocimiento reproducible (comercial) y bien codificable

Saber-porqué (*know-why*)

- Conocimiento de las relaciones causa-efecto
- Clave para el avance tecnológico
- Conocimiento reproducible (público) y bien codificable

Saber-cómo (*know-how*)

- La capacidad o competencia de resolver problemas y realizar soluciones prácticas
- Depende del contexto social y empresarial, un bien colectivo
- Conocimiento poco codificable y difícil a negociar

→ cap. 3.: Teoría del cluster

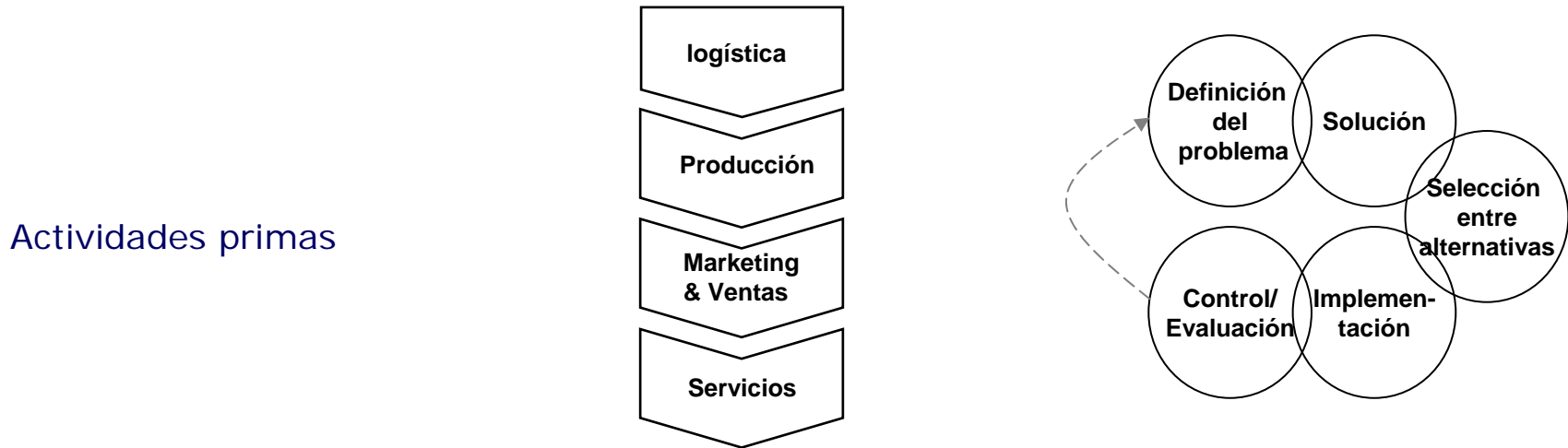
Saber-quien (*know-who*)

- Conocer personas particulares con conocimiento específico
- “saber quien sabe qué/cómo y porqué”
- Conocimiento poco codificable y no negociable
- “no se puede comprar confianza; si se pudiera, sería de poco valor” (Arrow 1971)

→ cap. 4: la oportunidad urbana

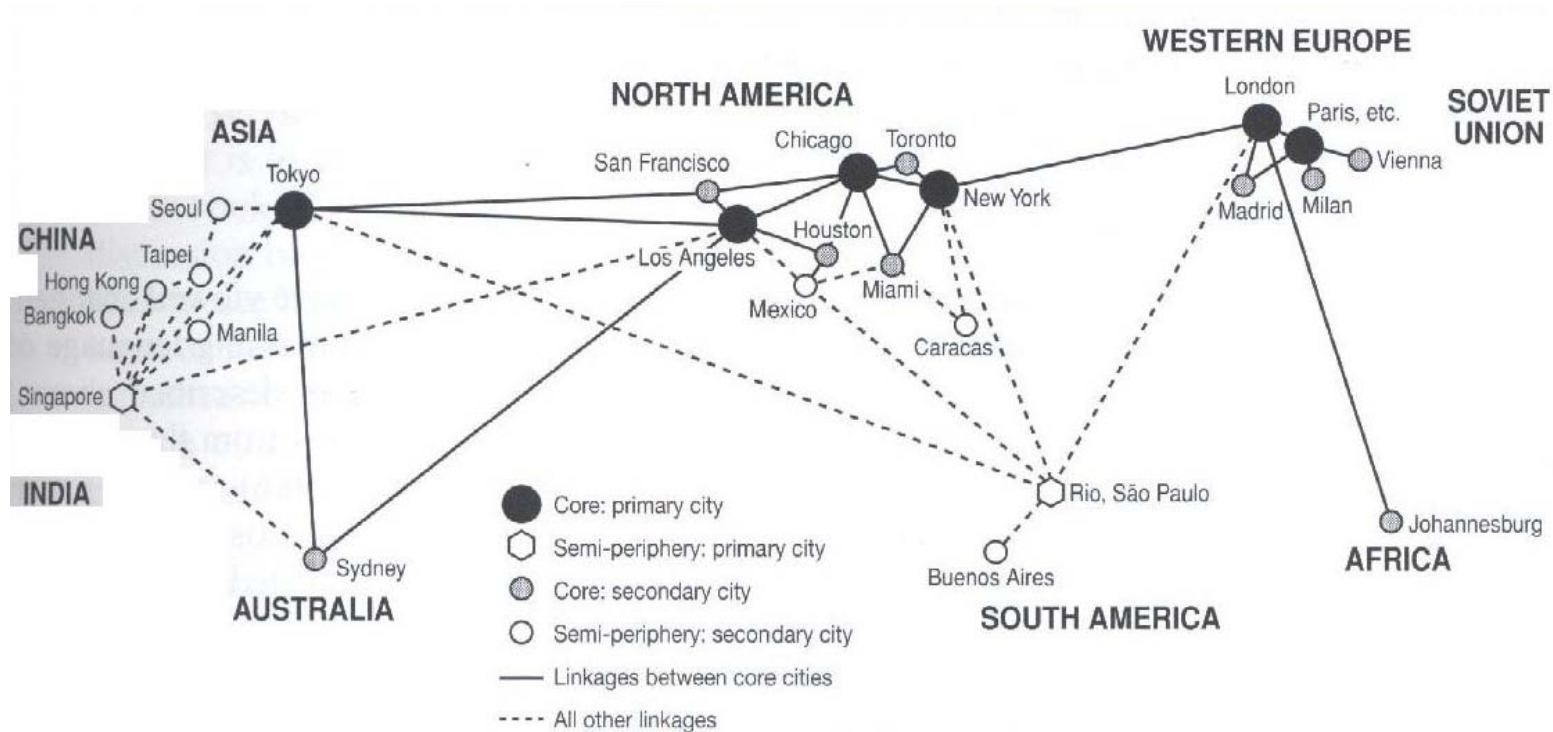
Problema 1 – De la cadena de valor al taller de valor

	Cadena de valor	Taller de valor
Lógica de valor añadido	Transformación de inputs en outputs	Resolución de problemas
Lógica de interacción	En secuencia	Ciclica, reciproca
Fuente de costes	Economías de escala	reputación
Base de valor añadido	Integración de la cadena	recomendaciones



Hipotesis 1 : La calidad de la relacion con el cliente es independiente de la distancia geográfica.

Problema 2 – De las exterioridades locales a los efectos de la red



Hipotesis 2 : Empresas en la ciudad son mas internacionales que en la región.

Hipotesis 3 : Empresas en la ciudad son mas exitosas que empresas en la región.

Problema 3 – Del saber-cómo al saber-quié

Tablo: Oportunidad empresarial: „economies of overview“

Integración organisatoria	Enfoque de gerencia	
	costes	oportunidad
funcional	Economías de escala	sinergía
territorial	Exterioridades locales	economies of overview

- Aplicación al concepto de exterioridades de la red (Moulaert y Djellal 1993)
- El problema de la mínima extensión territorial de mercados para bienes específicos (Christaller 1933).

Hipotesis 4 : Consultores con sede en la ciudad tienen mas clientes fuera de la región que consultores con sede en las afueras

Johannisson, B. (1990) Economies of overview: Guiding the external growth of small firms. *International Small Business Journal*, 9: 32-44.

Moulaert, F., Martinelli, F. (1993) The location of advanced producer services firms: Theory and illustrations. *Geographische Zeitschrift*, 81: 1-17.

Problema 3 – del saber-cómo al saber-quié

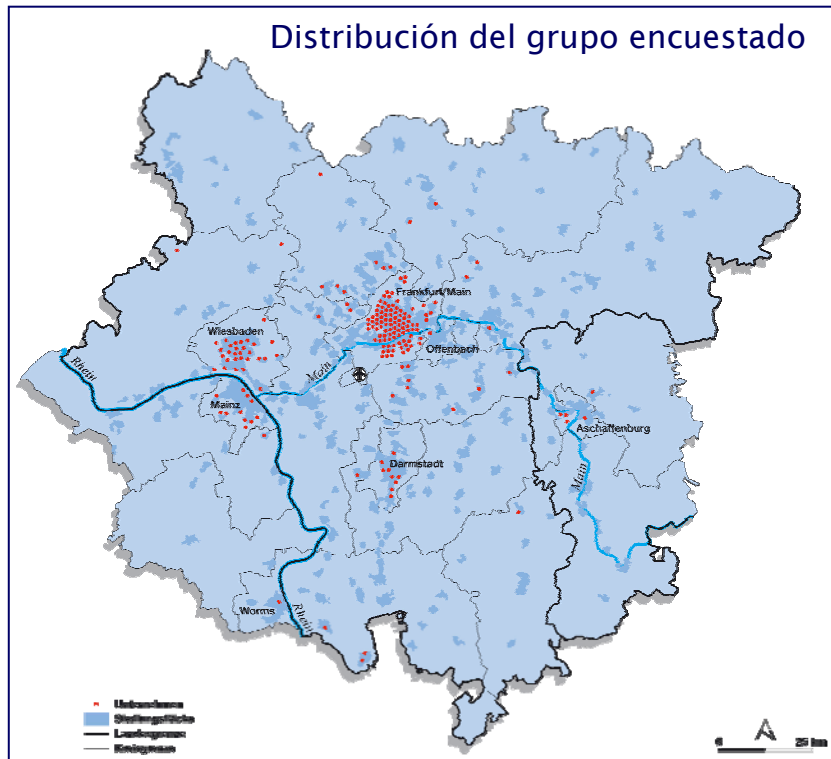
Tablo: Redes de reputación

	Reputación pública	Redes de reputación
distribución	público , información para todo el mundo (p.e. prensa)	red , comunicación a través de relaciones de confianza
alcance	illimitado , público	limitado , por siendo miembro de una red de relaciones personales
riqueza	Información ,ligera' poco fiable por el origen desconocido de la experiencia y su evaluación	Información ,rica' , fiable por el conocimiento de las experiencia y evaluaciones realizadas por personas de confianza

Hipotesis 5 : Clientes se adquieren más por recomendación si están ubicados fuera de la región.

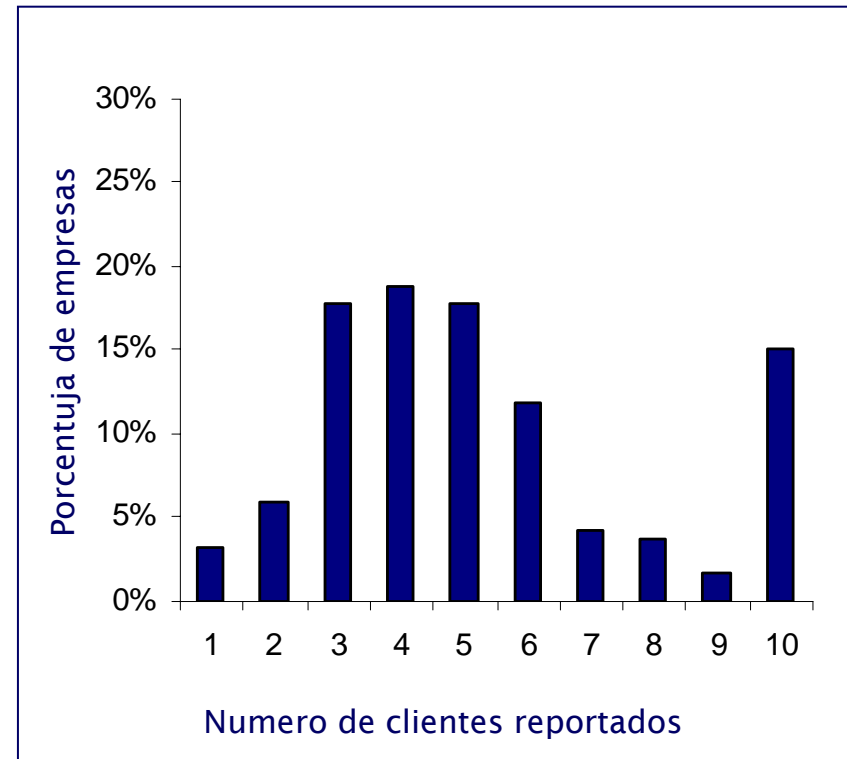
Método: recolección de datos en dos niveles

1. Nivel de empresa



Población: 1.390 empresas
 Grupo del estudio: 213 empresas
 Tasa de respuesta: 15,3%

2. Nivel de relación



suma relaciones con clientes: 966
 promedio de clientes: 5

Componentes del argumento...

Nivel de empresa – Premio de locación urbana

No.	Hipotesis	Resultado
2	Empresas en la ciudad son mas internacionales que empresas en la región	✓ ✓
3	Empresas en la ciudad son mas exitosas que empresas en la región	✓

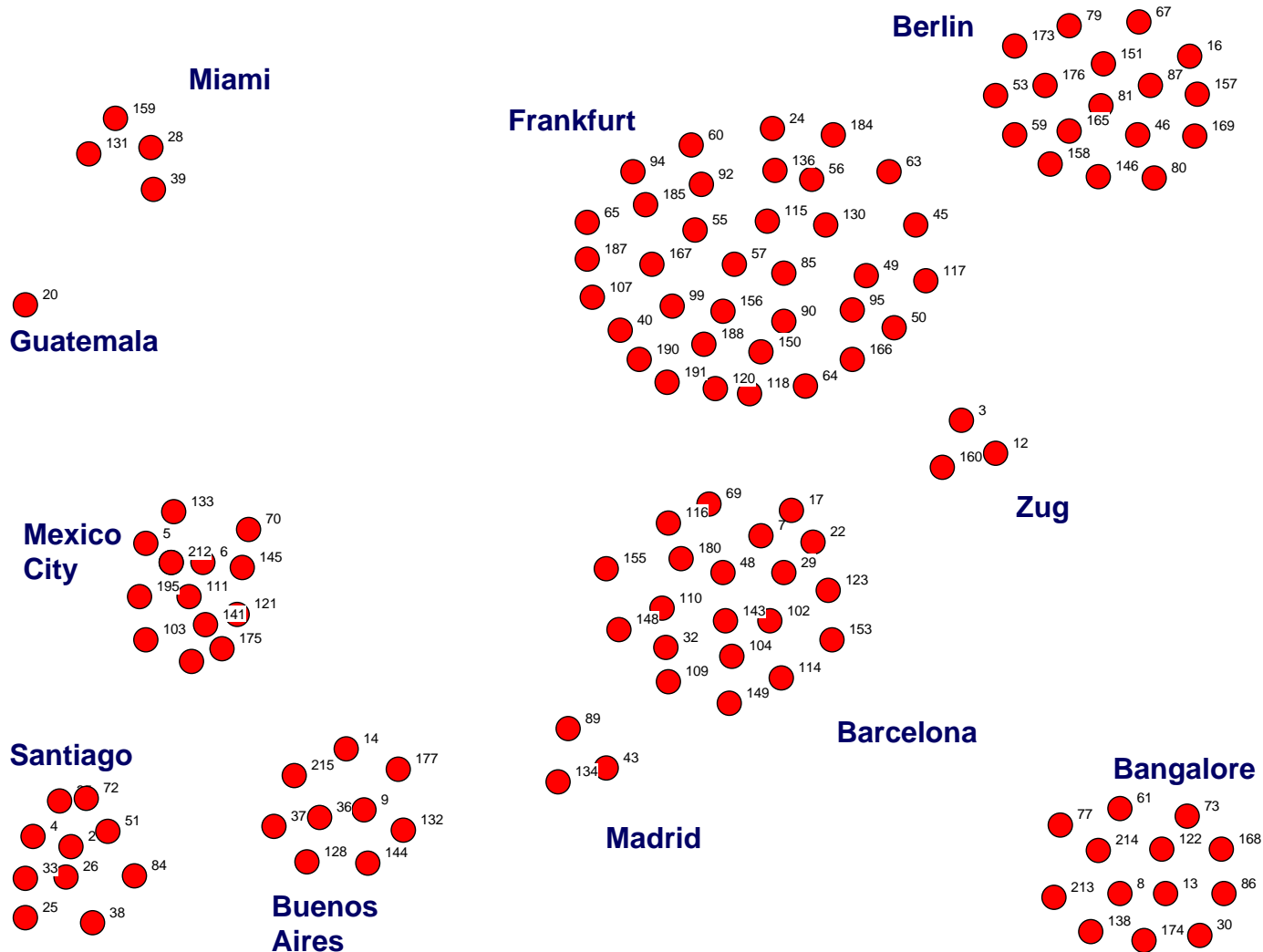
Nivel de relación – hacia una geografía de reputación (saber-quién)

No.	Hipotesis	Resultado
1	La calidad de la relación con el cliente es independiente de la distancia geográfica entre consultor y cliente	✓
4	Consultores con sede en la ciudad tienen mas clientes fuera de la región que consultores con sede en las afueras	✓ ✓
5	Clientes fuera de la región se adquieren mas por recomendación que clientes locales	✓ ✓

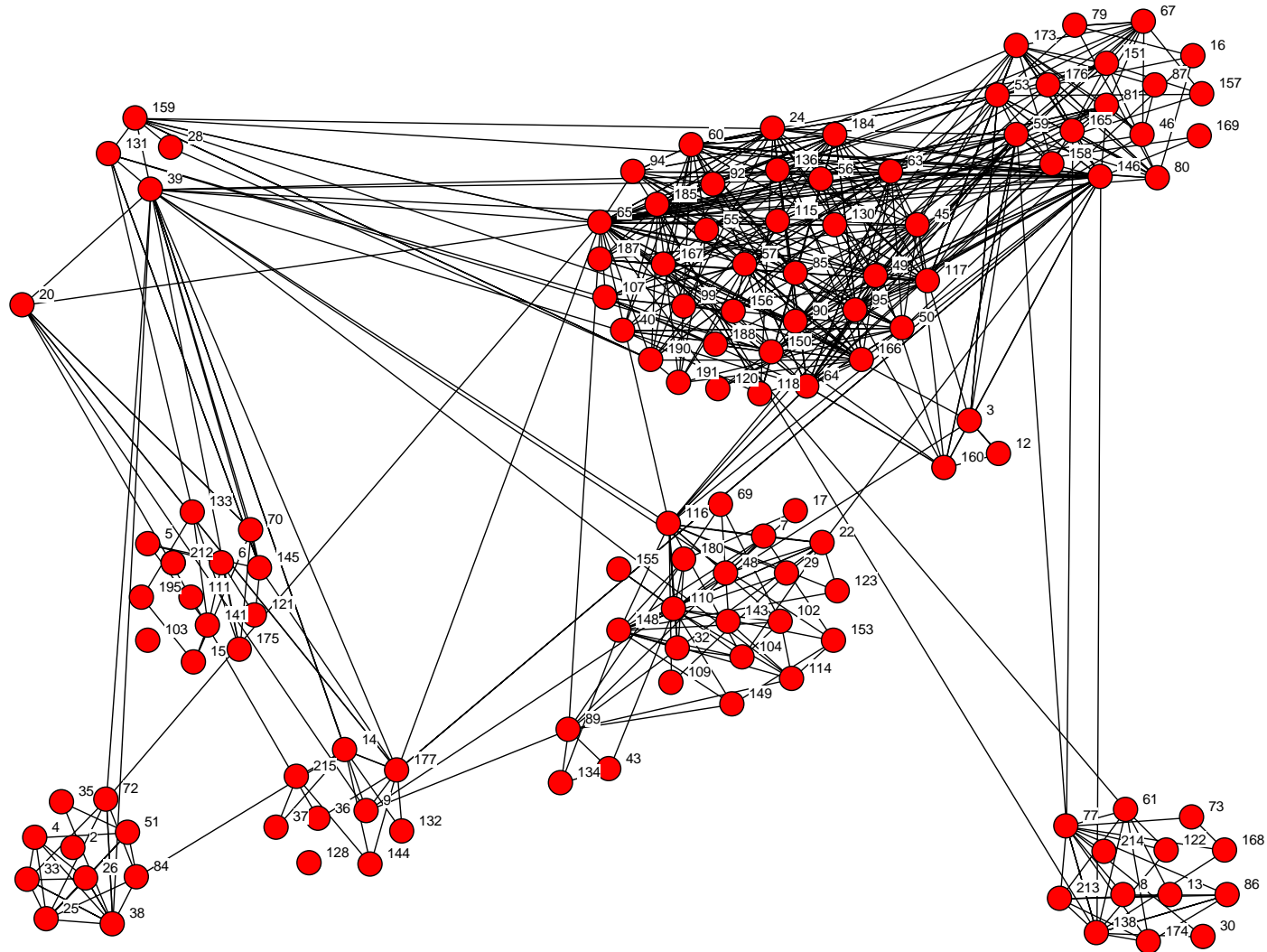
Conclusión

- El conocimiento dominará el futuro desarrollo económico
- El conocimiento clave y competitivo no se negocia en mercados
- La ciudad se está convirtiendo de ,motor de la industrialización' a ciudad ,nodo de conocimiento'
- La ciudad es lugar de instituciones sociales (convenciones, costumbres) , exterioridades tecnológicas (saber-cómo) y oportunidad empresarial (saber-quién)
- Economía red: el desafío de movilizar conocimiento

Ubicación de los empleados de una consultoría de ingeniería



La red de intercambio personal de conocimiento



Muchas gracias por su atención.

**Dr Johannes Glückler
Profesor de Geografía Económica
Universidad Católica de Eichstätt
Johannes.glueckler@ku-eichstaett.de**

Resumen gráfico del modelo de la oportunidad empresarial

