

VENTAJAS COMPETITIVAS Y CIUDADES CREATIVAS

Posted on 25/09/2008 by Naider



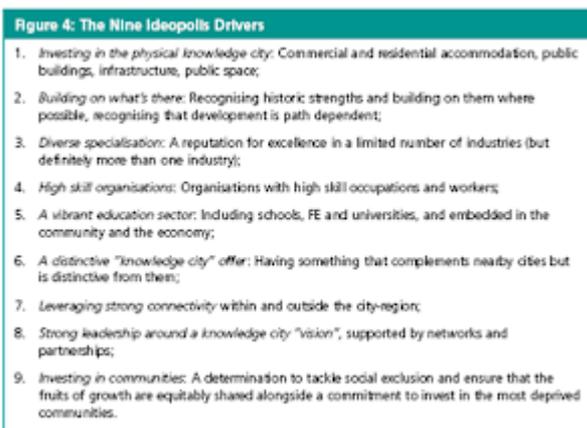
El [Global Entrepreneurship Monitor](#), instancia de relevancia a nivel internacional para las relaciones de competitividad y desarrollo regional y con una clara vinculación a las propuestas de Michael Porter, ha publicado un paper titulado [THE ENTREPRENEURIAL ADVANTAGE OF WORLD CITIES. Evidence from Global Entrepreneurship Monitor Data](#) (Agosto de 2008). El artículo aborda una cuestión ya clásica en la geografía económica como es las ciudades creativas y la importancia de la creatividad en el crecimiento

económico. Y lo hace desde la perspectiva de cómo las condiciones urbanas pueden facilitar los procesos individuales de emprendizaje empresarial. Así, se analizan 34 ciudades "de clase mundial" a través de una base de datos que comprende cifras de 2001 hasta 2006. Como principales conclusiones se destacan:

- La mayor parte de las ciudades estudiadas son más emprendedoras que los países.
- Cuanto menos emprendedor es el clima en un país, mayor es la distancia respecto al clima empresarial de sus ciudades de clase mundial. Esta diferencia es especialmente relevante en el caso de Alemania y Japón, cada una en un sentido u otro (a favor y en contra de la ciudad respecto al país en conjunto).

En [European Urban Knowledge Network](#) encontramos una [entrevista con Niels Bosma](#), uno de los autores del artículo.

Se trata, como decía, de un debate clásico desde los primeros trabajos de Richard Florida (y otros anteriores). La definición de clase creativa es resbaladiza y discutible, y aún más la conceptualización de lo que es una ciudad creativa. En el informe [Enabling cities in the knowledge economy](#), publicado por [The Work Foundation](#), encontramos algo parecido a una disección de los rasgos de esa ciudad creativa, al menos enfocada desde la economía del conocimiento (concepto que, posiblemente, no sean coincidentes), a través de la definición de nueve parámetros de la Ideopolis:



Estamos (o dicen que estamos) en una guerra por el talento, una guerra en la que son las ciudades como centro de atracción de capacidad económica las que son protagonistas; frente a la ya conocida influencia regional en las políticas de competitividad (vía el manoseado y quizá desfasado diamante de Porter), es la escala local -pero siempre en clave de magalopolis, ciudad-Estado moderna o ciudad de clase mundial- la que empieza a ganar importancia en la generación de expectativas de crecimiento y oportunidades de creación de nuevas empresas. Son esas condiciones locales las que servirían de atracción para el talento de esa clase creativa completamente móvil, como insiste Richard Florida, con capacidad de elección casi total. Es precisamente esa capacidad de elección la que se pone en duda en el post[Slender time for cities](#):

Lately, though, I think I am starting to understand the role of the city in economic growth and capitalism in the post-suburban world:

it's not that cities necessarily produce innovation or spark creativity; rather, it's that the class of individuals who engage in entrepreneurial and creative work tend to both have a choice in where they live and they make that choice based on ephemeral desires revolving around what they plan to do with their leisure time. (...) Choice is a luxury. If you feel you need to choose to move, ask yourself why what you have is so bad, what you expect to be solved with exercising your choice, and why you would rather give up on where you're at. Home can be a wonderful place, no matter where it's at, and not everyone has a choice when it comes to the where of it all.

Y en esa capacidad de elección es donde me atasco y me surgen las dudas. Ligeros síntomas de exclusividad, de conformación de una nueva élite. Y graves síntomas de contradicción global.

Ciudades a escala humana

There are no comments yet.