

# LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS

UN SECTOR CLAVE DE LA NUEVA ECONOMÍA

---

INFORME · MAYO DE 2012

www.fundacionideas.es



## RESUMEN EJECUTIVO RECOMENDACIONES



#### **Publicaciones de la Fundación IDEAS**

**Informes: son análisis de mayor extensión llevados a cabo por equipos de científicos y expertos en los que la Fundación IDEAS refleja su posición.**

Documentos de Trabajo: son análisis más breves llevados a cabo por equipos de científicos y expertos en los que la Fundación IDEAS refleja su posición.

Documentos de Debate: son documentos elaborados por científicos y expertos de la Fundación IDEAS y colaboradores externos que no necesariamente reflejan las posiciones de la Fundación.

Documentos de Análisis Político: son documentos que marcan el posicionamiento político de la Fundación IDEAS en asuntos relevantes de la agenda política.

Artículos de Análisis y Opinión: son artículos de opinión donde el autor libremente expone sus puntos de vista sobre un asunto concreto, sin reflejar las posiciones de la Fundación.

Editado por Fundación IDEAS  
c/ Gobelás 31, 28023 Madrid  
Telf. +34 915 820 091  
Fax. +34 915 820 090  
[www.fundacionideas.es](http://www.fundacionideas.es)

ISBN: 978-84-15386-10-0  
Depósito legal: M-19689-2012

## Autores

Este informe ha sido elaborado por:

### Miembros de la Fundación IDEAS:

Javier Bonilla Arjona, director de la cátedra de Industrias culturales de la Fundación IDEAS y director de BiP Consulting, consultora especializada en comunicación y relaciones institucionales.

Reyes Maroto Illera, investigadora senior en el área de Economía, sostenibilidad y bienestar de la Fundación IDEAS y profesora asociada en la Universidad Carlos III de Madrid.

Casilda Cabrerizo Sanz, ayudante de investigación en el área de Economía, sostenibilidad y bienestar de la Fundación IDEAS.

Queremos agradecer a todos los participantes del Grupo de Estudios de Industrias Culturales sus aportaciones, críticas y sugerencias.

Con la colaboración de:





# Resumen ejecutivo



En las últimas décadas, el mundo se ha transformado a gran velocidad. La rápida implantación de las nuevas tecnologías y la creciente globalización han provocado profundos cambios que afectan no solo a la actividad productiva, donde se ha producido una reorientación desde la industria manufacturera tradicional hacia los servicios, sino también a los modos y estilos de vida.

En este entorno global en transformación, con nuevos patrones de producción, consumo y comercio, la cultura, la creatividad y el conocimiento se están convirtiendo en poderosos instrumentos de fomento del desarrollo económico y en potentes factores de competitividad.

Las industrias culturales y creativas (ICC, en adelante) están llamadas a jugar un papel de primer orden en la competitividad de la economía española y en la transición hacia el nuevo modelo productivo. Ofrecen un elevado potencial como detonantes de procesos de innovación, activando los recursos, conocimientos y talento creativo, que son definitorios de este sector de actividad. Además, al tratarse de un sector muy intenso en factor trabajo, su desarrollo abre una perspectiva de incremento del empleo de calidad y un impulso notable de la economía basada en la creatividad y el conocimiento.

Son fuente de innovación, crean puestos de trabajo y actúan de interfaz entre las distintas actividades sectoriales. Además, son una fuente de ventaja competitiva no reproducible en otro lugar, claves en el desarrollo de la innovación no tecnológica y poderosos motivadores de la innovación tecnológica, factores de desarrollo territorial y local y fuerza motriz de la transformación industrial. Asimismo, las ICC promueven el pluralismo y la diversidad cultural, y son un instrumento para promocionar no solo la «identidad española», sino también la europea. Por ello, la Estrategia 2020 recomienda incrementar el refuerzo e innovación de las industrias culturales y creativas como marco del futuro desarrollo de Europa.

La cultura y la creatividad tienen, además de un valor tangible en términos económicos, una aportación decisiva desde el punto de vista social. Nadie pone en duda la función social que cumplen los medios de comunicación, la importancia de la conservación del patrimonio para nuestra cultura, el valor inspirador de las representaciones teatrales, el cine y la literatura como generadores y difusores de la cultura en español, la creatividad como factor de desarrollo humano, etc.

Son numerosos los estudios (OCDE, 2006; KEA, 2006; Comisión Europea, 2009 y 2011; UNCTAD, 2008; y TERA Consultants, 2010) que han mostrado que en el sector de las ICC se alojan empresas altamente innovadoras con un gran potencial econó-

mico y es uno de los sectores más dinámicos de Europa. La Comisión Europea (2011) ha destacado el papel de las ICC en la generación de empleos de calidad con más de 6,4 millones de personas en el conjunto de la UE en 2009, el 3% del empleo total.

La actividad del sector en España (según los datos de la Cuenta Satélite de la Cultura que publica el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2011a) ascendería a algo más de 41.000 millones de euros (un 4% del valor añadido total) y más de 625.000 empleos (un 3,1% del empleo total) en 2009 y destaca su gran dinamismo en la última década, que lo ha convertido en un sector estratégico por su capacidad dinamizadora de la actividad económica y el empleo. Entre los años 2000 y 2009 la actividad del sector de las ICC en España se ha incrementado un 47%, el empleo un 35% y las empresas un 36%.

Más allá de su contribución directa al PIB y al empleo, las ICC también son importantes impulsoras de la innovación económica y social en otros muchos sectores, tales como la industria manufacturera, el turismo, la educación o la investigación. Según nuestras estimaciones, los efectos indirectos de las ICC en términos de PIB alcanzarían los 10.000 millones de euros y generarían más de 180.000 empleos en actividades vinculadas con el sector, lo que contribuiría a incrementar la aportación del sector a la economía española, hasta situarla en el 5,2% del PIB y el 4% del empleo total.

El fuerte dinamismo que ha vivido el sector en los últimos años no hubiera sido posible sin el apoyo público, ya que el sector en general, y algunas actividades en particular, son muy dependientes de las inversiones públicas. Sin embargo, la política de recortes anunciada por el Gobierno del Partido Popular (PP), que previsiblemente mantendrá en los próximos años, supone un freno para el desarrollo del sector de las ICC y pone en riesgo el potencial que tiene como motor de la recuperación de la economía española y como un pilar fundamental de un nuevo modelo productivo.

Según nuestras estimaciones, las industrias culturales y creativas podrían generar hasta 42.000 puestos de trabajo en los próximos cuatro años, en un escenario de cambio de modelo productivo, frente a una pérdida de en torno a 60.000 puestos de trabajo que se produciría en un escenario de recortes presupuestarios, como el que parece aventurar el Gobierno del PP.

La importancia y potencial de las ICC en España radica en varios factores. En primer lugar, por la riqueza cultural que posee España, comparable a la que existe en otros países de nuestro entorno y que contribuye a situar a España en los primeros puestos en las comparaciones internacionales sobre dimensión del sector. Cabe destacar,



por ejemplo, el puesto número 2 que ocupa España en la lista de países con lugares declarados patrimonio cultural de la humanidad (UNESCO, 2011<sup>1</sup>), con 42, un *ranking* donde sobresale Italia que ocupa el número 1 con 46.

En segundo lugar, por la riqueza idiomática, ya que el español aporta una ventaja competitiva a las industrias culturales españolas, como lo refleja el cada vez mayor número y proporción de hispanohablantes en el mundo, que previsiblemente continuará expandiéndose de modo natural en las próximas décadas y contribuyendo de forma relevante a la economía española.

En tercer lugar, la demanda nacional española de productos y servicios relacionados con la cultura ofrece un notable margen para su desarrollo. Por un lado, la participación de la sociedad española en actividades culturales es aún muy inferior a la media de la UE-27 (Comisión Europea, 2007). Por otro, existe evidencia de que el consumo de cultura está positivamente vinculado con el nivel de renta y educativo de las personas (Chan y Golthorpe, 2006). Por tanto, cabe esperar que el aumento de la renta y nivel de vida de los españoles se traduzca en un papel cada vez más destacado de las industrias culturales en los próximos años.

En cuarto lugar, encontramos que los procesos de digitalización, masivos, en el área de la cultura y la creatividad, que están llevándose a cabo en Francia y Gran Bretaña, y que están muy avanzados en España, representan una oportunidad para las ICC de cara a fortalecer su posición y a encontrar las propuestas y argumentos capaces de hacer que se proyecten hacia el futuro.

En quinto lugar, hemos asistido a un proceso de convergencia en la producción, distribución y consumo de cultura que hoy forman parte de un dinámico mercado global y donde las empresas españolas deben posicionarse para incrementar su cuota de mercado. La globalización está suponiendo un cambio de escala en los negocios y el futuro de las empresas culturales españolas será, cada vez más, la especialización y diferenciación de productos y servicios. Las empresas tendrán que buscar un nicho de negocio donde sean competitivas a nivel internacional y deberán tener capacidad de captación de clientes a escala mundial.

Por otro lado, existen factores que podrían limitar el crecimiento futuro del sector. En primer lugar, su fuerte dependencia de la inversión pública, que en un contexto de crisis económica y financiera como el actual, agudizado por las medidas tomadas por el actual Gobierno, supone un freno al mantenimiento de muchas activida-

1 [http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL\\_ID=45692&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=45692&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html).

des culturales. Para mejorar el acceso a la financiación de las pymes culturales es preciso fomentar el acceso de las ICC a intermediarios financieros especiales como Bussines angels, Venture capital y Innovation vouchers. También establecer líneas de crédito ICO para apoyar a creadores y emprendedores culturales y para apoyar el crecimiento y la consolidación de las pymes culturales existentes. Asimismo, es necesario lograr una mayor implicación social y privada en la inversión en cultura, así como nuevos modelos de gestión integrada (planificación estratégica, prevención, cooperación y coordinación público-privada, etc.). En este ámbito sería deseable un tratamiento especial a la colaboración privada (empresas y particulares) como complemento al apoyo público y al modelo público-privado. Finalmente, es necesaria una mayor supervisión y evaluación de la efectividad de los mecanismos financieros públicos en las ICC y, en particular, en algunos sectores como el audiovisual, con un replanteamiento del papel de las televisiones públicas como motor del sector. Esta imbricación es una constante en el modelo inglés y está detonando la convergencia real entre ICC audiovisuales y tecnologías de la información y comunicación (TIC) relacionadas.

En segundo lugar, es necesario revisar y modernizar los programas educativos para asociarlos al nuevo modelo de las ICC, donde lo tecnológico y lo creativo son activos fundamentales, y la parte de gestión, donde la creación/producción y la distribución cobran una importancia vital. También se requiere una mayor integración entre enseñanzas vinculadas con la cultura y la creatividad y las enseñanzas empresariales para mejorar la capacitación de los profesionales del sector.

En tercer lugar, es necesario resolver los problemas de dimensión del sector caracterizado por una notable atomización del tejido empresarial, apostando por la colaboración empresarial y «clusterización» como estrategia para ampliar el tamaño relativo de las empresas.

Finalmente, el sector necesita para desarrollarse un mayor aprovechamiento de su capacidad innovadora y una mejor gestión del talento, así como desarrollos normativos en materia de propiedad intelectual, unificados en la Unión Europea y en la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), que aporten el marco adecuado a la generación de nuevos derechos y a la adaptación de los existentes dentro de la sociedad de la información.

En resumen, las ICC brindan grandes posibilidades para el crecimiento y la creación de empleo en España. La cultura desempeña un papel fundamental para el desarrollo de la sociedad de la información y del conocimiento, y la creatividad es un motor del crecimiento sostenible, inteligente e integrador, es esencial para la competitivi-

dad internacional de las empresas y tiene repercusiones positivas para el resto de la economía. Además, estos dos factores no son únicamente instrumentos de una oferta más competitiva y estructurada, sino que también incentivan la demanda de contenidos, educan en la diversidad cultural, la cohesión social y, al mismo tiempo, ayudan a combatir la exclusión y la discriminación.

El horizonte de transformación del modelo productivo no puede ser más prometededor para las industrias culturales y creativas, industrias limpias, sostenibles, basadas en el conocimiento, en el talento, capaces de proporcionar cohesión social y proveedoras de empleo sostenible, de calidad, versátil e interdisciplinar. Para que este escenario se produzca es necesario un impulso del sector por parte del Gobierno en los próximos años, lo que se traduciría en nuevos puestos de trabajo y nuevas empresas. Sin embargo, de continuar con el escenario actual de fuertes recortes de las inversiones públicas en el sector y, si la crisis se alarga, el sector colapsará y tendrá una contribución negativa al crecimiento de la economía española y del empleo. No parece que el Gobierno, más allá de los recortes, vaya a desarrollar una estrategia y un modelo alternativo para dinamizar el sector.

Ante el actual contexto de incertidumbre que vive el sector de las industrias culturales y creativas, desde la Fundación IDEAS queremos contribuir a poner en valor su importante contribución económica y social, así como a la detección de los retos y oportunidades a los que se enfrenta el sector y a la generación de ideas en forma de recomendaciones que contribuyan a su proyección futura.



# Recomendaciones para potenciar el sector



En este capítulo final del informe recogemos un conjunto de recomendaciones que tratan de dar respuesta a los problemas a los que se enfrenta el sector y que hemos expuesto en los anteriores capítulos, pero también tratan de aprovechar las oportunidades que brindan aspectos como la globalización o la digitalización y que pueden contribuir al relanzamiento y transformación del sector en los próximos años.

El desarrollo del sector de las ICC contribuirá a potenciar el cambio de modelo productivo que necesita la economía española para crear empleo y sentar las bases de la recuperación de la actividad. Además, tendrá un papel relevante en la sociedad debido a su poder de transformación social y a su influencia en el desarrollo de principios fundamentales como la libertad de expresión o el derecho a la información.

De la misma forma, estas propuestas tienen el doble objetivo de reforzar una nueva forma de identificar el sector como industrias culturales y creativas, al igual que se hace en importantes economías europeas, como la alemana o la inglesa, al tiempo que contribuyen a una mayor visibilidad y participación del sector en el PIB y el empleo español.

El sector, como otros, atraviesa un periodo de cambios estructurales, que tienen que ver con la incorporación masiva de los productos y servicios culturales a la digitalización y, dado que el alcance de estos bienes y servicios afecta a la sociedad en su conjunto (tanto en términos económicos como sociales y, por supuesto, culturales), será de vital importancia proponer medidas que contribuyan a un relanzamiento sectorial basado en el tránsito integrador de los diferentes subsectores y áreas de actividad. En este sentido, y como ha ocurrido en los diferentes hitos ligados a transformaciones tecnológicas, la digitalización impulsa la generación de nuevas expresiones jurídicas en términos de propiedad intelectual que abren la puerta a un crecimiento sectorial.

Asimismo, es importante señalar que el sector comparte con otros la sensibilidad hacia los procesos de digitalización y el uso generalizado de Internet es un factor que está en proceso de encaje, disfrutando, hasta el momento, de grandes perspectivas.

Las ICC, sin dejar de aportar ingentes recursos a su propio relanzamiento digital, apenas mantienen en este momento una posición defensiva, apoyada en barreras que en otros tiempos mantuvieron «ordenado» un sector tan heterogéneo y protegieron las cuantiosas inversiones necesarias para estar en continua innovación. Las brechas sociales, especialmente las que ganan profundidad en esta coyuntura, están acelerando unos cambios a los que el propio sector debe acompasarse con celeridad.

La entrada del ciudadano como agente activo, y no espectador pasivo, es una de las claves. Nuevos jugadores en nuevos roles.

Las condiciones actuales, con una economía en recesión y con fuertes recortes presupuestarios, están siendo especialmente críticas para el sector, muy dependiente de las inversiones públicas. A pesar de que los descensos en consumo cultural están siendo muy reducidos en comparación con los producidos en otros sectores económicos, sí se ha producido una caída del valor económico de la producción y de las transacciones económicas. Para revertir esta tendencia proponemos un conjunto de recomendaciones que permitirán un relanzamiento del sector a corto, medio y largo plazo.

### 1. De lo cultural, a lo cultural y creativo

Nuestra propuesta implica una nueva conceptualización del sector que evolucione desde un enfoque separado entre cultura y creatividad hacia un tratamiento integrado, es decir, evolucionar desde el concepto de industrias culturales al concepto más amplio de industrias culturales y creativas.

Este nuevo enfoque añade a las actividades tradicionales de la cultura (prensa, literatura, música, teatro, ópera, cine, radio y televisión, fotografía) aquellas en las que el producto o servicio contiene un elemento artístico y creativo sustancial y se vinculan, completamente o en una parte de su proceso de producción, con la propiedad intelectual, como la publicidad, el diseño, el *software* y los servicios de tecnologías de la información asociados, o la arquitectura.

Este enfoque ampliado, además de permitir la homogeneización de las definiciones a nivel europeo y, por tanto, las estadísticas y formas de medición y dimensionamiento del sector, tiene unas importantes repercusiones en la valoración de la creatividad y el talento como factores clave de la innovación y el capital.

### 2. Modernizar los programas educativos para adaptarlos a la transformación del sector

El mayor nivel de cualificación de los trabajadores del sector de las ICC tiene que ver con el incremento que, en los últimos años, está experimentando el número de alumnos que finalizan alguna de las enseñanzas relacionadas con las profesiones de la cultura y la creatividad.



Pero este aumento se está produciendo, fundamentalmente, en la formación profesional para el empleo y, en menor medida, en las enseñanzas del régimen especial y general (incluso este último está perdiendo cuota).

La tendencia descrita pone de manifiesto la necesidad de revisar y modernizar los programas educativos generales para asociarlos al nuevo modelo de las ICC, donde lo tecnológico y lo creativo son activos fundamentales, y la parte de gestión, donde la creación/producción y la distribución cobran una importancia vital.

La definición de nuevas especialidades educativas y profesionales, que den respuesta a las nuevas demandas del sector y de la sociedad, tales como la gestión de contenidos o la gestión de derechos de autor, debería estar presente en la agenda de los futuros planes educativos.

Por otro lado, es necesario poner el énfasis en el tratamiento e inserción social de la cultura. En este sentido, las recomendaciones van dirigidas a fomentar una mayor integración de las enseñanzas artísticas y creativas tanto en los primeros años de la educación infantil, como en los estudios superiores del tipo posgrado, necesidad puesta de manifiesto en las propias escuelas de negocio.

### **3. Mejorar la capacitación de los profesionales del sector**

Los conocimientos empresariales son un requisito fundamental para la entrada en los mercados de cualquier emprendedor o nueva empresa. A pesar de que en nuestro país el nivel de cualificación de los profesionales del sector de las ICC es cada vez más elevado y el encaje entre empleo y ocupación es alto, se constata una falta de capacitación empresarial y de integración entre enseñanzas vinculadas con la cultura y la creatividad y las enseñanzas empresariales.

Teniendo en cuenta el mayor número de trabajadores por cuenta propia que existe en este sector en comparación con la media española, es necesario impulsar la profesionalización del sector, en el sentido de dotar a los profesionales de las habilidades empresariales necesarias para dirigir empresas y, en conjunto, para lograr el desarrollo y la modernización de las ICC.

Sin embargo, la fuerte atomización del tejido empresarial en las ICC (más intensa si cabe que en el conjunto del tejido empresarial español) hace muy costoso, en tiempo y en dinero, la adquisición de las capacidades empresariales complementarias. Por ello, la superación de este problema debe plantearse por dos vías: la introducción de

módulos de conocimientos empresariales en los programas de las diferentes enseñanzas (tanto de régimen especial como general y formación profesional) vinculada con las ICC, y el apoyo a la creación de clústeres en el ámbito de las ICC donde se integren, entre otros, las empresas del sector y las instituciones académicas y otros centros de conocimiento y aprendizaje.

#### 4. De lo local a lo global: hacia la multilocalización cultural

Las industrias culturales y creativas deben realizar el mismo esfuerzo que están haciendo otros sectores industriales españoles para hacer frente a la globalización, que está suponiendo un cambio de escala para los negocios. Hoy en día es perfectamente posible que una empresa audiovisual de animación desarrolle un proyecto en España, pero que los dibujantes de ese proyecto estén en China o en Japón o en Italia y que la creación y la distribución estén en España. Eso implica la globalización y formar parte de la economía dominante de la globalización.

El término «multilocalización cultural» atiende a dos vectores radicalmente diferentes, o bien obedece a una uniformización del gusto (captar público en países tan diferentes solo es posible a partir de un mínimo común denominador, de unas claves estandarizadas donde le sea fácil reconocerse a todo el mundo); o bien obedece a un producto cuya rareza y singularidad necesita recolectar su público entre los pocos escogidos que se reconocen en él en múltiples países. La multilocalización, por tanto, rompe la unidad territorial de la cadena de valor de los productos y servicios culturales.

En este contexto, el futuro de las empresas culturales españolas no multinacionales será, cada vez más, la especialización. Tendrán que buscar un nicho de negocio donde sean competitivas a nivel internacional y deberán tener capacidad de captación de clientes a escala europea, si no mundial.

Asimismo es necesario impulsar una mayor participación de las empresas españolas del sector, y en especial las pymes, en los principales canales internacionales de distribución. En este punto, el apoyo público a pymes debe ir enfocado a la suma de valor añadido por apoyos a la promoción de sus marcas y productos. Igualmente hay que continuar invirtiendo en la promoción de señas de identidad cultural española y en su publicidad exterior, así como en la presencia de artistas, creadores y productores y empresarios españoles en foros internacionales de referencia, así como en los canales de distribución, con un énfasis especial en las nuevas industrias. Finalmente, se precisa elaborar una estrategia coordinada y a largo plazo en materia de promo-

ción y expansión del español y de la cultura española en el exterior, que combine la promoción de artistas españoles con el aprendizaje del idioma español, y de todos los bienes y servicios relacionados.

## 5. Fomentar la colaboración empresarial y la creación de clústeres culturales y creativos

La cooperación empresarial es fundamental para incrementar la capacidad de experimentar, innovar y crecer con éxito, máxime en un sector, como el de las ICC, con un notable peso de los autónomos y *freelancers*. Permite, además, minimizar las asimetrías existentes por las características propias del tejido empresarial, con un predominio de las grandes empresas (un escaso 1%) en la facturación total.

El fomento a la creación de clústeres culturales y creativos, donde se agrupen empresas creativas y entidades relacionadas bajo un mismo marco dinámico, supone impulsar la localización de las empresas e instituciones relacionadas en los mismos entornos para favorecer el trabajo en red, promoviendo entornos seguros para que las empresas tengan buen acceso al conocimiento, a los mercados y a la financiación.

Se recomienda, a su vez, la creación de espacios físicos multidisciplinares, donde se fomente la colaboración o *net-working*, tales como incubadoras o contenedores empresariales innovadores. Estos espacios deben incorporar el concepto de convergencia entre medios y tecnología de tal forma que la visión apunte hacia modelos de parque tecnológico/creativo, con especial atención a los subsectores de las TIC relacionados con ICC.

Este impulso a la cooperación empresarial no debe olvidar que las intensas sinergias con otros sectores de actividad económica y la capacidad de arrastre de las ICC motiva y estimula una mayor colaboración con otros sectores fuera de las ICC.

## 6. Acceso a la financiación

El acceso a la financiación ha sido tradicionalmente una barrera para el desarrollo del sector, especialmente para las pequeñas empresas, una situación que se ha agravado por la crisis y, más recientemente, por los recortes de la financiación pública anunciados por el Gobierno del Partido Popular de la que dependen un gran número de empresas.

Hay que tener en cuenta que las actividades culturales y creativas se enfrentan a dificultades específicas para acceder a la financiación, por no cumplir los requisitos de rentabilidad o comercialidad exigidos para conseguir financiación en el sector privado. El apoyo financiero público y el fomento de la colaboración público-privada son dos piezas clave para el desarrollo futuro de las empresas

Por tanto, es necesario buscar soluciones para favorecer el acceso de las empresas del sector a recursos económicos y así dar respuesta a una de las principales preocupaciones del sector, ya que supone un freno a su desarrollo. Algunas de las recomendaciones pasarían por:

- Supervisar y evaluar la efectividad de los mecanismos financieros existentes e identificar los principales obstáculos de artistas, creadores y productores para acceder a financiación adecuada.
- Fomentar el acceso de las ICC a la financiación a través de intermediarios financieros especiales como Bussines angels, Venture capital o Innovation vouchers.
- Establecer líneas de crédito ICO para apoyar a creadores y emprendedores culturales y también para apoyar el crecimiento y la consolidación de pymes culturales.
- Dotar fondos europeos para proyectos de innovación no tecnológica y para la producción de lo intangible.
- Orientar las subvenciones a la creación y al desarrollo de las empresas y adaptar la financiación para que responda a las diferentes fases de la cadena de valor.
- Ofrecer bonificaciones fiscales para las empresas o agrupaciones empresariales que demuestren intensidad en la contratación de mano de obra creativa y en la producción de bienes y servicios creativos.
- Diseñar productos financieros específicos orientados a las ICC, cuyo colateral podría apoyarse en el flujo esperado por generación/explotación/gestión/valoración de derechos de propiedad intelectual.

## 7. Convergencia entre la actividad pública y privada

La gran dependencia de algunos sectores tradicionales de la cultura y la creatividad hacia las ayudas y subvenciones públicas forma parte de un modelo que se presenta fuertemente cuestionado, debido a la reducción paulatina de las aportaciones a la financiación desde las Administraciones Públicas, que en este momento han cobrado especial relevancia. Todo apunta a que, para que el sector de la cultura y la creatividad evolucione y tome fuerza, es necesaria la implicación del conjunto de la sociedad, tanto de las entidades privadas como de las personas físicas.

El fomento del mecenazgo, con incentivos fiscales mayores de los existentes actualmente, es un primer paso para impulsar el incremento de la participación de la sociedad civil en la creación de productos y servicios culturales. Sin embargo, no debe ser el único, con el fin de garantizar la existencia de márgenes de expresión en el área de la creatividad.

El nuevo modelo debe ser un modelo mixto, público-privado, donde se garantice por parte de las Administraciones Públicas el acceso a la financiación a aquellos artistas jóvenes, experimentales o minoritarios, que pueden tener mayores dificultades para optar al mecenazgo de empresas y ciudadanos. Así mismo, y de forma paralela a la modificación de la ley de mecenazgo que se prevé próximamente, es fundamental activar los mecanismos necesarios para que vaya calando en la sociedad la cultura del mecenazgo de bienes y servicios culturales, una cuestión que requiere tiempo, pero que es clave para el cambio de modelo.

Con el fin de reforzar esta colaboración público-privada se propone crear una institución público-privada de financiación estable de proyectos culturales y lingüísticos.

## 8. Apoyo a los instrumentos de propiedad intelectual

El proceso de convergencia digital del sector de las ICC ha traído consigo tanto grandes oportunidades como algunos retos en cuanto a los derechos de propiedad intelectual, fundamentalmente, en el ámbito de la comercialización.

Se necesitan medidas que, al tiempo que exploran el cambio digital, doten de seguridad jurídica a las empresas existentes, propiciando una evolución armoniosa dentro de un plan general de estudio y desarrollo de nuevas formas de propiedad intelectual.

Para ello, se requiere:

- Incrementar los estímulos y el acceso de las pymes al conocimiento y al uso de los instrumentos de propiedad intelectual, más allá de herramientas simples como acuerdos de confidencialidad.
- Enfatizar en la delimitación de un marco legislativo adecuado y dotado de garantías para el desarrollo de las actividades económicas propias de las industrias culturales y creativas, con especial atención al desarrollo de la legislación referente a la propiedad intelectual. En este sentido, recomendamos la creación de una Agencia Nacional de Propiedad Intelectual con participación de las comunidades autónomas, que tenga como objetivo el desarrollo y la protección de los derechos de propiedad intelectual, la supervisión de procesos relacionados con la gestión, así como competencias en el área de legislación y arbitraje.
- Impulsar el desarrollo de nuevas formas de generación/explotación/gestión de derechos de propiedad intelectual acompañados al cambio tecnológico.
- Crear un mercado de derechos de autor transparente, basado en un registro previo de todas las creaciones que generen derechos de propiedad intelectual.
- Establecer un régimen laboral específico para todos los creadores, para que regularicen su situación laboral y sus cotizaciones.
- Armonizar fiscalmente productos y servicios de las ICC estrechamente ligados al sector TIC es otra de las prioridades que hay que impulsar en el contexto europeo.
- Compatibilizar, en el contexto europeo, las legislaciones vigentes y la creación de un mercado digital único de contenidos y servicios *online*, descrito en la Estrategia 2020.



