

Estudio *Contrast* II

Sectores e Industrias Culturales y Creativas e innovación: ecosistemas, tipologías, medición e impactos



Contrast

Innovation in the Cultural
and Creative Industries

ICC consultors
Carrer Sant Lluís, 63,
planta 1
08024 Barcelona
Tel. 93 317 89 99
icc@icc-consultors.com
www.icc-consultors.com
NIF: B-62536909



EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

KULTURA ETA HIZKUNTZA
POLITIKA SAILA

DEPARTAMENTO DE CULTURA
Y POLÍTICA LINGÜÍSTICA



ÍNDICE

PARTE I. INTRODUCCIÓN_Toc147737973

1. Presentación	5
2. Antecedentes, objetivos y metodología	7

PARTE II. RESULTADOS

3. Contextos regionales	16
3.1 Territorios, población y economía	18
3.2 Nivel de innovación	20
3.2.1 Productos creativos: mirada general y mirada específica vinculada a los SICC23	
3.3 Síntesis del contexto regional	28
4. SICC e innovación	31
4.1 Monitorización de los SICC e innovación	33
4.2 Enfoques estratégicos a nivel regional	35
4.3 Entorno de innovación	39
4.3.1 Valoración de la situación de las ICC y la innovación	39
4.3.2 Condiciones y apoyo a la innovación	47
4.3.3 Partes interesadas	50
4.4 Características de la innovación	53
4.4.1 Tipos de innovación	53
4.4.2 Procedimientos y mecanismos	61
4.4.3 Razones para innovar	69
4.4.4 Dificultades para innovar	71
4.5 Medición de resultados, impactos y valor de la innovación	72
4.5.1 Mirada general	72
4.5.2 Dimensiones estándar de impacto	75
4.5.3 Valor intrínseco y valor social compartido	80

PARTE III. ANÁLISIS EN PROFUNDIDAD

5. Tendencias, tipologías y singularidades	82
5.1 Ecosistemas de innovación	84
5.1.1 Elementos generales de los ecosistemas de innovación	84
5.1.2 Énfasis en la diversidad vinculada a los ecosistemas de innovación.	87
5.2 Tipos y valor de la innovación en los SICC	102
5.2.1 Innovando en los SICC: panorámica general	102

5.2.2 Profundizando más: características de la innovación según los agentes y los contextos	108
6. Medición de la innovación en los SICC: alcance y limitaciones	123
PARTE IV. SÍNTESIS FINAL	
7. A destacar	138
7.1 Recapitulación: objetivos, metodología e hipótesis	138
7.2 Hallazgos relacionados con los contextos y ecosistemas	139
7.3 Hallazgos relacionados con los tipos de innovación	142
7.4 Apuntes sobre la medición de la innovación en los SICC	144

ANEXOS

PARTE I: INTRODUCCIÓN

1. Presentación

El presente informe recoge y analiza los resultados del estudio *Contrast 2* sobre ICCs e innovación. Se estructura en cuatro grandes partes: introducción, resultados, análisis en profundidad y consideraciones finales.

Como introducción el documento presenta en primer lugar los [Antecedentes, objetivos y metodología](#) para situar al lector en el contexto del estudio.

El comienzo del apartado de Resultados se inicia con una contextualización de los territorios estudiados ([Contexto regionales](#)), teniendo en cuenta en primer lugar, datos secundarios sobre los territorios, la población y la economía y, en segundo lugar, sobre la innovación, ofreciendo una panorámica general con datos obtenidos del *Global Innovation Index/índice Global de Innovación*. Esta sección se Cierra con una síntesis del contexto de carácter general que permite una mejor comprensión del ámbito específico de los SICC.

El informe se adentra a continuación en los resultados generales del estudio en la sección [Innovación y SICC](#). Este apartado contiene todas las dimensiones relevantes para el estudio de la innovación en los SICC, combinando información sobre las políticas y los agentes implicados en cada territorio con sus prácticas y organizaciones innovadoras en el sector cultural y creativo. Proporciona una mirada descriptiva (gráficos, estadísticas descriptivas...) basadas en dos herramientas principales: el cuestionario a los coordinadores regionales sobre los contextos

regionales, y el cuestionario a los agentes de los SICC, sobre la innovación que generan. Esto implica abordar todas las dimensiones relevantes de la innovación en los SICC en dos niveles diferentes.

Así, el apartado “Monitorización e innovación de los SICC” reflexiona sobre la existencia de herramientas y agentes que monitoricen los SICC y/o la innovación; el apartado “Enfoques estratégicos regionales” reflexiona sobre el tipo de enfoques estratégicos de las administraciones; la sección “Entorno de innovación” reflexiona sobre los actores y tipos de herramientas utilizadas en apoyo al sector y su innovación; en el apartado “Características de la innovación” se reflexiona sobre qué tipo de innovaciones se realizan y por qué motivos, y en el apartado “Medición de resultados, impactos y valor de la innovación” se reflexiona sobre las externalidades sociales, económicas y ambientales positivas que produce el sector a partir de su innovación.

En la tercera parte (Análisis en profundidad), se proporciona una perspectiva interpretativa. A partir de los resultados presentados en apartados anteriores se realizan miradas y análisis más profundos ampliando y cruzando resultados, pero también aportando claves interpretativas y conceptuales que generan una mayor comprensión del estado de la cuestión. Dos grandes dimensiones estructuran esta parte: por una parte, [Tendencias, tipologías y singularidades](#), y [Medición de la innovación en los SICC: alcance y limitaciones](#). El primer apartado se divide en dos partes: Ecosistemas de innovación y Tipos y valores de innovación en los SICC. En cada una de estas partes, el contenido se estructura en dos subapartados: una para resumir los resultados

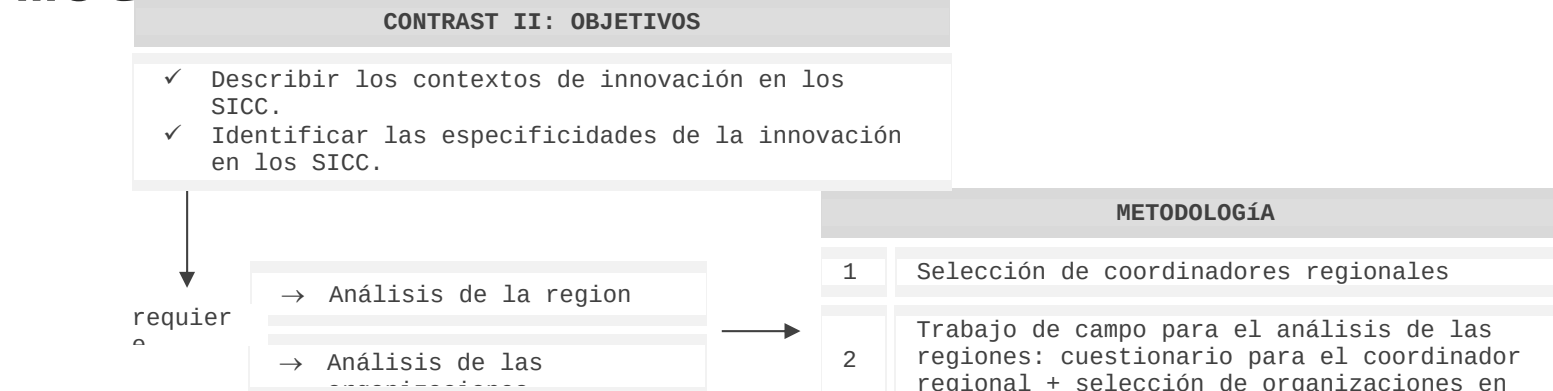
anteriores y otra para profundizar en el análisis. En el apartado de medición de la innovación en los SICC se abordan cuestiones específicas relacionadas con la medición en los SICC a través de los resultados obtenidos en la encuesta a las organizaciones, valorando cómo han funcionado el diseño y los indicadores utilizados. Se reflexiona sobre cómo los SICC se adaptan a los marcos de medición establecidos y su singularidad.

Para finalizar, la cuarta parte [Resumen final](#), concluye el estudio revisando los objetivos iniciales y sintetizando los hallazgos clave.



2. Antecedentes, objetivos y

Diagrama 1. Síntesis del proceso metodológico



Origen del estudio

El Departamento de Cultura y Política Lingüística del Gobierno Vasco está impulsando una ruta de trabajo en el marco de la RIS3 en torno a las Industrias Culturales y Creativas (ICC) como área de oportunidad.

En 2019 se inició un proceso de reflexión en torno a la conceptualización y explotación (a través de indicadores) de la I+D+i en el sector cultural y creativo vasco. El motivo para acometerlo es el déficit de I+D+i que se refleja en los datos de estos sectores en comparación con las tres prioridades estratégicas (Fabricación Avanzada, Energía y Ciencias de la Vida - Salud) y dos de las cuatro áreas de oportunidad (Alimentación y Hábitat Urbano) incluidas en el RIS3.

Partiendo de este problema, el trabajo se inició con el desarrollo de un [marco conceptual para la aplicación de la I+D+i en los sectores culturales y creativos](#) con los siguientes objetivos:

- › Sensibilizar sobre la innovación que se está produciendo en los SICC, según criterios de medición homologados y estandarizados para el conjunto de sectores.
- › Mostrar la singularidad de los SICC, identificando aspectos que caracterizan la innovación cultural, que no se reflejan en los marcos establecidos para el conjunto de sectores y que los hacen únicos.

En 2020 y 2021 se llevó a cabo un amplio proceso de reflexión y contraste, en dos niveles:

- › Redacción de un informe de [conceptualización de la I+D+i en los SICCs](#), contrastado con expertos locales. Se demostró que los indicadores de innovación existentes a escala europea y regional no podían reflejar los niveles auténticos de innovación cultural en el País Vasco.
- › Este informe dio lugar a un proyecto internacional, donde expertos en I+D+i en sectores e industrias culturales y creativas (CCSIs por sus siglas en inglés) analizaron y debatieron modelos y prácticas sobre cómo medirla. La conclusión fue que se necesitaba un estudio de caso internacional para completar la investigación y se originó el [estudio piloto Contrast 1](#).

› **Objetivos y principales hipótesis**

Los objetivos del estudio piloto llevado a cabo en 5 regiones europeas y que ahora se extiende con el nuevo *Contrast 2* son:

- › Identificar elementos del contexto regional que caracterizan y favorecen el desarrollo de proyectos innovadores en los SICCs.
- › Realizar un análisis comparativo de buenas prácticas de innovación para detectar tanto elementos convergentes con otros sectores como elementos singulares de innovación cultural y creativa.
- › Avanzar en el diseño de indicadores operativos para monitorear la innovación en las industrias culturales y creativas en el futuro.

En el informe final del estudio piloto *Contrast I*, se llegó a la conclusión de que es relevante abordar el contexto general en el que se inserta cada región. Los contextos influyen e indirectamente contribuyen a explicar ciertos aspectos de los SICC y su innovación al condensar condiciones estructurales, oportunidades y limitaciones. En este sentido, se observó cierta correlación entre el contexto general en términos urbanos y socioeconómicos y algunos aspectos relacionados con los SICC y su innovación. Por lo tanto, para el futuro se consideró relevante profundizar en la caracterización general del contexto regional y la creación de una tipología para clasificarlos. Esta tipología, en el *Contrast I*, se apoyó en el esquema de clasificación de los sistemas de bienestar europeos como punto de partida.

El estudio *Contrast II* se plantea en 2022 como una versión ampliada del análisis de los contextos regionales de innovación en las ICC, esta vez a escala mundial. Mantiene los mismos objetivos (el carácter exploratorio y descriptivo de ecosistemas de innovación) y se plantea de nuevo la hipótesis general sobre el efecto del contexto, a saber:

- › Influencia del contexto global en el contexto específico: existe correlación entre un contexto avanzado tanto en clave socioeconómica como de innovación a nivel general con el desarrollo específico de los SICC y su innovación.
- › Influencia del contexto específico: Diferentes tipos específicos de ecosistemas innovación en los SICC generan diferentes resultados e impactos.

Metodología

Para acometer sus objetivos el *Contrast* se basa en dos pilares:

- A. Análisis de contextos o ecosistemas de innovación en las ICC.
- B. Análisis de casos o agentes de innovación en las ICC.

El hilo conductor de todo el proyecto entrelaza, así, dos niveles: uno a nivel político, administrativo y estratégico; y otro a nivel de agentes en el campo (empresas, asociaciones, ONGs...).

Cabe señalar que el proyecto *Contrast* II no termina con este informe. Habrá una conferencia abierta final los días 25 y 26 de octubre donde las regiones y organizaciones participantes, junto con expertos de los SICC, debatirán los resultados de este estudio, contribuyendo a extraer las conclusiones finales.

La aproximación metodológica realizada ha seguido tres pasos:

- 1. Selección de un coordinador para cada una de las regiones seleccionadas. Estos coordinadores están conectados de distintas formas a los ecosistemas de las ICCs en sus regiones respectivas (responsables públicos, consultores, investigadores...).

Tabla 1. Características de la muestra de regiones

Área Global	Europa	África	Asia-Pacífico	América del Norte	Latinoamérica
-------------	--------	--------	---------------	-------------------	---------------

País	Alemania	Reino Unido	España	Dinamarca	Estonia	Finlandia	Portugal	Italia	Kenia	Sudáfrica	Uganda	India	Australia	Estados Unidos de América	Estado Unidos de América	Colombia
Tipo de caso	Región	Región	Región	Country	País	País	Región	Región	País	Región	País	Región	Región	Región	Región	Región
Caso	Baden-Württemberg	Cardiff Capital Región (CCR)	Comunitat Valenciana	Dinamarca	Estonia	Finlandia	Região do Norte	Puglia	Kenia	Western Cape	Uganda	Karnataka	South Australia	Washington	California	Antioquia

Fuente: Elaboración propia

2. Estos coordinadores responden un cuestionario sobre sus regiones que considera los aspectos de: fuentes de información, posicionamiento general de la región en términos de innovación y SICC, enfoque estratégico general y características del entorno de innovación. Adicionalmente, selecciona entre 5 y 10 prácticas de sus respectivas regiones a partir de su criterio informado.
3. Estas 88 organizaciones, que constituyen una amplia y relevante muestra desde un punto de vista teórico/cualitativo (ver la Figura 1 para las características de la muestra y la Tabla 1 para las organizaciones participantes) responden un cuestionario específico en el que también aportan información sobre características del entorno de innovación, sobre los tipos de innovación que llevan a cabo, y sobre los resultados y los impactos que esta produce.

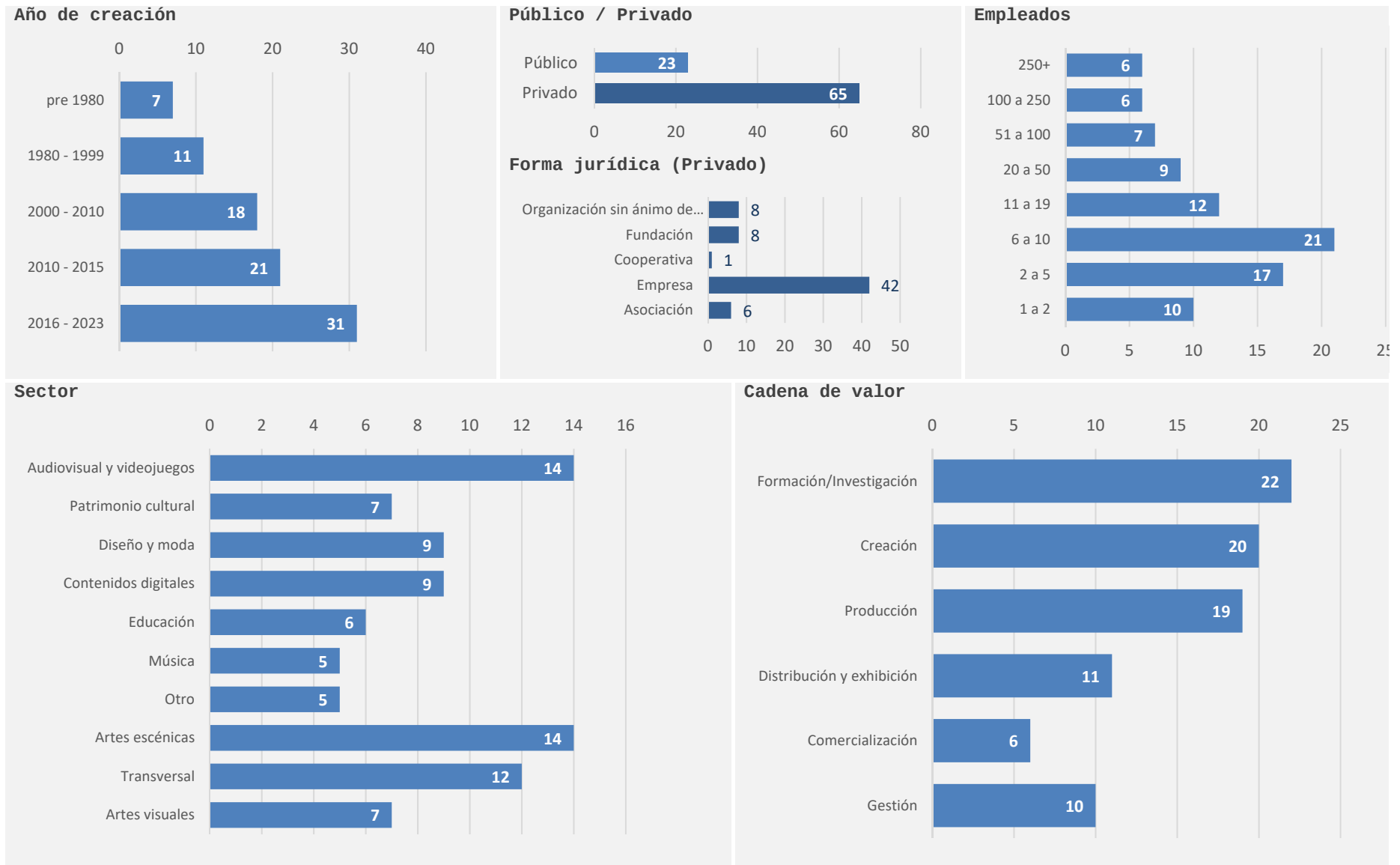
Por tanto, el proceso se conforma a través del trabajo de campo a dos niveles, cada uno con un cuestionario propio en el que se combinan preguntas cerradas y abiertas (regiones/coordinadores y casos/agentes de innovación). Ambos cuestionarios pueden consultarse en el anexo metodológico ([Anexo 1](#)).

Es importante señalar que el diseño del cuestionario de esta organización es en sí mismo una propuesta para medir la innovación en los SICC. A través de las lecciones aprendidas de *Contrast I* y con base en el marco teórico del proyecto, se ha diseñado un conjunto de preguntas para capturar la innovación en los SICC. No sólo con el objetivo de medir esta innovación sino también de reflexionar sobre los desafíos y posibilidades de hacerlo. Por este motivo, el cuestionario también incluyó preguntas sobre hasta qué punto los participantes se sentían representados por los ítems propuestos. Además, por el mismo motivo, el informe incluye un apartado (apartado 6 “Medición de la innovación en los SICC: alcances y limitaciones”) en el que se reflexiona sobre cómo ha funcionado el cuestionario en relación con este objetivo.

**Figura 1. Lista de organizaciones participantes y características de la muestra.
Lista en orden alfabético de regiones:**

1. Realities Extended at the University of Adelaide (South Australia)
2. Flinders University - The Void (South Australia)
3. Light ADL (South Australia)
4. Illuminate Adelaide (South Australia)
5. ModelFarm (South Australia)
6. Corporación Hémetus (Antioquia)
7. Museo de Antioquia (Antioquia)
8. Orquesta Filarmónica de Medellín (Antioquia)
9. Pantolocos de la Corporación Casa Arte (Antioquia)
10. Impact Hub Medellín (Antioquia)
11. diidoo® (Antioquia)
12. Popakademie Baden-Württemberg GmbH (Baden-Württemberg)
13. NEXT Mannheim (Baden-Württemberg)
14. Hochschule der Medien Stuttgart (Baden-Württemberg)
15. K3 Kultur- und Kreativwirtschaftsbüro Karlsruhe (Baden-Württemberg)
16. Wirtschaft und Stadtmarketing Pforzheim /EMMA - Kreativzentrum Pforzheim (Baden-Württemberg)
17. MFG Baden-Württemberg (Baden-Württemberg)
18. Virtual Dimension Center (VDC) w.V. (Baden-Württemberg)
19. Tinkertank, Interactive Media Foundation gGmbH (Baden-Württemberg)
20. AMCRS - Animation Media Cluster Region Stuttgart (Baden-Württemberg)
21. SkySpirit GmbH (Baden-Württemberg)
22. Center for Cultural Innovation (California)
23. Destination Crenshaw (California)
24. Arts for LA (California)
25. BRIC Foundation (California)
26. BWLB Ltd (Cardiff CCR)
27. Object Matrix (Cardiff CCR)
28. Hijinx Theatre (Cardiff CCR)
29. edge21 studio ltd (Cardiff CCR)
30. Y Pod Cyf. (Cardiff CCR)
31. gorilla TV (Cardiff CCR)
32. Palau de les Arts Reina Sofía, Fundació de la Comunitat Valenciana (Comunitat Valenciana)
33. Fira Trovam (Comunitat Valenciana)
34. IVAM (Comunitat Valenciana)
35. Centre del Carme Cultura Contemporània - Consorci de Museus de la Comunitat Valenciana (Comunitat Valenciana)
36. Institut Valencià de Cultura (Comunitat Valenciana)
37. Espai LaGranja- IVC (Comunitat Valenciana)
38. Espai d'Art Contemporani de Castelló (Comunitat Valenciana)
39. Marahaba Music expo (Uganda (East Africa))
40. Malafi'arts production (Uganda (East Africa))
41. Orupaap Cultural Foundation (Uganda (East Africa))
42. Culture and Development East Africa (CDEA) (Uganda (East Africa))
43. MOTIV (Uganda)
44. Quad - A Group (Uganda)
45. The GoDown Arts Centre (Uganda)
46. Filaret OÜ (Estonia)
47. Aus Design OÜ (Estonia)
48. Myceen (Estonia)
49. RAIKU Packaging (Estonia)
50. The Ladies Association of Kuopio / Design Union (Finland)
51. Helsinki Xr Center/Metropolia University of Applied sciences (Finland)
52. Creative Export Innovations (Finland)
53. Uniarts Helsinki (Finland)
54. Aalto University (Finland)
55. VIPROF ELECTRONICS (Karnataka)
56. Indian Institute of Science (Karnataka)
57. Edunet Foundation (Karnataka)
58. BlackRhino VR (Kenia)
59. Kenia Private Sector Alliance (Kenia)
60. Standup Collective (Kenia)
61. THE ART OF MUSIC FOUNDATION (Kenia)
62. Circle Art Agency (Kenia)
63. Art at Work Limited (Kenia)
64. Kariboo Creative (Kenia)
65. Trio Media Kenia (Kenia)
66. TIKITWORLD (Região do Norte)
67. Canal180 (Região do Norte)
68. Everythink, Lda (Região do Norte)
69. 4Humanz - Consultancy and research for humanz (Região do Norte)
70. Applicazioni di Ingegneria ed Informatica s.r.l. (Puglia)
71. Espero srl (Puglia)
72. Didap s.r.l.s. (Puglia)
73. Università del Salento (Puglia)
74. Tou.Play ETS (Puglia)
75. IMAGO (Puglia)
76. 34° Fuso APS (Puglia)
77. Chocolate Tribe (Western Cape)
78. The Craft and Design Institute (Western Cape)
79. Nyamakop (Western Cape)
80. Empatheatre (Western Cape)
81. Free Lives (Western Cape)
82. The Centre for the Less Good Idea (Western Cape)
83. Path with Art (Washington)
84. Terrain Programs dba Terrain (Washington)
85. Cultural Space Agency (Washington)
86. Mighty Tieton Production (Washington)
87. TwispWorks Foundation (Washington)
88. King County Creative (Washington)

Características de la muestra de organizaciones



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta (Encuesta a organizaciones *Contrast* II)

PARTE II: RESULTADOS

3. Contextos regionales

En este primer apartado de resultados, se caracterizan los entornos de las regiones seleccionadas a nivel general. En primer lugar, se describen variables relacionadas con el

territorio, la población y la economía con base en información secundaria principalmente de Naciones Unidas o el Banco Mundial.

En segundo lugar, también se ofrece una caracterización de cada entorno general en términos de innovación. En este sentido, los contextos generales de innovación de cada región se describen a través de los resultados del *Índice de Innovación Global 2022*. Dado que el Índice Global de Innovación también incorpora una sección específica de Resultados Creativos, los resultados de cada entorno también se describen en estos términos. Esto proporciona información externa, basada en indicadores objetivos, que complementará la información primaria recopilada en el estudio a través de la información proporcionada por los coordinadores regionales.

Toda esta información secundaria basada en una caracterización general se analiza a nivel de país. Esta es la unidad mínima de información para la cual es posible encontrar información estandarizada y común a todas las regiones, las cuales tienen diferentes rangos o niveles territoriales como se mostrará en la Tabla 1 (estados, regiones y países).

En el último subapartado se realiza una síntesis de estos contextos, que, para la reflexión final, debería ser útil para una mejor interpretación de los resultados obtenidos.

Así, esta sección cobra relevancia en términos de explorar la hipótesis de la influencia del contexto general en el contexto específico de la innovación en los SICC.

3.1 Territorios, población y economía

Como se ha visto, las regiones analizadas se ubican en 5 áreas globales (Europa, África, Asia-Pacífico, Norteamérica y América latina). La diversidad de contextos es muy elevada, con sistemas políticos y de bienestar muy distintos y con posiciones económicas mundiales muy dispares, incluso dentro de una misma área global.

En el [Anexo 2](#), puede consultarse un resumen de indicadores en las dimensiones básicas de demografía y economía, pero también en clave de sociedad, educación, medio ambiente y salud:

- A nivel demográfico destacan las diferencias en términos de porcentaje de población urbana. La muestra tiene un promedio de 69,1% del porcentaje de población urbana, pero hay contextos en los que este porcentaje se eleva por encima de ese promedio y otros en los que se mantiene por debajo, incluso a distancia. Entre los países de Europa, la cifra se eleva al 77,6%. En los países africanos sigue siendo del 39,6% (Sudáfrica sigue por encima de esta media, Kenia y Uganda por debajo). El porcentaje de India es similar, 34,5%, lo que difiere mucho del otro país de la misma área global que Australia, 86,1%.
- En la dimensión de economía y sociedad, el PIB per cápita también muestra realidades muy diferentes siguiendo este mismo patrón, que también se observan en cuestiones como el porcentaje de empleo en servicios o en la industria.
En términos de PIB per cápita, Estados Unidos alcanza aproximadamente los 76.000 dólares estadounidenses; en los países europeos, una media de 54.500 dólares estadounidenses y en

los países africanos, la media se sitúa en 8.000 dólares estadounidenses. India también se posiciona en 8.000 US\$, Australia alcanza unos 62.500 US\$ aproximadamente y Colombia se sitúa en el medio con unos 20.000 US\$.

- El coeficiente GINI también ofrece una visión de diferentes realidades sociales y de bienestar. Los países de Europa tienen las tasas de desigualdad más bajas, con un promedio de GINI de 31,8 en comparación con 48,8 de los países africanos. Ambos países de Asia-Pacífico rondan los 35, Estados Unidos alrededor de 39,7 y Colombia 51,5.
En términos económicos, es importante resaltar que en algunos países existe una deuda externa relevante, señal de las diferentes posiciones en el panorama económico mundial. Este es el caso de Colombia, India, Kenia, Sudáfrica y Uganda.
- En relación con la dimensión educativa, los países africanos, junto con la India, tienen el promedio de años de escolaridad más bajo, entre 10,1 (Uganda) y 13,6 (Sudáfrica). Por el contrario, en los países europeos esta cifra se eleva a 17,3, en Australia a 16,5 y en Estados Unidos a 16,3.
- Finalmente, también se observan características diferentes en otras dimensiones como el medio ambiente y la salud. Los problemas de contaminación están relacionados con indicadores como el porcentaje de población urbana o el tipo de economía. Para contrastar ejemplos, la contaminación de CO2 en los países africanos es la más baja y en Australia y Estados Unidos la más alta, con Europa en el medio. Por el contrario, la intensidad energética primaria sigue la tendencia contraria.

El conjunto de indicadores contribuye a trazar un conjunto de posiciones económicas y sociales diferentes entre los países de cada caso, apuntando a que los contextos generales pueden influir de diferentes maneras en las cuestiones específicas que atañen a los SICC.

3.2 Nivel de innovación

El [Índice Global de Innovación](#) (GII), promovido por la [World Intellectual Property Organization \(WIPO\)](#) [Organización Mundial de la Propiedad Intelectual \(OMPI\)](#), resulta especialmente valioso porque ofrece una base común para describir los países según sus niveles de innovación. Esto permite entender mejor el contexto regional en cada caso, presentando información sobre la innovación en diferentes niveles y dimensiones (para más información ver el [Anexo 3.](#))

Tabla 2. Resultado para cada caso (por país) en el GII y clasificación propuesta

País	Puntuación	Posición (total = 132 países)	Clasificación según el GII
EE.UU.	61,78	2	Líder en innovación
Reino unido	59,73	4	Líder en innovación
Alemania	57,23	8	Líder en innovación
Finlandia	56,88	9	Líder en innovación
Dinamarca	55,93	10	Líder en innovación
Estonia	50,19	18	Líder en innovación

Australia	47,14	25	Líder en innovación
Italia	46,06	28	Resultado acorde a las expectativas de su nivel de desarrollo
España	44,62	29	Resultado acorde a las expectativas de su nivel de desarrollo
Portugal	42,11	32	Resultado acorde a las expectativas de su nivel de desarrollo
India	36,57	40	Resultado superior a las expectativas de su nivel de desarrollo
Sudáfrica	29,82	61	Resultado superior a las expectativas de su nivel de desarrollo
Colombia	29,22	63	Resultado acorde a las expectativas de su nivel de desarrollo
Kenia	22,75	88	Resultado superior a las expectativas de su nivel de desarrollo
Uganda	15,66	119	Resultado acorde a las expectativas de su nivel de desarrollo

Fuente: Elaboración propia basada en datos del *Índice Global de Innovación 2022*

Como se observa en la Tabla 2, las regiones que participan en el estudio exhiben distintos perfiles y niveles de innovación, que van desde posiciones líderes hasta emergentes. En el contexto más amplio de la innovación, según el Índice Global de Innovación, destacan siete países con un perfil de innovación líder (EE.UU., Reino Unido, Alemania, Finlandia, Dinamarca, Estonia y Australia). Italia, España y Portugal están muy cerca unos de otros y cerca de una posición de liderazgo, pero podrían caracterizarse mejor como "perfiles avanzados". India ocupa una posición intermedia, siendo un claro líder en su propia región, pero no desde una perspectiva global. Junto con Sudáfrica, Colombia, Kenia y Uganda, constituyen un bloque heterogéneo de perfiles de innovación moderados y emergentes.

El *Índice Global de Innovación* mide un conjunto muy amplio de variables en siete dimensiones que varían desde aspectos vinculados al entorno político y administrativo hasta la

sostenibilidad, pasando por las características de los negocios y el conocimiento o la educación (se puede consultar el detalle de indicadores en el [Anexo 3](#)). Cuatro de ellas se consideran “inputs” para la innovación y dos de ellas, “outputs” de la innovación.

De hecho, una de las subdimensiones de los *outputs* tiene que ver con la producción y la exportación de bienes y servicios culturales y creativos. Esto aporta una información valiosa para complementar el presente estudio, por lo cual se analizará brevemente en un subapartado específico de este capítulo.

Antes de ello, la siguiente Tabla 3 resume la posición de cada país en cada una de las siete dimensiones del *Índice Global de Innovación*:

Tabla 3. Posición de cada país en el *Índice Global de Innovación* y puntuaciones en cada dimensión

Países	GII Posición	Entradas					Salidas	
		Instituciones	Capital humano e investigación	Infraestructura	Sofisticación del mercado	Sofisticación del negocio	Conocimiento y tecnología	Resultados Creativos
EE.UU.	2	80.9	59.9	58.7	80.8	64.5	60.8	48.4
Reino Unido	4	74.5	61.5	62.9	67.6	51.7	55.7	55.9
Alemania	8	76.5	64.1	57.7	53.7	52.7	54.8	52.3
Finlandia	9	82.5	60.6	65.9	51.7	61.6	59.6	39.0
Dinamarca	10	64.5	43.3	58.3	29.6	46.2	44.7	29.9
Estonia	18	82.2	42.7	61.6	68.8	48.3	41.2	38.2
Australia	25	77.2	61.7	58.8	50.2	48.6	32.2	37.8
Italia	28	59.0	46.8	57.4	41.9	39.3	45.2	41.3

España	29	66.8	47.7	59.8	43.4	41.4	38.1	36.8
Portugal	32	62.5	49.4	53.4	38.8	38.6	33.3	38.1
India	40	60.1	38.3	40.7	50.3	30.9	33.8	24.3
Sudáfrica	61	51.9	26.9	40.7	40.4	27.6	24.7	19.5
Colombia	63	54.6	27.4	46.0	32.5	35.6	20.5	17.9
Kenia	88	51.8	14.0	30.3	19.7	24.7	19.2	15.6
Uganda	119	57.5	10.4	28.7	11.0	16.0	11.0	2.2

Fuente: Elaboración propia basada en datos del *Índice Global de Innovación 2022*

3.2.1 Productos creativos: mirada general y mirada específica vinculada a los SICC

Las tres subdimensiones de “Resultados Creativos” (“Activos Intangibles/Intangible assets”, “Bienes y Servicios Creativos/Creative goods and services” y “Creatividad Online/Online creativity”) abarcan campos distintos, con un concepto de creatividad que va más allá de la delimitación sectorial habitual de los SICC (incluyendo temas relacionados con patentes y marcas comerciales y productos de software) pero con una subdimensión (“Bienes y Servicios Creativos”) relacionada estrechamente con productos y servicios de tipo cultural (la exportación de servicios culturales y creativos, las producciones audiovisuales nacionales, el mercado del entretenimiento y los medios de comunicación, el peso de las artes gráficas y la exportación de bienes creativos).

Sin ser un retrato detallado de la fortaleza del sector en términos de resultados, sí establece una orientación útil dadas las dificultades habituales de encontrar información comparable a nivel internacional en el campo de los SICC.

La comparación entre la posición global, la posición en la dimensión de *Resultados Creativos* y la posición en la subdimensión *Bienes y Servicios Creativos*¹ permite ver que, en el concepto específico de la subdimensión Bienes y Servicios Creativos, la mayoría de países pierden posiciones.

Como se deriva de la Tabla 4, en promedio los países de la muestra se sitúan en la posición general 35'73, en la posición 37'8 en la dimensión *Resultados Creativos* y en la posición 47'57 en la subdimensión de *Bienes y Servicios Creativos*. La pérdida en la dimensión de *Resultados Creativos* es muy leve, pero resulta significativa en la subdimensión de *Bienes y Servicios Creativos*.

Tabla 4. Posiciones comparadas de cada país en la dimensión de Resultados Creativos, la subdimensión y de Bienes y servicios creativos y la posición general, junto a las puntuaciones detalladas de la dimensión de Resultados Creativos

	Posiciones			Puntuaciones específicas			
	Resultados Creativos posición general	Bienes y servicios creativos posición específica	GII posición	Resultados Creativos (dimensión)	Activos intangibles (subdimensión)	Bienes y servicios creativos (subdimensión)	Creatividad Online (subdimensión)
Reino Unido	3	5	4	55.9	68.3	42.3	44.8
Alemania	7	34	8	52.3	67.8	28.4	45.2

¹ La información de la estructura del *Índice Global de Innovación* se puede consultar en el Anexo 3.

EE.UU.	12	4	2	48.4	52.8	44.8	43.0
Dinamarca	14	21	10	29.9	24.1	40.6	30.9
Italia	16	46	28	41.3	62.2	25.3	15.5
Finlandia	18	40	9	39.0	46.0	27.0	36.8
Estonia	24	9	18	38.2	39.6	40.0	33.4
Portugal	25	51	32	38.1	51.2	23.6	26.5
Australia	27	48	25	37.8	43.3	24.5	40.2
España	28	43	29	36.8	50.6	26.1	19.9
India	52	61	40	24.3	38.0	17.2	4.1
Sudáfrica	64	99	61	19.5	34.3	5.5	4.1
Colombia	75	81	63	17.9	26.4	10.2	8.6
Kenia	79	44*	88	15.6	17.7	25.8	1.3
Uganda	123	124	119	2.2	3.9	0.9	0.3

Fuente: Elaboración propia basada en datos del *Índice Global de Innovación 2022*

De la observación de la tabla y los datos del propio *Índice Global de Innovación*, cabe destacar:

- › El caso de Kenia, que gana posiciones por lo que podría ser debido a la falta de información sobre producciones audiovisuales, por un lado, y por una posición líder en concepto de artes gráficas como parte del total de manufacturación (tiene el puesto 3 mundial).
- › El caso de Estonia también presenta una situación similar, donde se combina una falta de información en el campo de entretenimiento y medios de comunicación con una posición de

líder mundial (segundo) en concepto de producciones audiovisuales nacionales por población de 15 a 69 años.

- › Por el contrario, Sudáfrica baja un escalón, y pasa de ocupar la posición 61 en el ranking general y 64 en la dimensión de *Resultados Creativos* a ocupar la 99 en el ranking específico más vinculado a los SICC. Es el caso en que se da una peor comparativa en estos términos. Se debe también a una falta de información en un indicador (artes gráficas sobre el total de manufacturación) y al arrastre de dos indicadores en que empeora posiciones: las exportaciones de servicios culturales y creativos y la producción audiovisual nacional.
- › En Uganda, destaca que hay faltas importantes de información y no hay datos en 3 de los 5 indicadores.
- › Un conjunto amplio de países empeora su posición relativa al ranking general y pasan de lo que podría ser la consideración de punteros a avanzados (Alemania, Australia y Finlandia), o mantienen su posición de avanzados a pesar de perder algunos puestos (España, Portugal o Italia).
- › Finalmente, mantienen una posición casi idéntica como punteras EEUU y Gran Bretaña.

Considerando la puntuación en la dimensión *Resultados Creativos*, **se propone la siguiente clasificación (Diagrama 2) en clave de contexto cultural y creativo** atendiendo a los tres principales saltos que se producen en el ranking (entre la posición 18 de Finlandia y la 24 de Estonia, y entre la posición 28 de España y la 52 de India):

Diagrama 2. Grupos de regiones según sus resultados en la dimensión Resultados Creativos del GII

Líderes
Resultados creativos más
potentes

Avanzados
Resultados creativos
fuertes

Moderados o emergentes
Resultados creativos menos
fuertes

RU Alemania EEUU Dinamarca Italia Finlandia Estonia Portugal Australia España India Sudáfrica Colombia Kenia Uganda

Fuente: Elaboración propia basada en datos del *Índice Global de Innovación 2022*

Esta clasificación es relevante para obtener un mejor retrato de la realidad y porque proporciona una base de información secundaria basada en datos objetivos para complementar e interpretar la información primaria obtenida por los coordinadores regionales. En este sentido, esta clasificación se utilizará en la sección de síntesis para explorar más a fondo la comprensión de la relación entre los contextos generales y los ecosistemas SICC. ([sección 5.1.2](#)). En concreto, como se explicará, nuestros resultados (los obtenidos de la encuesta a los coordinadores regionales) se ponderarán con estos datos externos y objetivos, ayudando a obtener una visión general más completa del contexto de cada SICC.

3.3 Síntesis del contexto regional

Para resumir esta primera sección, es esencial destacar dos aspectos:

- › Uno, sobre la relación entre los perfiles de innovación de los países y su perfil socioeconómico.
- › El segundo, relativo a la información específica secundaria sobre los SICC que proporciona el *Índice Global de Innovación*.

En primer lugar, en la Tabla 5 se puede observar cada caso con sus resultados en términos de innovación general y las diferentes variables de contexto de territorio, población y economía. Los casos están ordenados según su posición general en el *Índice Global de Innovación*.

y coloreados según su categoría general de innovación, como lo indican los resultados en la Tabla 2.

Como queda patente, el verde predomina en la parte superior de la tabla, los colores amarillos y tonos más suaves de verde se ubican en el medio y, en la parte inferior, los que más predominan son el naranja y el rojo.

Esto es indicativo de la relación entre las variables de caracterización general (perfil socioeconómico de la región) y los resultados globales en términos de innovación

Table 5. Caracterización comparada (escala de colores) de los datos de territorio, población y economía de cada caso a nivel de país, ordenados según su posición en el ranking general del Índice Global de Innovación.

País (ordenados por posición ranking global)	% población urbana	PIB millones (\$ US) 2022	PIB per cápita (\$ US) 2022	% desempleo (estimación modelo OIT)	Índice Gini	% empleo servicios	Saldo de deuda externa (% de GNI)	Media años escolarización	CO2 emisiones (toneladas métricas per cápita)	PM2.5 polución del aire, media exposición anual	Esperanza de vida
EE.UU.	82,5	25.462.700	76.399	8,1	39,7	78,73	&	16,3	14,67	7,4	77,2
Reino Unido	83,7	3.656.809	54.603	4,5	32,6	80,83	&	17,3	5,22	10,47	80,7
Alemania	77,4	5.309.606	63.150	3,8	31,7	71,61	&	17	7,91	12,02	80,6
Finlandia	85,4	328.004	59.027	7,8	27,1	74,58	&	19,1	7,37	5,86	82
Dinamarca	88	436.857	74.006	5,6	27,5	79,23	&	18,7	5,1	10,02	81,4
Estonia	69,1	62.797	46.697	6,8	30,7	68,12	&	15,9	7,67	6,73	77,1
Australia	86,1	1.626.940	62.625	6,5	34,3	78,37	&	16,5	15,23	8,55	84,5
Italia	70,7	3.052.609	51.865	9,2	35,2	70,23	&	16,2	5,31	16,75	82,9
España	80,6	2.181.968	45.825	15,5	34,9	75,54	&	17,9	5,09	9,69	83
Portugal	65,8	430.227	41.452	6,8	34,7	69,83	&	16,9	4,33	8,16	81
India	65,8	11.874.583	8.379	8	35,7	32,27	21,4	11,9	1,79	90,87	67,2
Sudáfrica	66,9	952.603	15.905	29,2	63	72,41	51,77	13,6	7,5	25,1	62,3
Colombia	81,1	1.052.389	20.287	15	51,5	64,11	58,3	14,4	1,6	16,52	72,8
Kenia	27,5	311.410	5.764	5,7	40,8	39,43	38,45	10,7	0,42	28,57	61,4
Uganda	24,4	127.282	2.694	2,8	42,7	21,36	46,53	10,1	0,13	50,49	62,7

Fuente: Elaboración propia basada en datos del Índice Global de Innovación 2022

En segundo lugar, hay que tener en cuenta que la información que proporciona el *Global Innovation Index* en términos de *Resultados Creativos* es muy valiosa. Esto establece una base de comparación para todas las regiones con información objetiva que puede complementar nuestros datos primarios (encuesta).

En este sentido, es relevante tener presente la categorización de los casos según su posición en el **ranking específico de Resultados Creativos**, lo que permite clasificarlos en una clave específica de resultados culturales y creativos:

- **Líder** (resultados creativos más potentes): Reino Unido, Alemania, EE. UU., Dinamarca, Italia y Finlandia.
- **Avanzado** (resultados creativos sólidos): Estonia, Portugal, Australia y España
- **Moderados o emergentes** (resultados creativos menos fuertes): India, Sudáfrica, Colombia, Kenia y Uganda.

Estos resultados y clasificaciones, asumiendo la hipótesis de la influencia de los contextos generales, son relevantes para una mejor comprensión de la realidad de cada caso y pueden ser relevantes para una lectura posterior de los datos específicos en términos de ecosistemas de innovación de los SICC.

4. SICCC e innovación

La Sección 4 presenta los resultados de los cuestionarios realizados a los coordinadores regionales sobre sus respectivos territorios y a las organizaciones sobre sus casos de innovación. Ofrece una visión general del estado del arte sobre los SICCC y la innovación, abordando las diferentes dimensiones relevantes para el estudio de este tema, analizando tanto cuestiones regionales, con información de los coordinadores regionales (políticas, herramientas, agentes...) como cuestiones individuales, con información proveniente de las organizaciones (formas específicas de innovación).

- Las secciones primera y segunda de **"Monitorización de los SICCC e innovación"** y **"Enfoques estratégicos a nivel regional"** se desarrollan únicamente a partir de los resultados de los cuestionarios a los coordinadores regionales. Por tanto, la información se refiere directamente a las características de las regiones.
- La tercera sección de **"Entorno de Innovación"** intercala tanto los resultados del cuestionario a los coordinadores regionales como el cuestionario a las organizaciones. De esta manera, se obtiene una mirada a los entornos de innovación a partir de información del universo de coordinadores regionales y del universo de organizaciones.
- Las subsecciones cuatro y cinco de **"Características de la innovación"** y **"Medición de resultados, impactos y valor de la innovación"** se construyen únicamente con información de las organizaciones, permitiendo estudiar la innovación a nivel de caso.

Toda esta información permitirá, en el apartado de reflexión final, profundizar en la hipótesis de la influencia del contexto específico de los ecosistemas sobre los SICC en los casos de innovación.

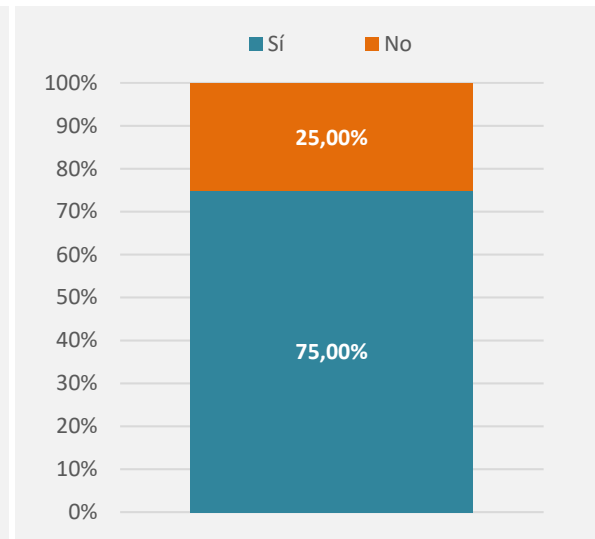
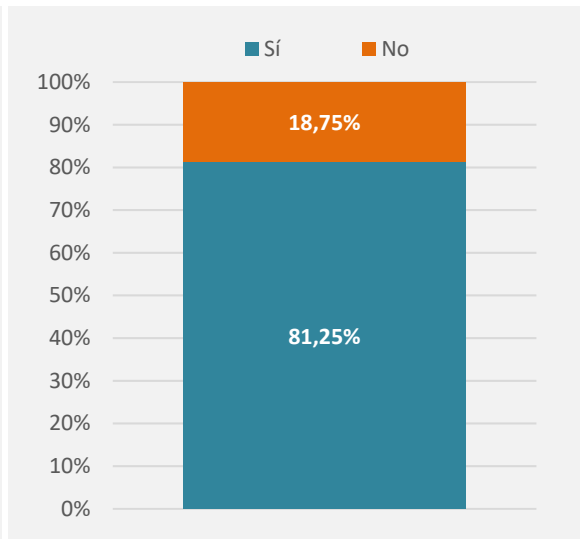
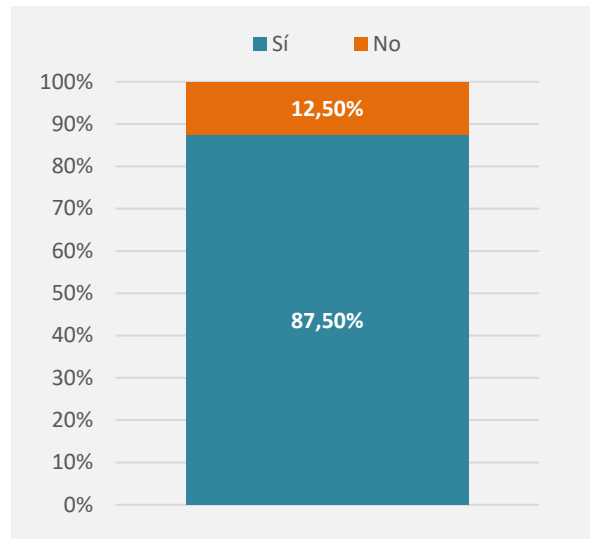
4.1 Monitorización de los SICC e innovación

En la mayoría de los casos, declaran que existen observatorios culturales en sus contextos (en el 87,5% de las regiones), pero el porcentaje desciende ligeramente a medida que se consideran herramientas de seguimiento más específicas de los SICC y la innovación: en el 81,25% de las regiones, hay estadísticas para los SICC y en el 75% de todas las regiones hay estadísticas de innovación. Por lo tanto, el seguimiento está bastante extendido. Sin embargo, la información proporcionada por los coordinadores regionales muestra diferentes frecuencias, agentes involucrados, orientaciones, etc.

Figura 2a. Observatorios culturales (%)

Figura 2b. Estadísticas de los SICC (%)

Figura 2c. Estadísticas de innovación (%)



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta (Encuesta a coordinadores regionales *Contrast II*)

4.2 Enfoques estratégicos a nivel regional

Figura 3. Existencia de planes específicos que incorporan los SICC en el desarrollo económico (%)

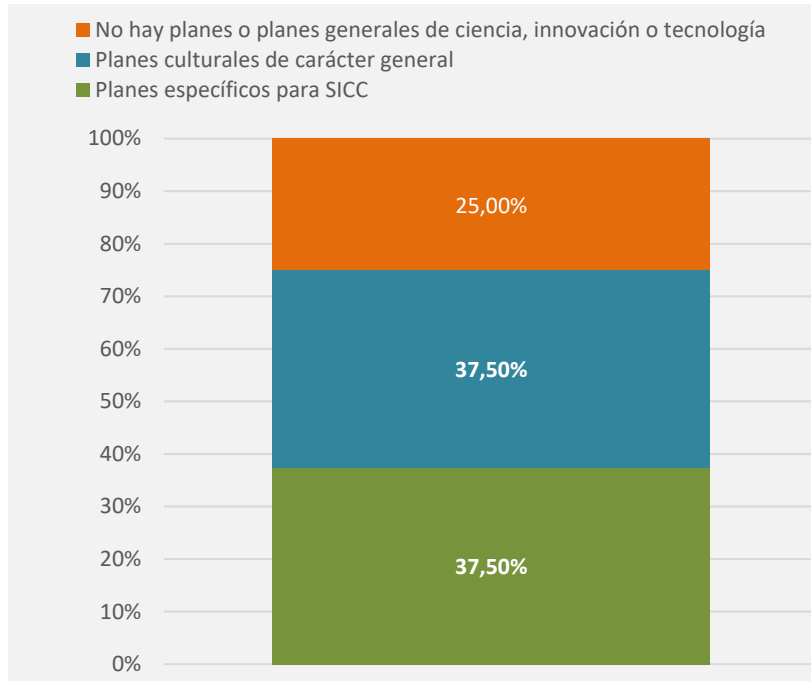
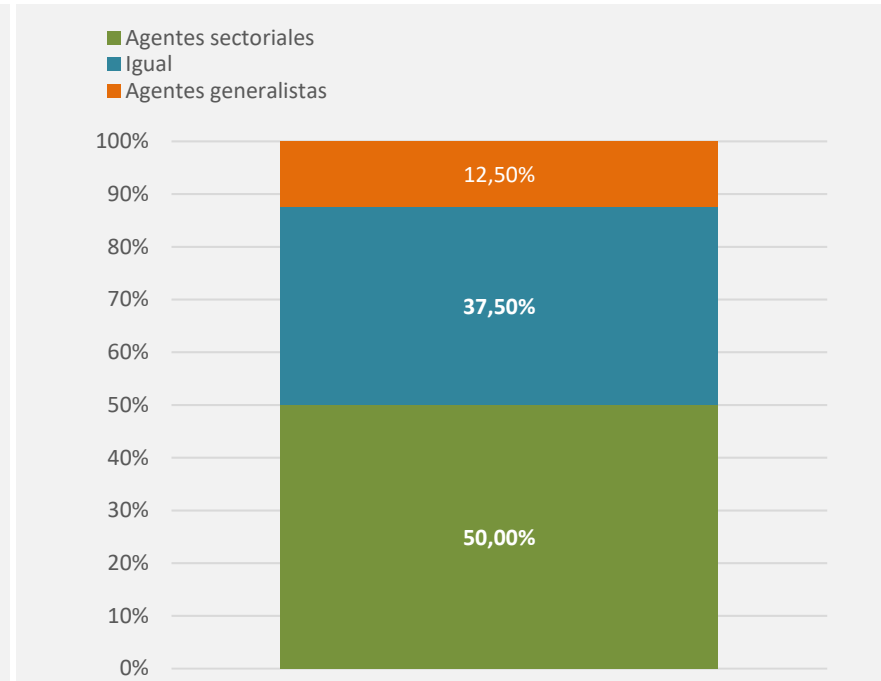


Figura 4. Tipo de agentes activos en el desarrollo de los SICC según el grupo económico (%)



Regiones sin planes o con planes extra-sectoriales

- > Sudáfrica - Western Cape
- > India - Karnataka
- > Alemania - Baden-Württemberg
- > Australia - South Australia

Regiones con planes generales de cultura

- > Italia - Puglia
- > Kenia
- > España - Comunitat Valenciana
- > EE.UU. - Washington
- > Estonia
- > Portugal - Região do Norte

Regiones con planes específicos para SICC

- > Finlandia
- > Dinamarca
- > Uganda
- > EE.UU. - California
- > Reino Unido - Cardiff (CCR)
- > Colombia - Antioquia

Regiones con más agentes generales

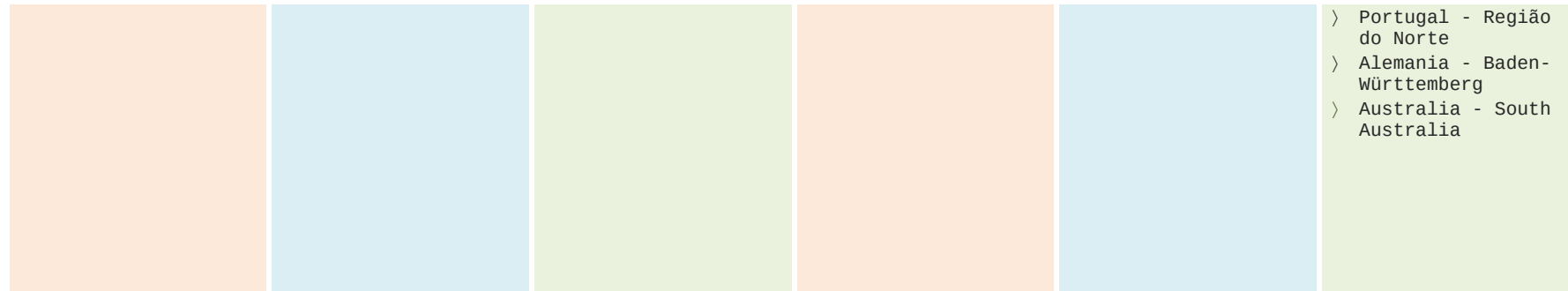
- > España - Comunitat Valenciana
- > India - Karnataka

Igual

- > Finlandia -
- > Dinamarca
- > Uganda
- > Italia - Puglia
- > Kenia
- > Sudáfrica - Western Cape

Regiones con agentes sectoriales más activos

- > EE.UU. - California
- > Reino Unido - Cardiff (CCR)
- > Colombia - Antioquia
- > EE.UU. - Washington
- > Estonia



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta (Encuesta a coordinadores regionales *Contrast II*)

En concepto de enfoque estratégico destaca, atendiendo a la Figura 3 (izquierda), que, en general, o bien existe una planificación específica de SICC o bien existe una planificación cultural con una mirada más amplia. Aun así, en un 25% de los casos estudiados no existe ningún tipo de plan.

A nivel de tipo de agentes implicados activamente (Figura 4), destaca que en mayor parte hay implicados principalmente agentes sectoriales (50%). En cualquier caso, es muy poco habitual que los principales agentes sean de tipo generalista² (12,5%) y, en bastantes ocasiones, se implican conjuntamente tanto agentes sectoriales como generalistas.

² La etiqueta "agentes generalistas" se refiere a "Ministerios, áreas, o departamentos de otros ámbitos a la cultura" o "Agencias de desarrollo o similares de naturaleza general (varios sectores)". Por el contrario, la etiqueta "agentes sectoriales" se refiere a "Ministerios, áreas o departamentos de cultura" o "Agencias de desarrollo o similares especializadas en los SICC".

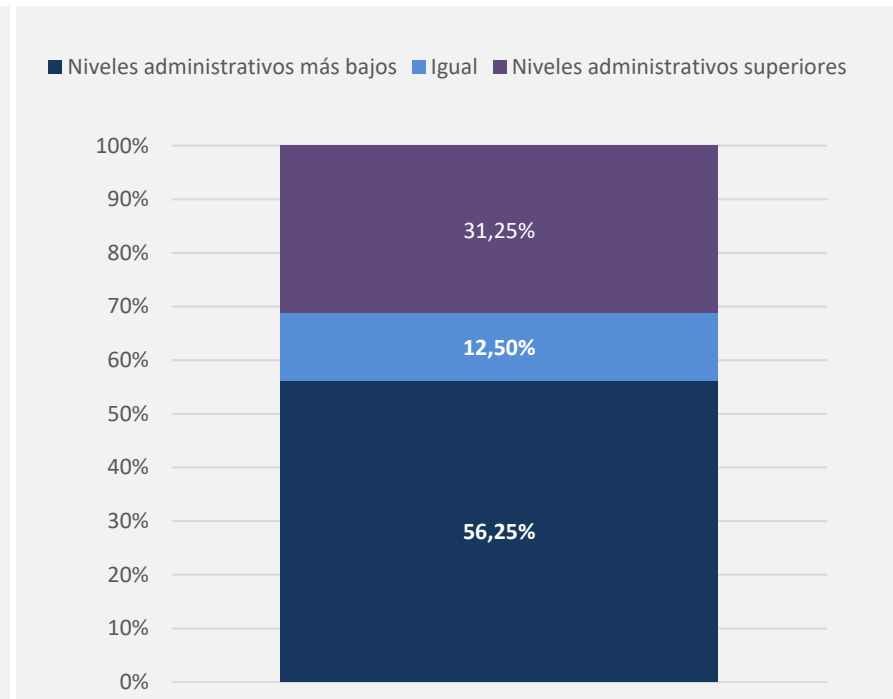
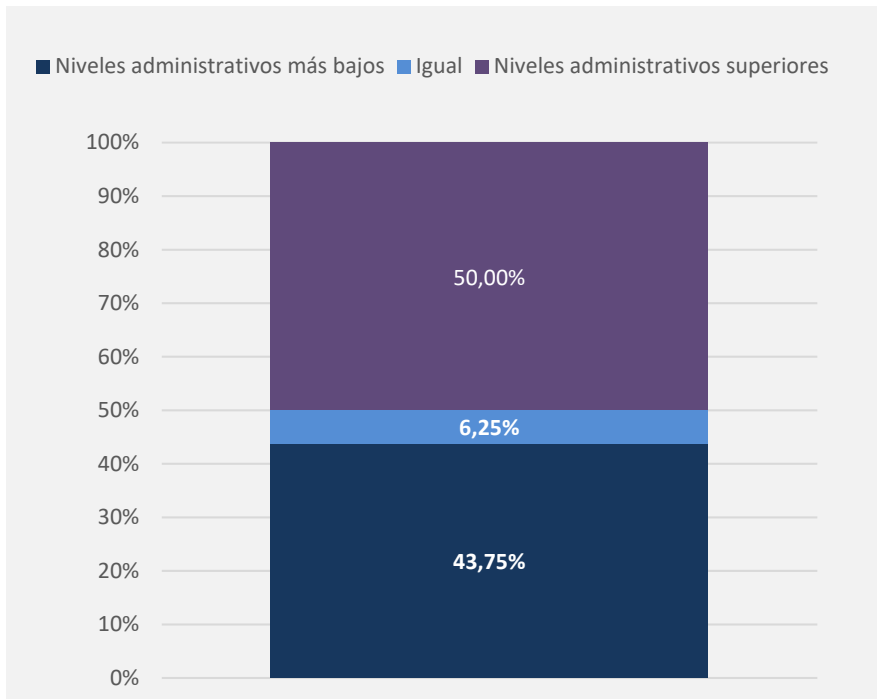
Considerando los niveles administrativos³ implicados en el apoyo monetario (Figura 5a de la página posterior, izquierda) y no monetario⁴ (Figura 5b, derecha), predominan ligeramente en el apoyo monetario los niveles estatales y superiores. En cuanto al apoyo no monetario (Figura 5b, derecha), sobresalen los niveles locales y regionales.

Figura 5a. Niveles administrativos implicados en el apoyo monetario (%)

Figura 5b. Niveles administrativos implicados en el apoyo no monetario (%)

³ La etiqueta "niveles administrativos inferiores" se refiere a niveles locales y regionales; y la etiqueta "niveles administrativos superiores" se refiere a niveles estatales o internacionales.

⁴ El apoyo monetario se refiere a "ayudas, subvenciones, líneas de créditos, incentivos fiscales...", mientras que el apoyo no monetario se refiere a "infraestructura, asesoramiento, formación...".



- Niveles administrativos superiores más activos ofreciendo apoyos monetarios.**
- > Dinamarca
 - > Uganda
 - > Kenia
 - > EE.UU. - California
 - > Reino Unido - Cardiff (CCR)
 - > EE.UU. - Washington
 - > Estonia
 - > Portugal - Região do Norte
 - > Australia - South Australia

- Igual bajos y superiores**
- > Sudáfrica - Western Cape

- Niveles administrativos bajos más activos ofreciendo apoyos monetarios.**
- > Finlandia
 - > Italia - Puglia
 - > España - Comunitat Valenciana
 - > India - Karnataka
 - > Colombia - Antioquia
 - > Alemania - Baden-Württemberg

- Niveles administrativos superiores más activos ofreciendo apoyos no monetarios.**
- > Kenia
 - > Estonia
 - > Portugal - Região do Norte
 - > Australia - South Australia
 - > España - Comunitat Valenciana

- Igual bajos y superiores**
- > Reino Unido - Cardiff (CCR)
 - > EE.UU. - Washington

- Niveles administrativos bajos más activos ofreciendo apoyos no monetarios.**
- > Sudáfrica - Western Cape
 - > Dinamarca
 - > Uganda
 - > EE.UU. - California
 - > Finlandia
 - > Italia - Puglia
 - > India - Karnataka
 - > Colombia - Antioquia
 - > Alemania - Baden-Württemberg

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta (Encuesta a coordinadores regionales *Contrast II*)

4.3 Entorno de innovación

4.3.1 Valoración de la situación de los SICC y la innovación

Los informantes de cada región han puntuado de forma introductoria sus contextos territoriales vinculados a las ICC. Han manifestado su opinión respecto a 8 ítems, que pueden clasificarse de la siguiente forma para una mejor interpretación:

→ **Programas y apoyo público (5 ítems):**

- › El apoyo a la innovación en los sectores cultural y creativo es relevante en la región.
- › La administración regional confiere importancia estratégica a la innovación.
- › Se promueve la participación de los sectores cultural y creativo en proyectos conjuntos con otros sectores.
- › Se fomenta la internacionalización de los sectores culturales y creativos de la región.
- › La administración regional confiere importancia estratégica a los sectores culturales y creativos.

→ **Fortalezas de los SICC (2 ítems):**

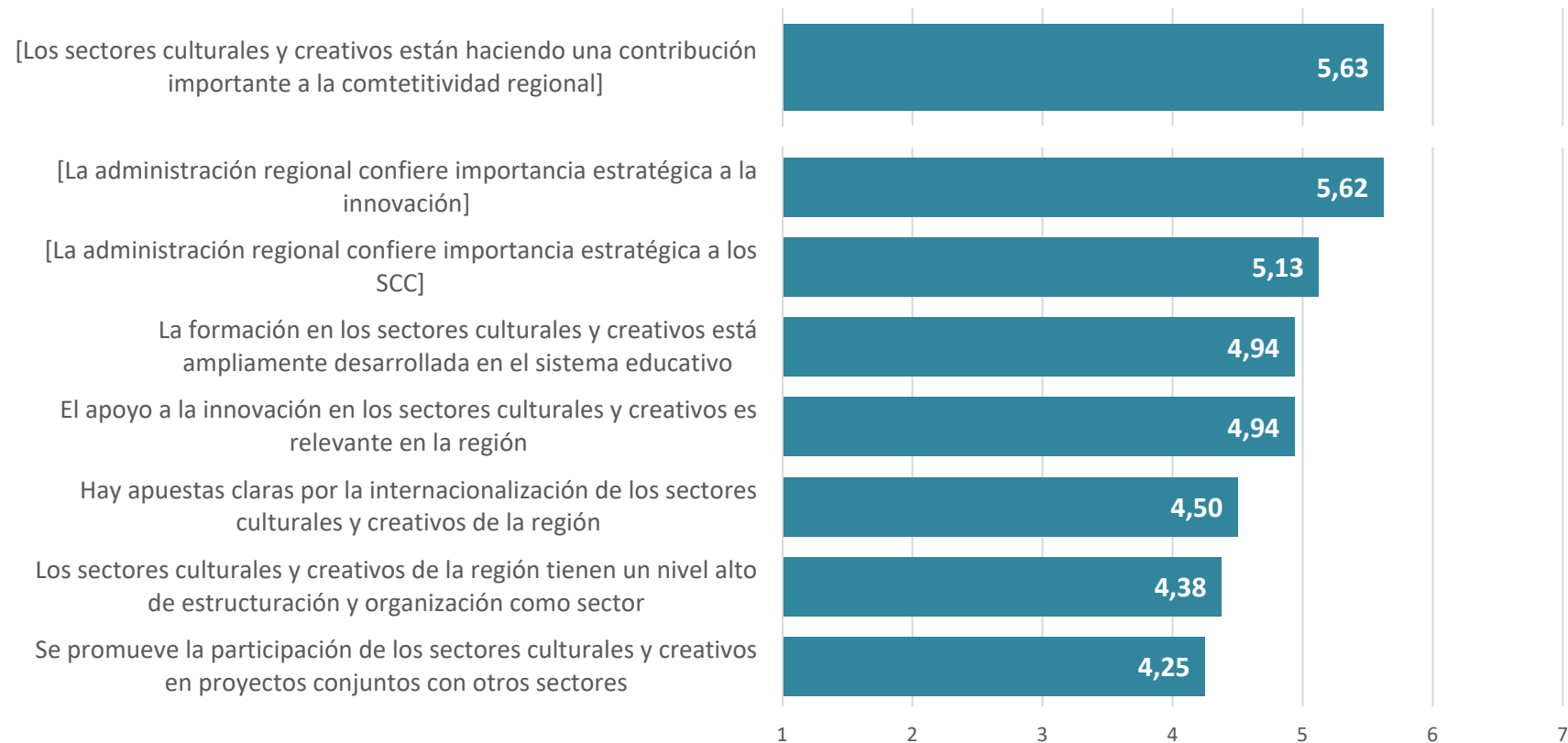
- › Los sectores culturales y creativos de la región tienen un alto nivel de estructura y organización.
- › La formación en los sectores cultural y creativo está incluida en el sistema educativo.

→ **Contribución de los SICC (1 ítem):**

- › Los sectores cultural y creativo están haciendo una contribución importante a la competitividad regional.

La mirada a cada ítem destaca (Figura 6) que la valoración del aporte que hacen los SICC en las regiones es en promedio muy positiva (5,63 sobre 7). Los informantes manifiestan que la administración confiere una importancia estratégica tanto a la innovación como a los SICC. A pesar de estas intenciones, los distintos ítems de caracterización del sector reciben puntuaciones ligeramente más desfavorables. En la peor posición se ubican los temas de internacionalización del sector, de estructuración, y de promoción de las colaboraciones con otros sectores.

Figura 6. Fortalezas y retos generales de las regiones seleccionadas. Promedio de las valoraciones de los coordinadores respecto varias dimensiones. Escala de 1 (puntuación débil) a 7 (fuerte).



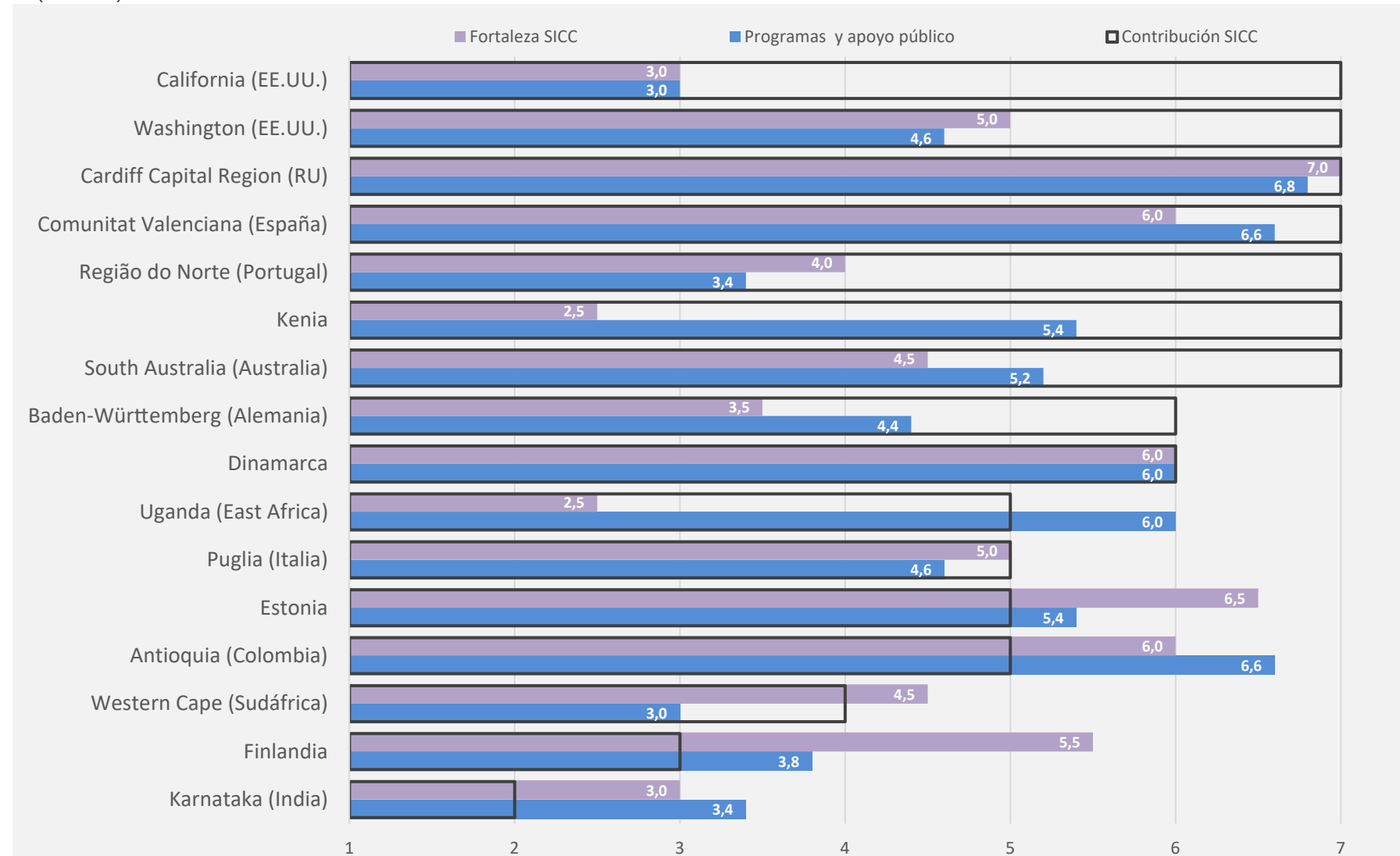
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta (Encuesta a coordinadores regionales *Contrast* II)

La mirada por regiones (Figura 7), contraponiendo los ítems organizados en dos grupos con la puntuación sobre el aporte a la competitividad regional, muestra una gran disparidad de situaciones. Hay casos en los que el aporte a la competitividad regional de los SICC se valora muy positivamente, pero sus características y/o el apoyo público que reciben son dimensiones poco favorables.

Por el contrario, hay casos en los que hay un gran apoyo o un sector con características fuertes pero la valoración del aporte a la competitividad regional no destaca tan especialmente. En cualquier caso, se advierten ciertas dinámicas:

- › Contextos donde se alinean las fortalezas y que cuentan con sectores estructurados, estrategias y planes de apoyo a los SICC, así como gran conciencia de su capacidad para contribuir a la competitividad regional: Cardiff (Gran Bretaña), la Comunitat Valenciana (España), Dinamarca y Puglia (Italia).
- › Contextos donde la conciencia de la capacidad de aportación a la competitividad es máxima, aunque tanto la estructuración del sector como las políticas de apoyo sean más limitadas: Washington (EEUU), California (EEUU), Adelaida (Australia), Região do Norte (Portugal) y Kenia.
- › Contextos fuertes tanto en la estructuración del sector como en el apoyo a los sectores, pero cuya capacidad de aportación a la competitividad regional no se considera tan evidente: Estonia y Antioquia.
- › Contextos cuya capacidad de influir en la competitividad no está clara, cuyo apoyo es limitado pero cuyo nivel de estructuración es alto (Finlandia).
- › Contextos donde la conciencia sobre la capacidad de contribuir a la competitividad es media-alta, pero con realidades sectoriales y herramientas de apoyo dispares: Uganda y Western Cape (Sudáfrica).
- › Contextos cuya capacidad de incidencia en la competitividad es baja, cuyos apoyos son limitados y su nivel de estructuración es variable: Karnataka (India).

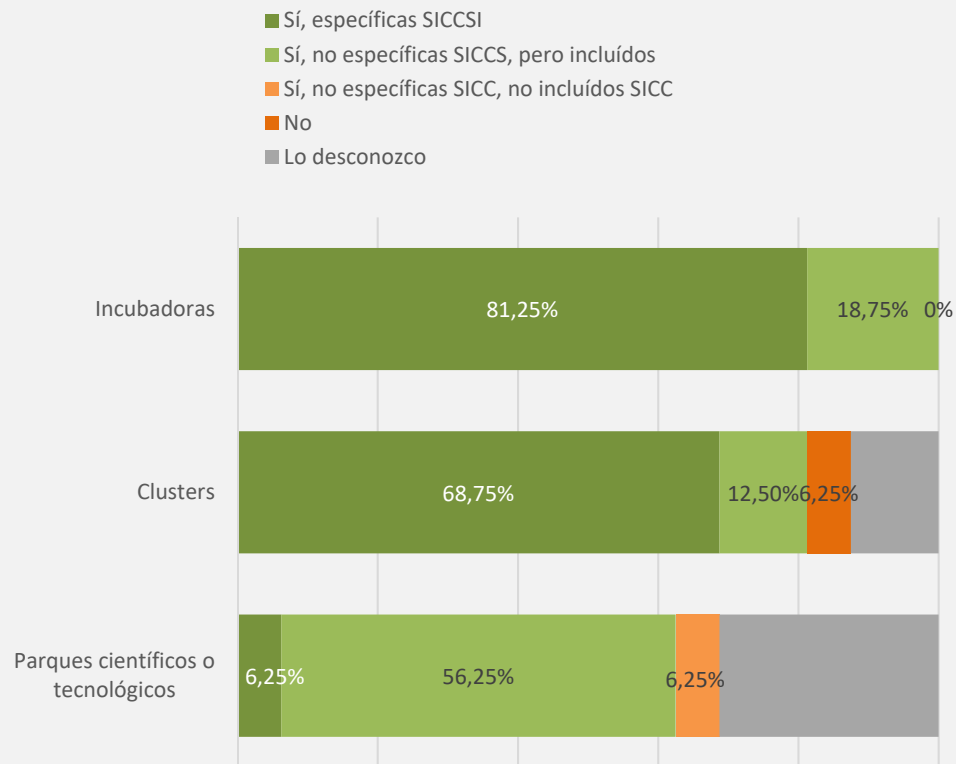
Figura 7. Fortalezas y retos generales de las regiones seleccionadas. Valoraciones de los coordinadores respecto los ítems anteriores agrupados entre "Fortaleza de los SICC" (2 ítems) y "Planificación, apoyo o promoción de los SICC" (5 ítems) y contrapuestos a la valoración que se hace de los SICC respecto la competitividad regional. Escala de 1 (puntuación débil) a 7 (fuerte).



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta (Encuesta a coordinadores regionales *Contrast II*)

4.3.2 Generación y transferencia de conocimiento

Figura 8. Síntesis de la existencia de herramientas específicas de generación y transferencia de conocimiento (%)



	Específicas para SICCC*
Incubadoras	South Australia Baden-Württemberg California Cardiff (CCR) Comunitat Valenciana Dinamarca Estonia Finlandia Região do Norte Antioquia Kenia Western Cape Uganda
Clusters	South Australia Baden-Württemberg California Cardiff (CCR) Comunitat Valenciana Dinamarca Estonia Finlandia Região do Norte Puglia Antioquia
Parques científicos o tecnológicos	Região do Norte

* Más detalle en [Comparación del contexto](#)

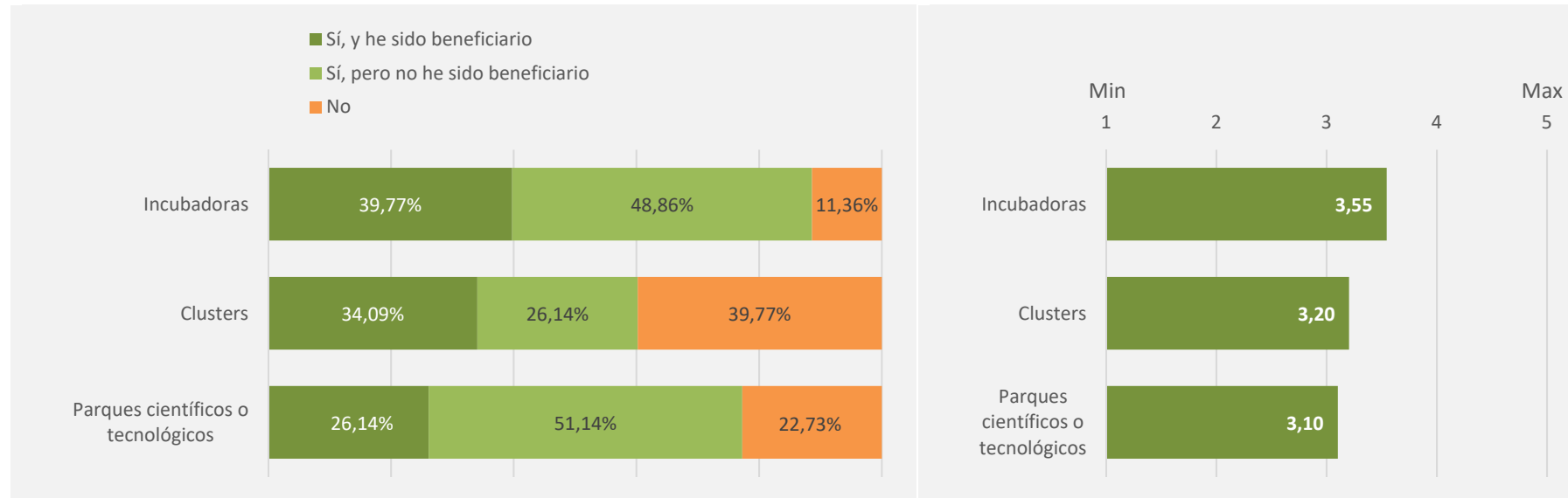
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta (Encuesta a coordinadores regionales *Contrast II*)

Las **incubadoras** son el tipo de iniciativa más común para la generación y la transferencia de conocimiento en clave específica de los SICC. En la gran mayoría de casos existen iniciativas específicas y, en los que no, las hay generales pero que incluyen los SICC. Los **clústeres** también son un tipo de estrategia muy extendido con un foco específico en los SICC. Finalmente, los **parques científicos o tecnológicos** son iniciativas más generalistas y solo en un caso es específico de los SICC.

Otra mirada distinta a la existencia de estas herramientas es su conocimiento y uso por parte de las organizaciones encuestadas, así como la percepción de relevancia que tienen (Figuras 9a y 9b). Esta perspectiva confirma la importancia de cada programa.

Figura 9a. Conocimiento y participación en cada herramienta por parte de las organizaciones (%)

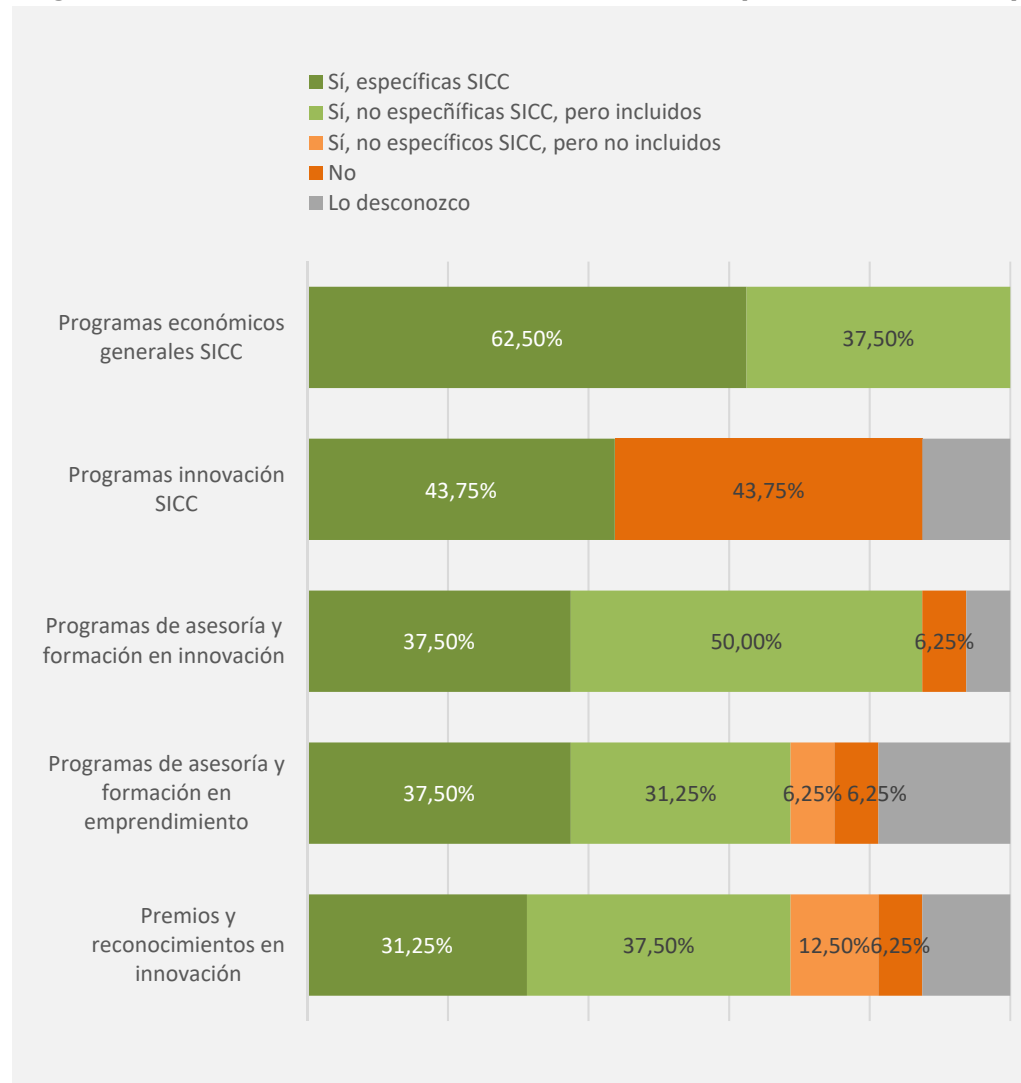
Figura 9b. Relevancia percibida de cada herramienta por parte de los agentes (escala de 1, sin relevancia, a 5, máxima relevancia)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta (Encuesta a organizaciones *Contrast* II)

4.3.3 Condiciones y apoyo a la innovación

Figura 10. Síntesis de herramientas específicas de apoyo a la innovación (%)



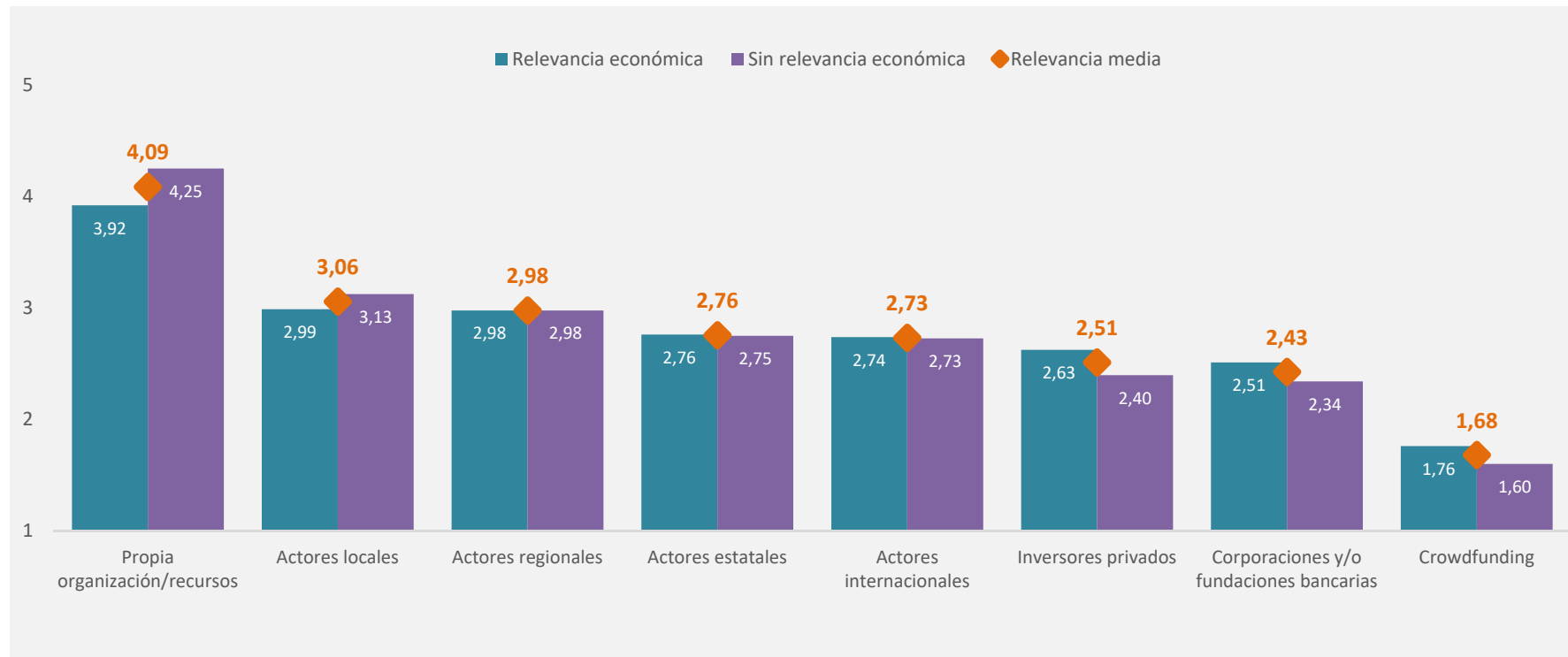
	Específicas para SICC*
Programas generales económicos para SICC	South Australia Baden-Württemberg Cardiff (CCR) Comunitat Valenciana Estonia Finland Puglia Antioquia Kenia Uganda
Programas de innovación para SICC	California Cardiff (CCR) Finland Antioquia Kenia Western Cape Uganda
Programas de asesoramiento y formación en innovación	Baden-Württemberg California Cardiff (CCR) Comunitat Valenciana Finland Kenia
Programas de asesoramiento y formación en emprendimiento	Baden-Württemberg California Estonia Finland Kenia Western Cape
Premios y reconocimientos	Baden-Württemberg Cardiff (CCR) Dinamarca Estonia Washington

*Más detalle en [Comparación del contexto](#)
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta (Encuesta a organizaciones Contrast II)

En todos los casos existen **programas de financiación y ayuda económica** (subvenciones, líneas de crédito, incentivos fiscales...) que, o bien se dirigen específicamente a los SICC (mayoritariamente), o bien las incluyen. Además, en un buen número de casos (aunque no son la mayoría) existen programas económicos específicos orientados a la innovación en estos sectores.

Las **ayudas de tipo no económico**, tales como el asesoramiento y la formación y los premios, son solo específicos para los SICC en un tercio de los casos aproximadamente. Aun así, gran parte de ellos sí las incluyen, especialmente en el caso del asesoramiento y la formación para la innovación.

Figura 11. Relevancia de distintos agentes en concepto de apoyo económico y no económico. Escala desde 1 (irrelevante) hasta 5 (máxima relevancia).



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta (Encuesta a organizaciones *Contrast* II)

Para las organizaciones, hay pocas diferencias entre la relevancia de distintos agentes en concepto de apoyo monetario o no monetario (Figura 11). Además, en esta ecuación se incluye la relevancia que tienen sus propios recursos, una dimensión que se manifiesta como central en la innovación.

En cualquier caso, y centrando de nuevo la mirada en los programas (en este caso, en los de asesoramiento y formación y en los de R&D), se observa que son considerados bastante relevantes

(Figura 12a), y más de la mitad no solo los conoce, sino que ha sido beneficiaria de uno de estos programas (Figura 12b).

Figura 12a. Conocimiento y participación en cada herramienta por parte de las organizaciones (%)

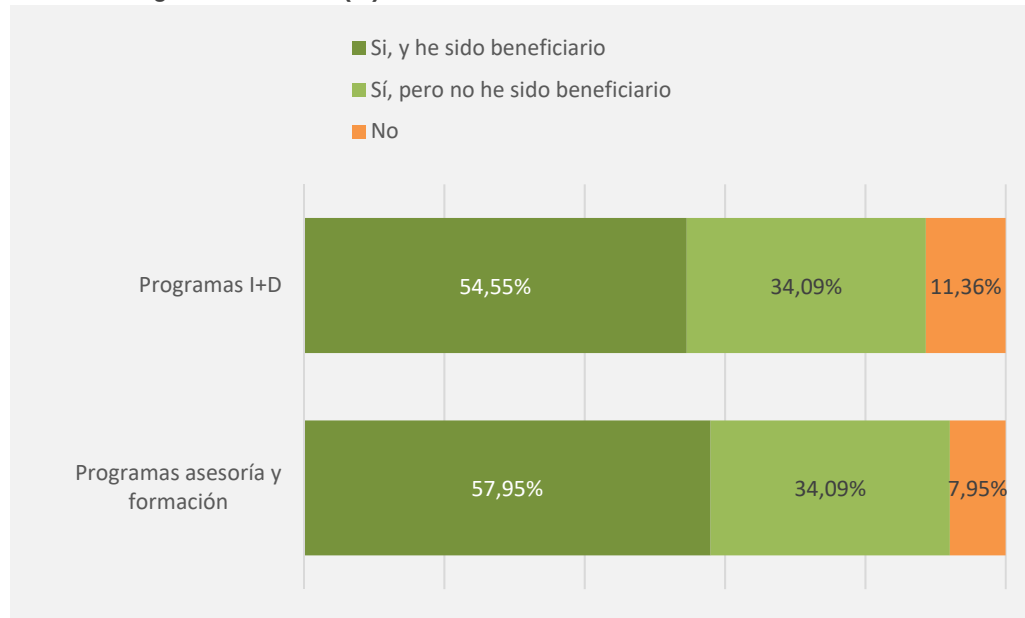


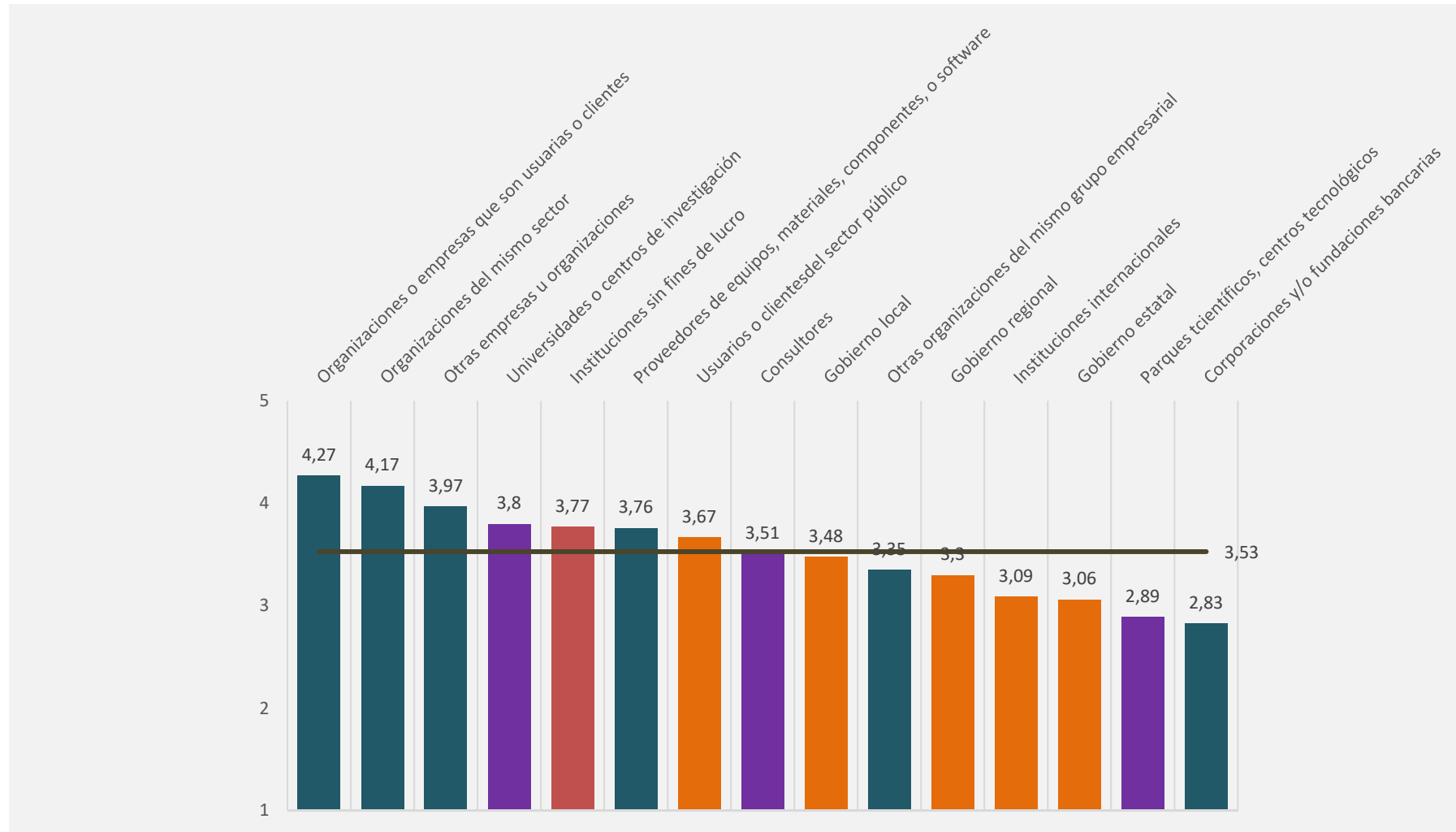
Figura 12b. Relevancia percibida de cada herramienta por parte de los agentes (escala de 1, sin relevancia, a 5, máxima relevancia)



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta (Encuesta a organizaciones *Contrast II*)

4.3.4 Partes interesadas

Figura 13. Regularidad del contacto mantenido con las siguientes partes interesadas (escala desde 1, "nunca", hasta 5, "habitualmente")



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta (Encuesta a organizaciones *Contrast* II)

Muchos agentes participan en los entornos vinculados a la innovación en los SICC, pero no todos colaboran con todos ellos con la misma frecuencia. En primer lugar, cabe señalar que los actores tienen diferentes caracteres, y su carácter determina la forma y, por tanto, la regularidad del contacto. Asimismo, las organizaciones del sector tienen sus propias necesidades, lo que las hace más proclives a mantener contacto con unas u otras organizaciones. Para ellos, por ejemplo, las fundaciones bancarias y empresariales, así como los parques tecnológicos o científicos, son *stakeholders* o partes interesadas inusuales. Los gobiernos, con quienes se puede entender que tienen una relación más administrativa y formalizada, también son partes interesadas inusuales en cuanto al contacto regular.

Por el contrario, el contacto más habitual se produce con agentes privados como organizaciones y empresas que son usuarios o clientes, así como otros vinculados a su específico ámbito de actividad. Debe entenderse que estos son actores clave para los SICC.

Así, destaca que las partes interesadas pueden tener carácter público o privado, y dentro de estas categorías es posible establecer otros tipos. Los privados (específicamente otras organizaciones relacionadas o dentro del mismo sector) son partes interesadas más relevantes. Entre las públicas, aunque las administraciones e instituciones públicas de nivel local, autonómico, estatal e internacional no son tan relevantes, sí lo son las universidades y los centros de investigación. Con estos últimos agentes cabe entender que es posible mantener relaciones más ligadas a intereses concretos, con importantes conocimientos específicos para colaborar e innovar, hecho que los hace interesantes.

4.4 Características de la innovación

4.4.1 *Tipos de innovación*

El análisis de la innovación distingue dos grandes tipos generales de innovación: de proceso o metodológica⁵ y de producto (servicios o bienes, incluidos trabajos artísticos)⁶. La innovación de proceso o metodológica tiene que ver con la transformación interna de la organización, mientras la de producto tiene que ver con la transformación de los bienes y servicios que se ponen en circulación.

Los resultados muestran que los niveles de innovación en ambas dimensiones son muy similares, con cambios significativos alrededor el 65% de los casos en el período de referencia. Solo una pequeña porción de casos manifiesta no haber realizado este tipo de cambios significativos en sus procesos o productos o en los últimos dos años. En torno al 30% indican que han realizado cambios en ambas, pero de una naturaleza menor. En este sentido, debe tenerse en cuenta que los cambios de gran magnitud se suelen considerar innovaciones.

⁵ Incluye novedades o mejoras para la propia organización y novedades o mejoras para el sector, ya sean desarrolladas originalmente por la propia organización o desarrolladas inicialmente por otras. Ejemplos: cambios en las formas y herramientas de creación y producción, en los canales de venta y comercialización, en la administración y gestión de la contabilidad y los recursos humanos...

⁶ Incluye novedades o mejoras para la propia organización y novedades o mejoras para el sector, ya sean desarrolladas originalmente por la propia organización o inicialmente por otras. Ejemplos: mejora de materiales, incorporación o mejora de software, mejoras medioambientales, servicios digitales...

Cerca de un 30% en ambos casos dice haber realizado cambios, pero de una naturaleza menor. En este sentido, debe considerarse que estos cambios de mayor magnitud son contados como innovaciones.

Figura 14a. Innovación de proceso o metodológica (%)

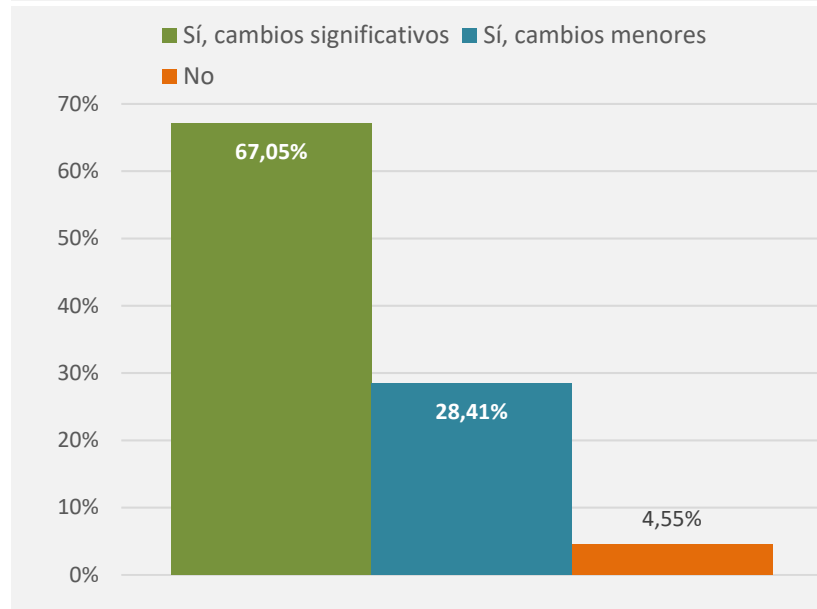
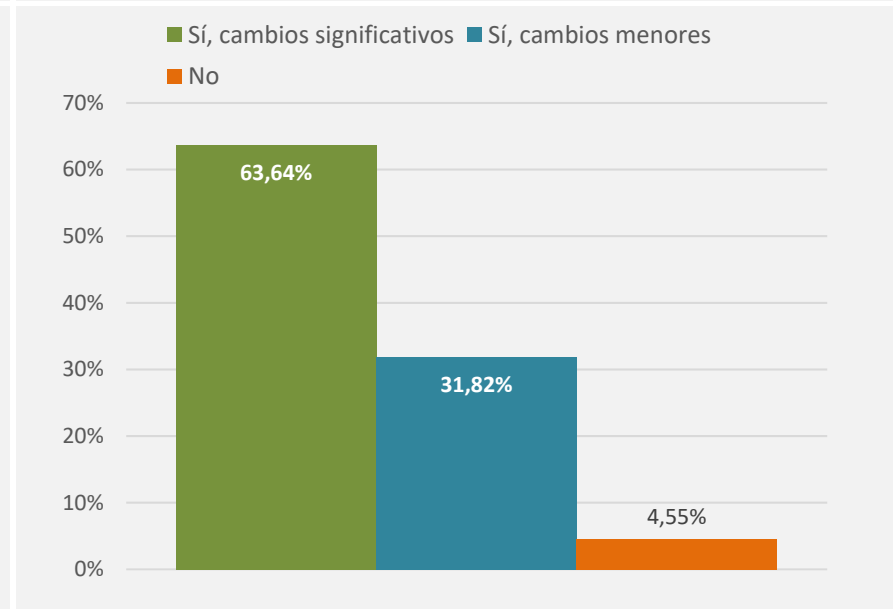


Figura 14b. Innovación de producto (servicios, bienes, u obras artísticas) (%)



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta (Encuesta a organizaciones *Contrast II*)

Tabla 6. Mirada combinada entre la innovación de proceso o metodológica y la innovación de producto (%)

Innovación de proceso o metodológica	Total
--------------------------------------	-------

		No	Sí, cambios menores	Sí, cambios significativos	
Innovación de producto (servicios, bienes, u obras artísticas)	No	1,14%	3,41%	0,00%	4,55%
	Sí, cambios menores	2,27%	17,05%	12,50%	31,82%
	Sí, cambios significativos	1,14%	7,95%	54,55%	63,64%
Total		4,55%	28,41%	67,05%	100,00%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta (Encuesta a organizaciones *Contrast II*)

Es interesante observar en la Tabla 6 que hay una innovación combinada, una dinámica reforzada: en la mayoría de los casos hay cambios importantes tanto en el concepto de proceso como de producto (54,55%). Asimismo, los casos que realizan cambios menores en una dimensión en su mayoría también realizan cambios en la otra, y de la misma manera (cambios menores en ambas dimensiones). Esto puede revelar una cierta inercia o dinámica en el nivel de innovación: algunos imbricados en una dinámica general (tanto de producto como de proceso) de mayores cambios y otros en una dinámica de cambios menores.

Para profundizar en el tipo de cambios introducidos, los casos han señalado en qué medida coinciden con distintos ámbitos o características.

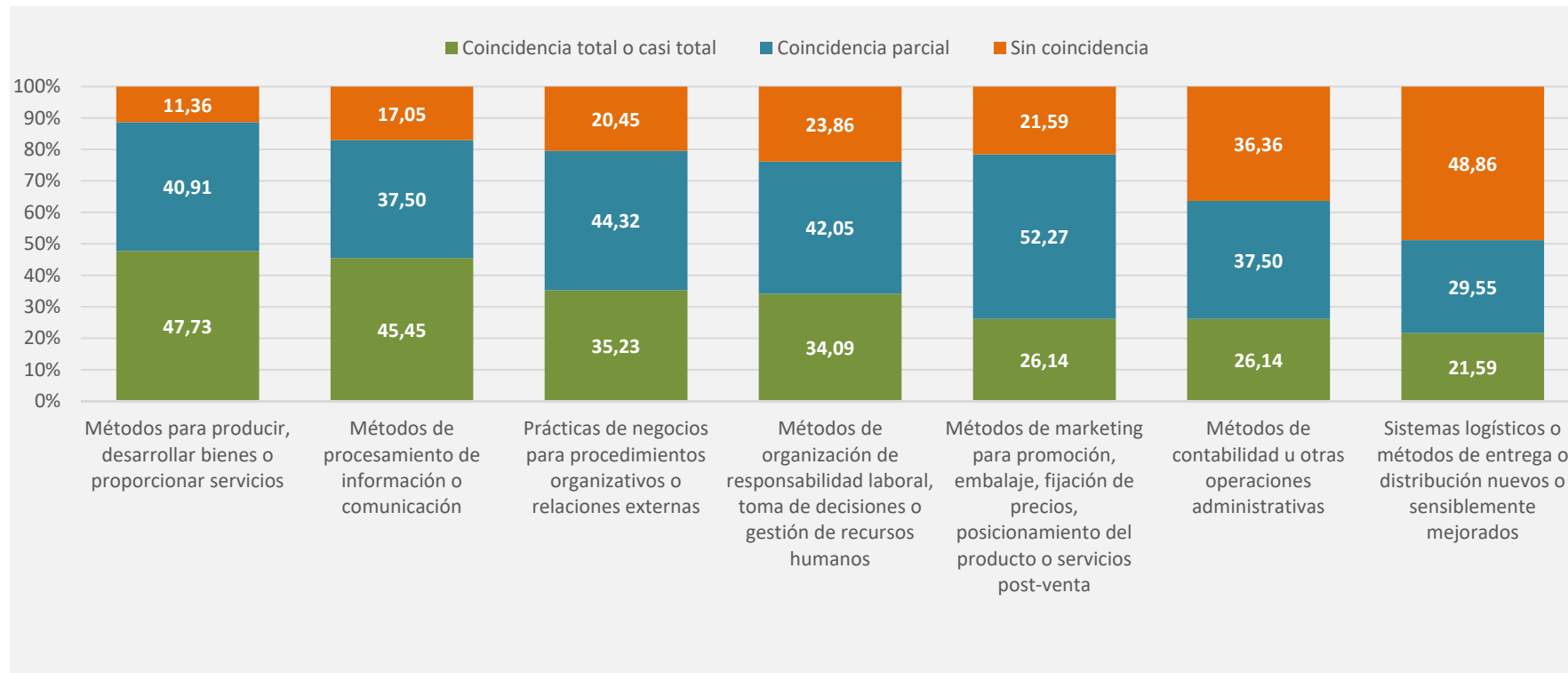
En términos de innovación de procesos o metodológica, los cambios más habituales en el sector van dirigidos a modificar "los métodos de producción, desarrollo de bienes o prestación de servicios", así como los "métodos de procesamiento o comunicación de la información". En estas

zonas se produce el mayor porcentaje de “coincidencia total o casi total”, con un 47,73% y un 45,45%, respectivamente. Además, el 40,91% de los casos y el 37,5% respectivamente manifiestan cambios que están parcialmente relacionados con estas áreas.

En el lado contrario, se pueden englobar dos áreas con poca relevancia y donde menos cambios tienen que ver con ellas: “operaciones contables u otras operaciones administrativas”, con un 36,36% en la categoría “no match” y “logística o métodos de entrega/distribución nuevos o significativamente mejorados”, con hasta un 48,86%.

En el bloque central hay tres áreas en las que también hay cambios, pero solo se alinean parcialmente con las áreas mencionadas: se trata de “prácticas comerciales para procedimientos organizacionales o relaciones externas”, “Métodos organizacionales, toma de decisiones o gestión de recursos humanos” y “promoción, embalaje, fijación de precios, posicionamiento de productos y servicios postventa”.

Figura 15. Ámbitos de la innovación de proceso o metodológica (%)

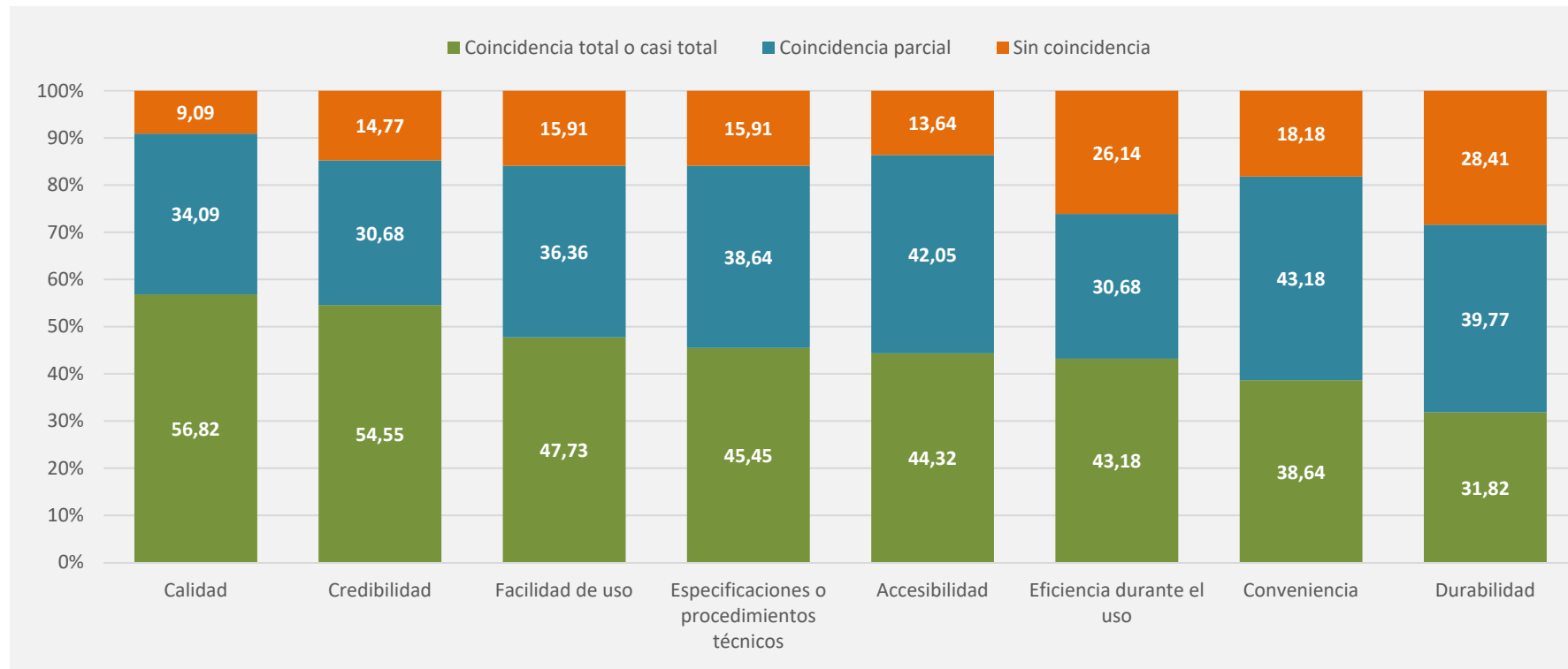


Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta (Encuesta a organizaciones *Contrast* II)

En relación con la innovación de productos (ya sean bienes, servicios u obras artísticas) los dos criterios por los que se generan mayores innovaciones son mejorar la calidad y la credibilidad. Alrededor del 55% de los casos muestran cambios que tienen que ver directamente con estos criterios. Por otro lado, el término "idoneidad" se entiende como la cualidad de adaptarse a un propósito particular, es el criterio con el que menos se coincide a la hora de innovar, y en general los cambios solo coinciden parcialmente con este criterio. En un bloque

intermedio se encuentran la “facilidad de uso”, las “especificaciones o procedimientos técnicos”, la “accesibilidad” y la “eficiencia durante el uso”.

Figura 16. Ámbitos de la innovación de producto (bienes, servicios u obras artísticas) (%)



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta (Encuesta a organizaciones *Contrast* II)

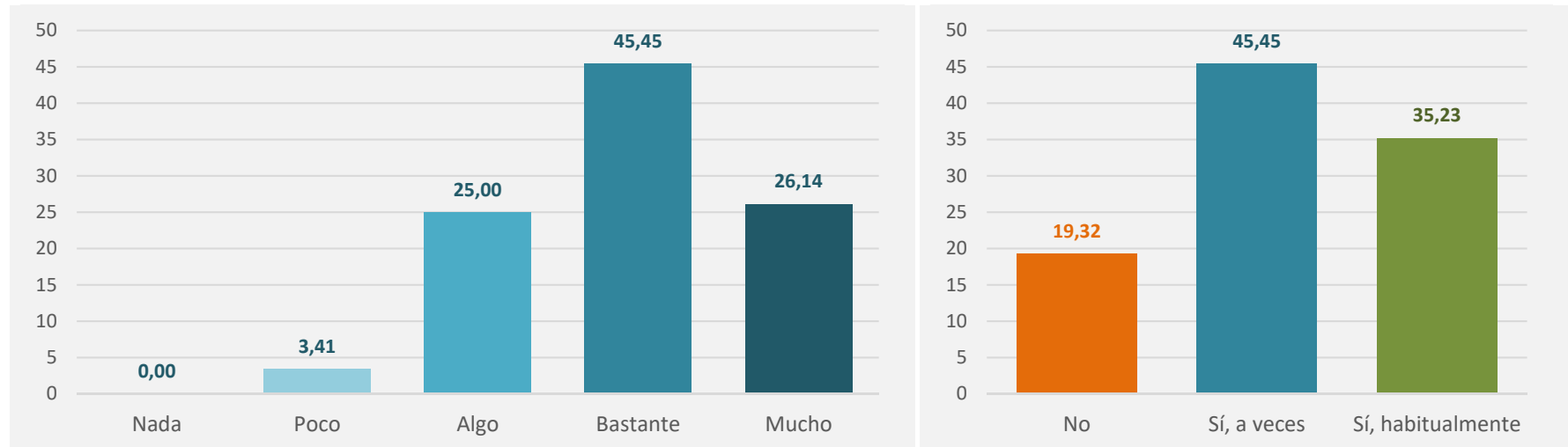
En resumen, las innovaciones de procesos de los SICC están relacionadas principalmente con "métodos para producir, desarrollar bienes o prestar servicios", así como con "métodos de procesamiento o comunicación de información", y las innovaciones de productos están asociadas con la "calidad" y la "credibilidad".

4.4.2 *Procedimientos y mecanismos*

Tal como la Figura 11 (en relación con las condiciones y el apoyo a la innovación) ya resaltaba anteriormente, cabe destacar en primer lugar que las organizaciones manifiestan que, de forma relevante, las innovaciones son posibles gracias a sus propios recursos o medios (Figura 17). Un 45,45% manifiesta que estos medios propios son bastante importantes, y un 26,14% que son totalmente importantes: en conjunto, esto significa que siete de cada diez organizaciones creen que las innovaciones son casi completa o completamente gracias a recursos y medios propios. En este sentido, destaca que en general se usan recursos específicos de R&D (ya sean humanos o económicos) para producir las innovaciones: un 45,45% manifiesta que de vez en cuando los usan, y un 35,23% que lo hace de forma habitual.

Figura 17. Grado de innovación con medios /recursos propios (%)
¿Hasta qué punto su organización ha realizado innovaciones sólo con sus propios medios/recursos?

Figura 18. Uso de recursos humanos o económicos específicos de I+D (%)



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta (Encuesta a organizaciones *Contrast II*)

A pesar de la importancia de los propios recursos y medios, hay un grado bastante relevante de innovación abierta o colaborativa. En este sentido, cabe entender que no se trata de cuestiones excluyentes, sino de una combinación usual y con potencial.

Las organizaciones dicen en un 39,77% de los casos que la medida en que han realizado innovaciones con apoyo externo es “bastante”, y en un 19,32% “completamente”. Esto suma un 59,09% de casos en los que el apoyo externo se manifiesta como básico, por un 40,91% en que no lo es tanto. Hay que especificar, en este sentido, que las categorías “nada” y “apenas” a penas suman un 7.96%, reforzando la idea que la colaboración externa es vital.

De nuevo, la mirada a los *partners* o socios con los que se ha colaborado reseña la importancia de las organizaciones usuarias o clientes y las del propio sector, así como de universidades y centros de investigación, pero también de consultores: entre un 60% y un 70% de los casos manifiesta haber colaborado con este tipo de agentes. Las entidades sin ánimo de lucro también suman más de un 50% de respuestas. La lectura que se obtiene es muy similar en general a la resultante de la pregunta genérica sobre la frecuencia del contacto mantenido con diferentes *partes interesadas* (Figura 12).

Figura 19. Innovación abierta o colaborativa (%)
 ¿En qué medida su organización ha innovado con apoyo externo (colaboración, conocimiento externo, asesoramiento, transacciones...)?

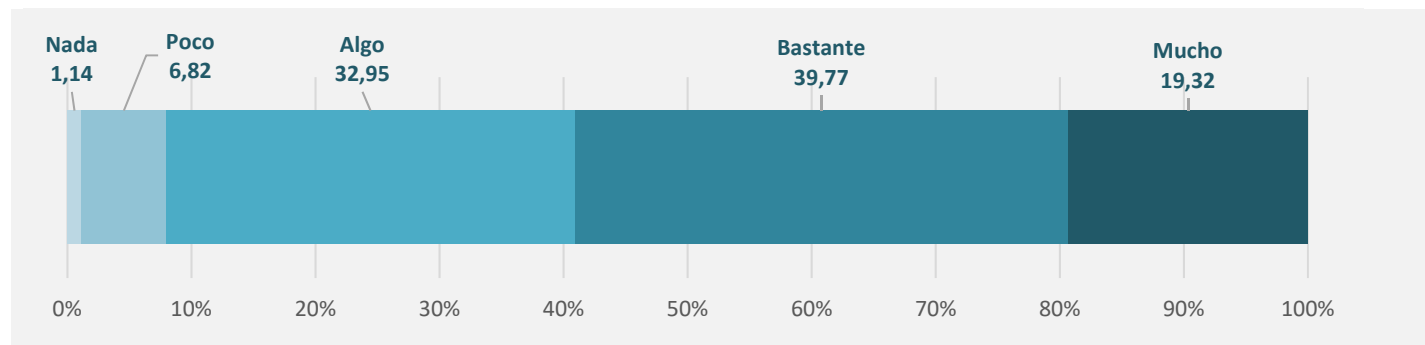
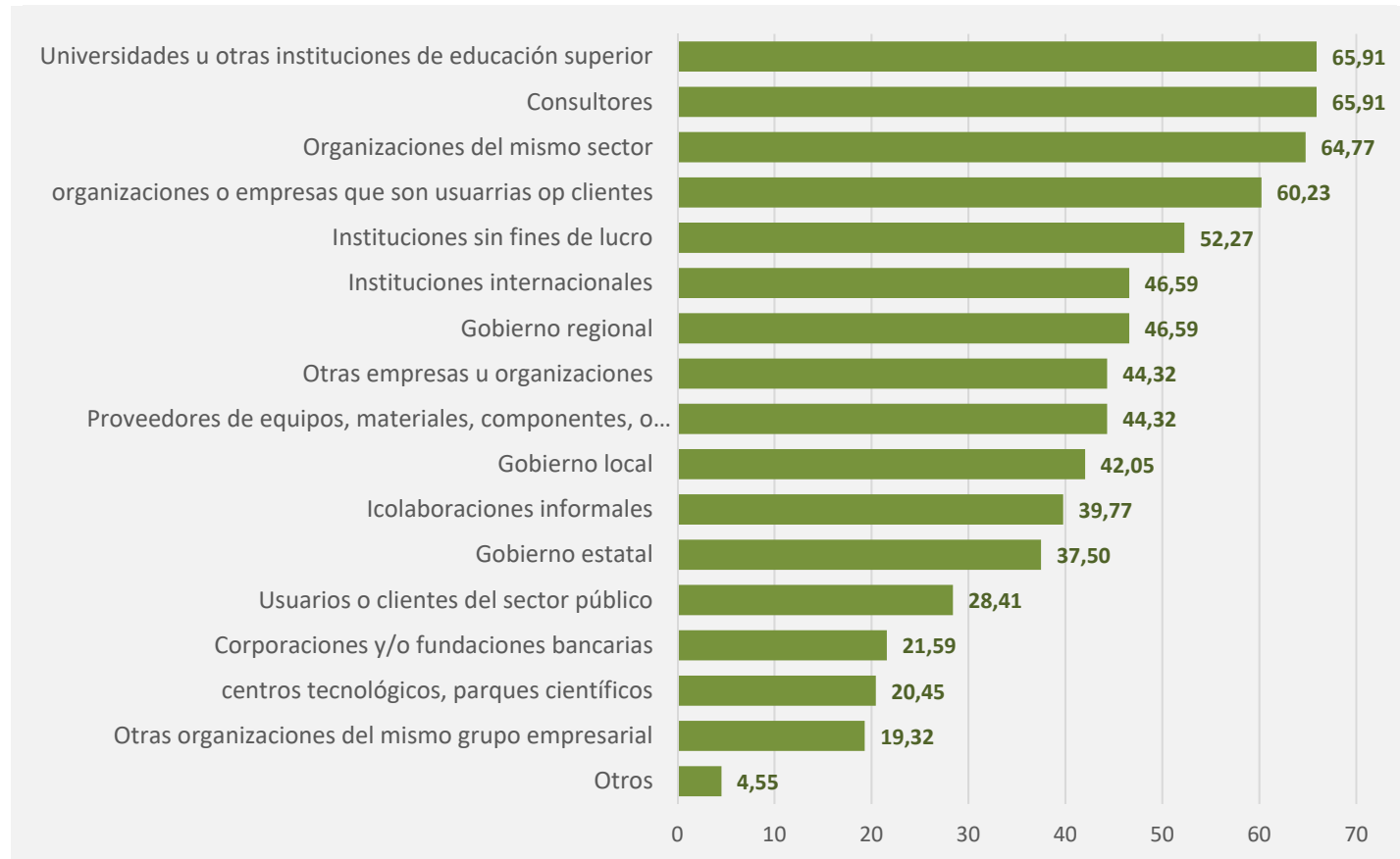


Figura 20. Partners o socios (%)
 ¿Con cuál de los siguientes actores ha colaborado durante el periodo 2020-2022 para desarrollar sus actividades de innovación?
Pregunta de opción múltiple



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta (Encuesta a organizaciones *Contrast II*)

Atendiendo la Figura 21, también se refuerza la idea de estas conexiones necesarias que produce la innovación al observar que solo un 12,5% de las organizaciones manifiesta que sus innovaciones nunca o casi nunca se dirigen a organizaciones de otros sectores distintos al propio. Un 57,95% manifiesta que de vez en cuando estas innovaciones se dirigen a otros

sectores, por un 29,55% que dice que siempre se dirigen a otros sectores. Así, la innovación intersectorial alcanza un grado o extensión media y media-alta.

Figura 21. Innovación entre sectores (%)
 Durante el periodo de referencia, ¿las innovaciones generadas por su organización están dirigidas directamente a empresas u organizaciones de sectores distintos al suyo?

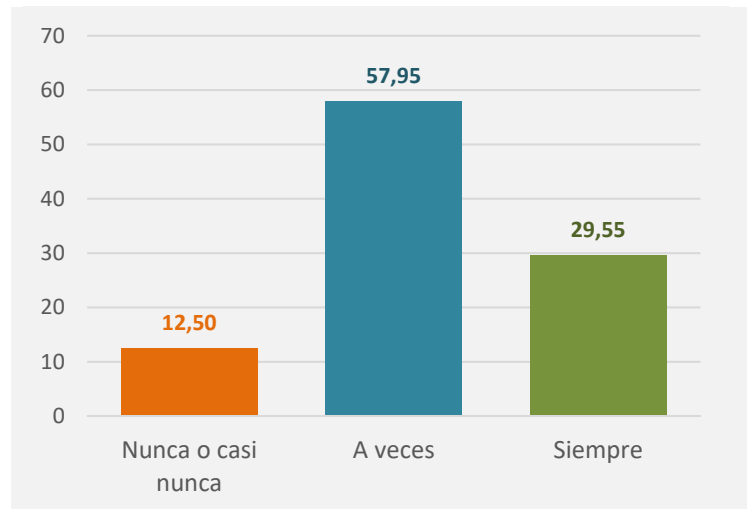
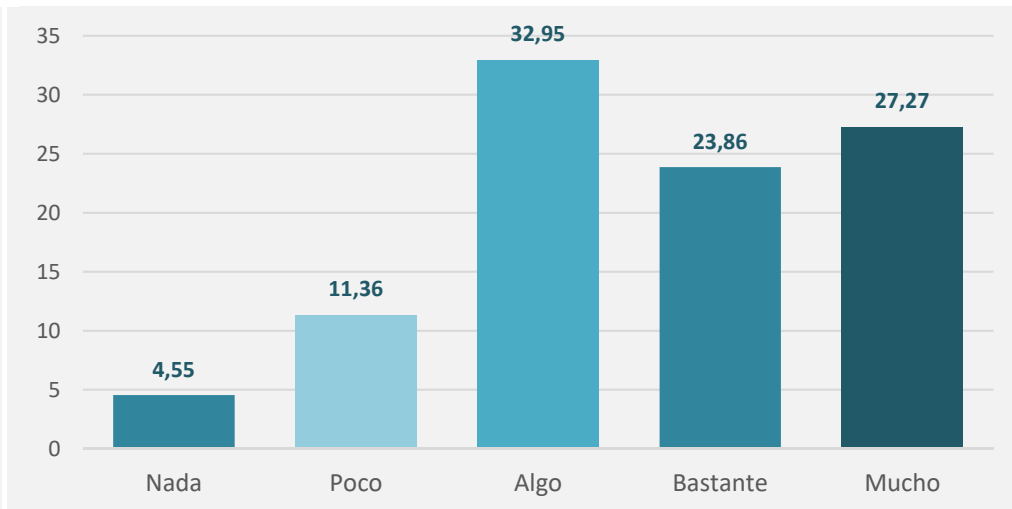


Figura 22. Innovación de base tecnológica (%)
 ¿En qué medida su organización ha realizado innovaciones mediante la aplicación, renovación, combinación o desarrollo de tecnologías?



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta (Encuesta a organizaciones *Contrast II*)

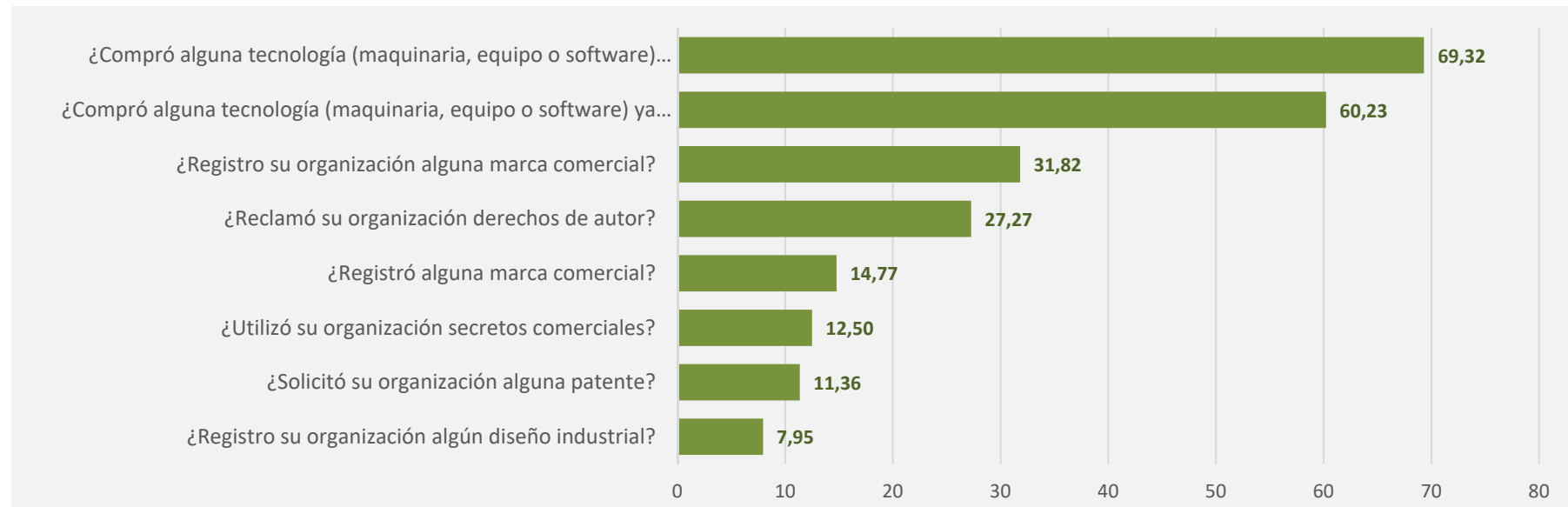
Finalmente, se observa que el papel de la tecnología en las innovaciones está bastante extendido, pero no de forma muy profusa: solo en un 23,86% y de un 27,27% las innovaciones tienen que ver con la aplicación, renovación, combinación o desarrollo de tecnologías en concepto de “bastante” o “totalmente” (en total, un 51,13%). En un 15,91% de los casos las innovaciones no se realizan en ninguna o en casi ninguna medida mediante la tecnología, mientras

que un grupo central (32,95%) manifiesta que solo en algunas ocasiones la tecnología juega un papel.

Atendiendo a procedimientos específicos que dan cuenta de la innovación, en un 69,32% de los casos se manifiesta que la organización ha comprado tecnología nueva para su organización, y en otro 60,23% se manifiesta que han adquirido tecnología que ya se usaba o que la han mejorado. Son los dos ítems que más respuestas obtienen.

Les siguen el registro de marcas comerciales como signos distintivos y el reclamo de derechos autor, con un 31,82% y un 27,27%. Por último, con una incidencia menor se encuentra la obtención de etiquetas, el uso de secretos comerciales, la obtención de patentes y el registro de diseños industriales.

Figura 23. Procedimientos específicos vinculados a la innovación (%)



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta (Encuesta a organizaciones *Contrast II*)

En conjunto, a pesar de todo, las opciones menos extendidas suman un total de 57,95% de agentes que utiliza como mínimo una de ellas (básicamente, como es de esperar, trademarks o copyrights). La situación aquí es muy heterogénea también (tabla 6): un 30,68% utiliza como mínimo uno de los procedimientos, un 17,05% dos de ellos, y un 10,23% 3 o más. En este sentido, existe un pequeño segmento de organizaciones que realizan un uso muy amplio de estrategias diversas. En este pequeño segmento no se observa ningún patrón: son agentes con volumen de trabajadores muy variable, de sectores distintos (hay des de contenido digital y diseño y moda hasta educación y artes escénicas), de distinta antigüedad y de distintas formas legales (públicos y privados).

Tabla 7. Uso de los distintos mecanismos/procedimientos menos extendidos (marcas comerciales, derechos de autor, labels o etiquetas, secretos comerciales, patentes, diseños industriales)

	% Organizaciones
0 (Ninguno de los menos extendidos)	42,05%
1	30,68%
2	17,05%
3 o más de los menos extendidos	10,23%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta (Encuesta a organizaciones *Contrast II*)

4.4.3 Razones para innovar

Figura 24. Razones para innovar (%)

% seleccionada como primera razón		% seleccionada como razón adicional (multirespuesta)
31,82	Negocio Mejora de estrategias y resultados económicos propios o de terceros	44,32
31,82	Culturales Incrementar la participación o mejorar la experiencia cultural	55,68
13,64	Educativas Facilitar las tareas educativas y el aprendizaje	57,95
5,68	Medioambientales Contribuir a la sostenibilidad	42,05
4,55	Urbanas Transformar el entorno y las comunidades	43,18
2,27	Salud Mejorar los servicios de salud	13,64
2,27	Sociales Facilitar la participación ciudadana	62,50
7,95	Otras	7,95

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta (Encuesta a organizaciones *Contrast II*)

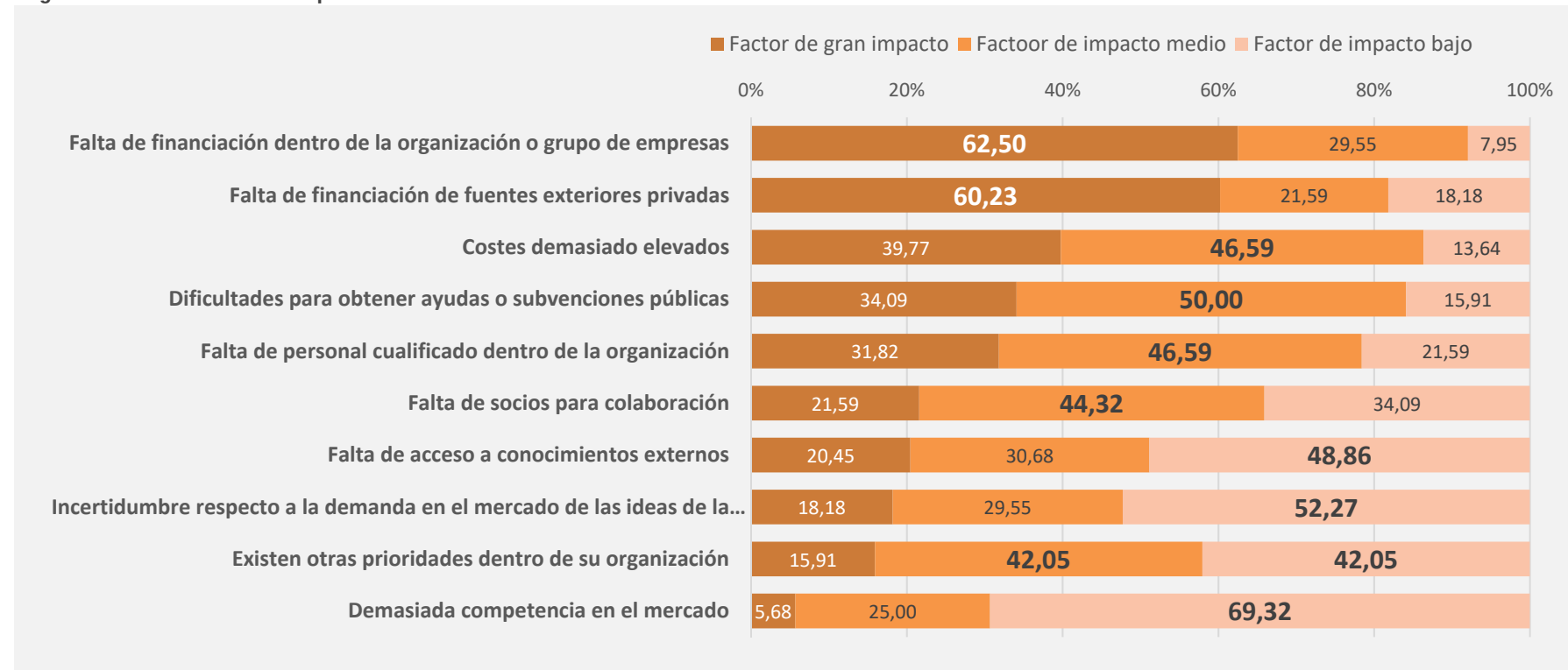
En primer lugar, cabe destacar que la suma de razones adicionales seleccionadas es de 288, un promedio de 3 razones adicionales por cada caso. A pesar de existir dos razones principales para innovar, hay una multidimensionalidad relevante. En esta multidimensionalidad se materializa de forma más clara la vocación extra-económica del sector cultural y creativo. La

vocación claramente de negocios es importante, pero no es mayoritaria. Su peso es equivalente a la propiamente cultural, y el resto de las razones obtienen pesos minoritarios, pero, englobadas como “razones no económicas”, componen en conjunto la mayoría.

4.4.4 Dificultades para innovar

Finalmente, en clave de dificultades para innovar, la Figura 25 destaca que en las primeras posiciones no se encuentre, como en ocasiones pudiera parecer, la dificultad para obtener apoyo monetario público.

Figura 25. Dificultades para innovar



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta (Encuesta a organizaciones *Contrast* II)

Los **dos factores principales de dificultad** son la falta de financiamiento dentro de la propia organización y de fuentes privadas externas. Esto se puede relacionar con los resultados obtenidos en clave de *socios y partes interesadas (partners y stakeholders)*, donde agentes como las fundaciones bancarias y empresariales aparecían como poco relevantes. En este sentido, podría ser necesario conectar mejor a los agentes con formas de financiación diferentes a las públicas.

Seguidamente, destaca que los altos costes, las dificultades para obtener ayudas públicas (ahora sí), la falta de personal cualificado y la falta de colaboradores externos son **factores de impacto medio**, de acuerdo con la Figura 25.

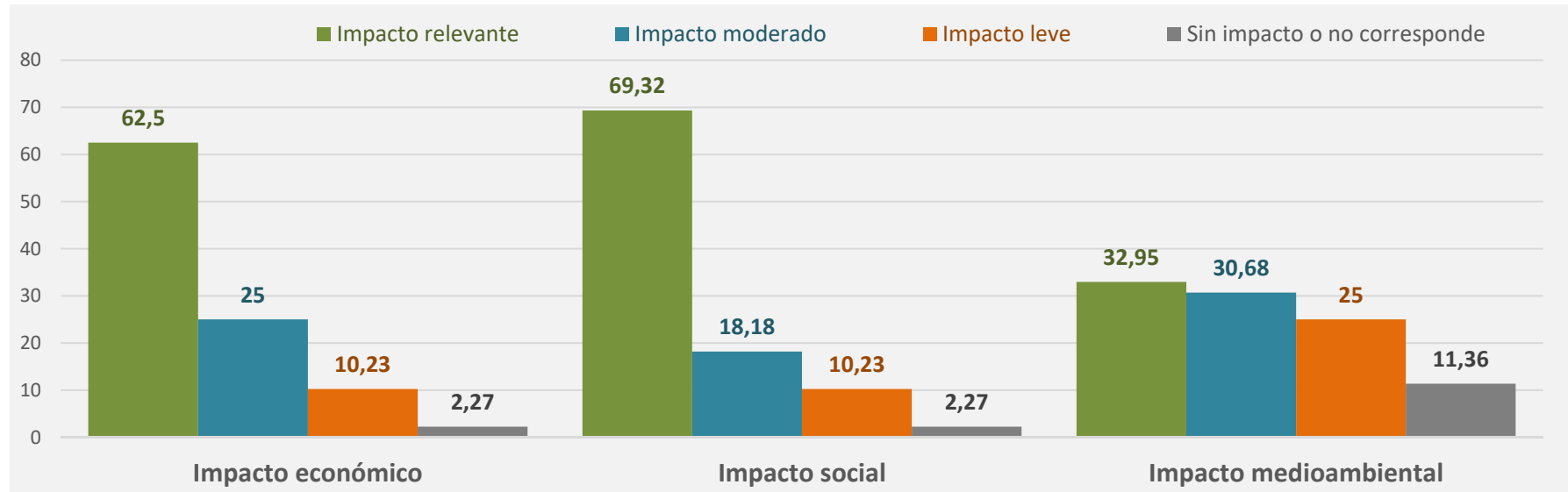
Como **factores poco relevantes** se ubican la falta de acceso a conocimiento externo, la incertidumbre relativas a la demanda de mercado, las otras prioridades dentro de la organización y la competencia de mercado.

4.5 Medición de resultados, impactos y valor de la innovación

4.5.1 *Mirada general*

Las organizaciones valoraban en primer lugar el impacto que tienen en las tres dimensiones básicas: economía, sociedad y medioambiente. Esta primera mirada sirve para situarse de forma inicial, y destaca que los SICC tienen incidencia sobre todo en términos sociales (un 69,32% dice tener un impacto relevante en esta dimensión) y económico (un 62,5%). En la dimensión medioambiental, la realidad es mucho más dispar (un 32,95% declaran un impacto relevante, un 30,68 un impacto moderado, y un 25% un bajo -pero existente- impacto).

Figura 26. Autovaloración de impactos



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta (Encuesta a organizaciones *Contrast* II)

4.5.2 Dimensiones estándar de impacto

Dimensión económica

Figura 27a. Porcentaje medio aproximado de facturación del año 2022 debido a innovaciones

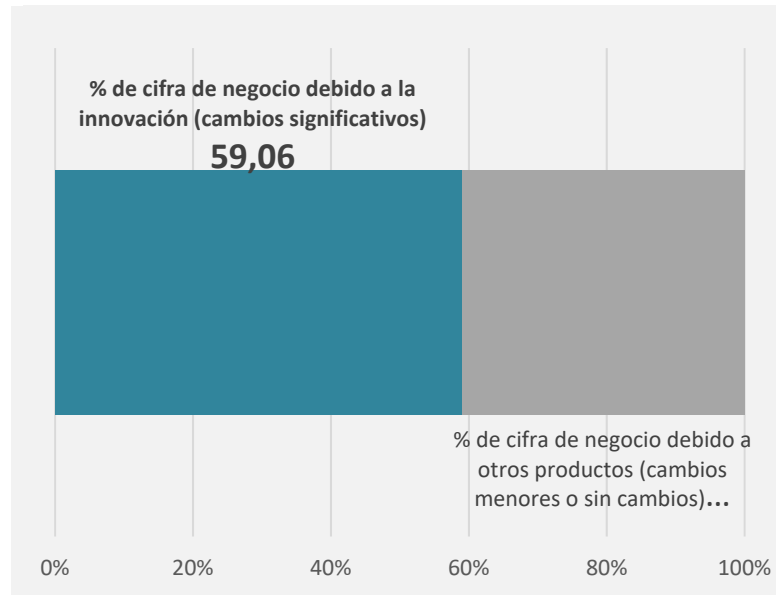
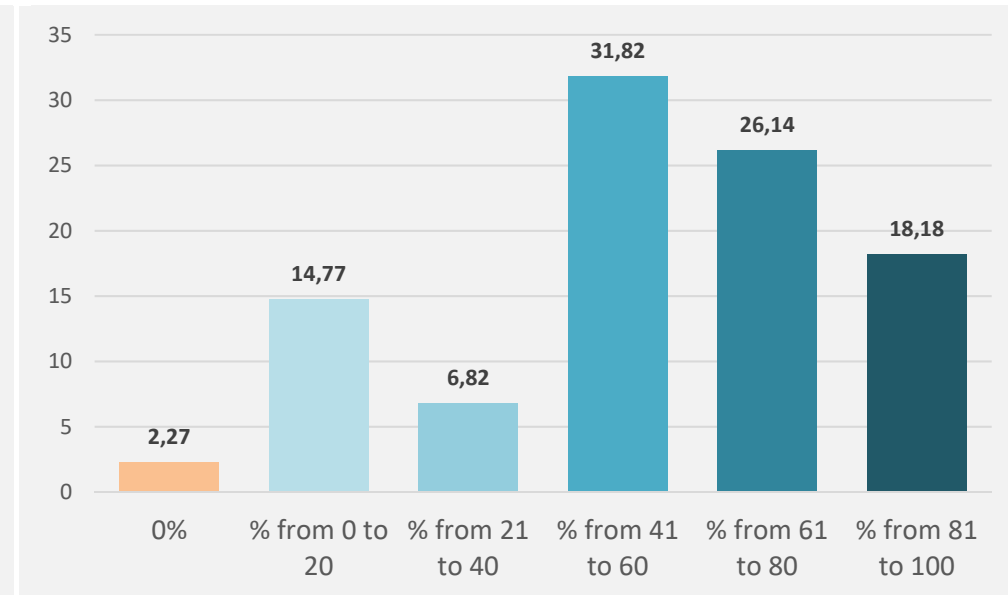


Figura 27b. Porcentaje aproximado de facturación del año 2022 debido a innovaciones (intervalos)



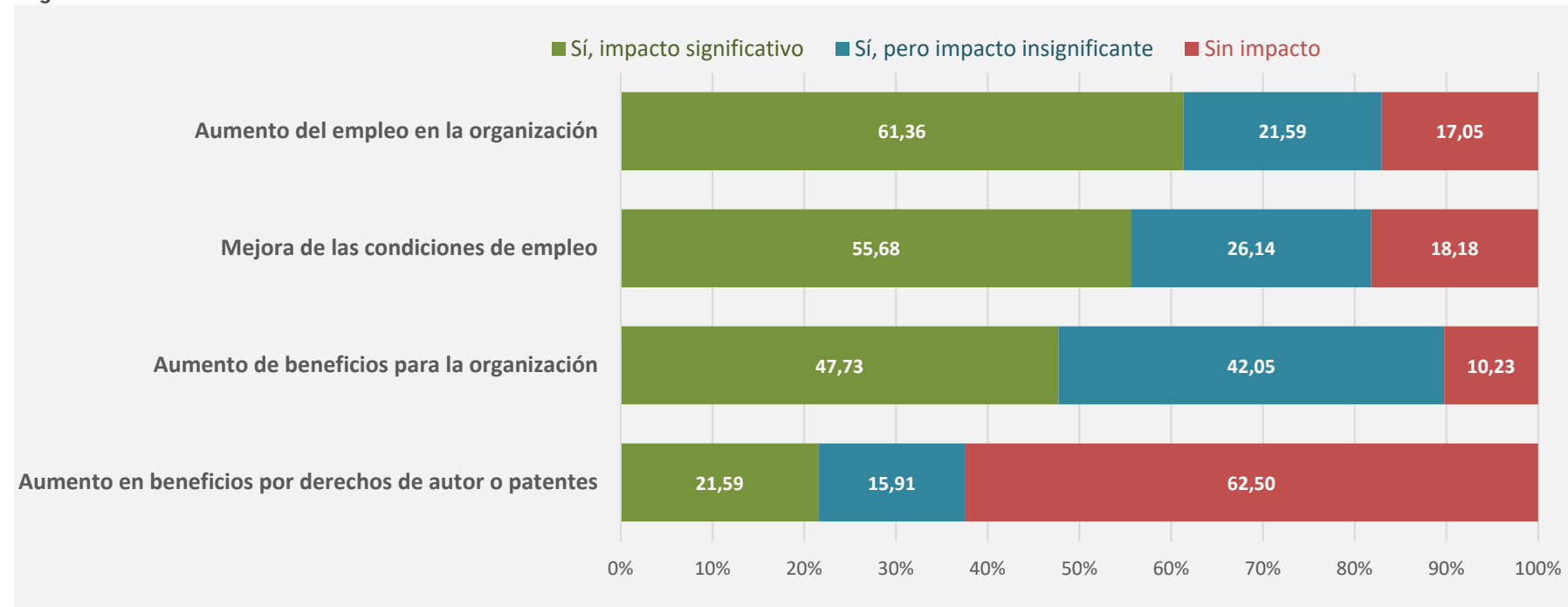
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta (Encuesta a organizaciones *Contrast II*)

Entrando a considerar específicamente la dimensión económica, destaca en primer lugar que los ingresos de las organizaciones provienen de forma relevante de las innovaciones generadas. Un 59,05% de los ingresos en el año 2022 tienen que ver con productos o servicios mejorados de forma significativa en el período 2020-2022.

Los dos impactos más significativos tienen que ver con el empleo: en primer lugar, su aumento, y, en segundo lugar, la mejora de condiciones laborales. Seguidamente, como un impacto existente

pero menos relevante, está el aumento directo de beneficios. Finalmente, como ya se podía entrever de los resultados del gráfico acerca de los procedimientos específicos de innovación (Figura 23), el impacto en clave de aumento de beneficios por derechos de autor o patentes está muy poco extendido.

Figura 28. Nivel de innovación en dimensiones económicas

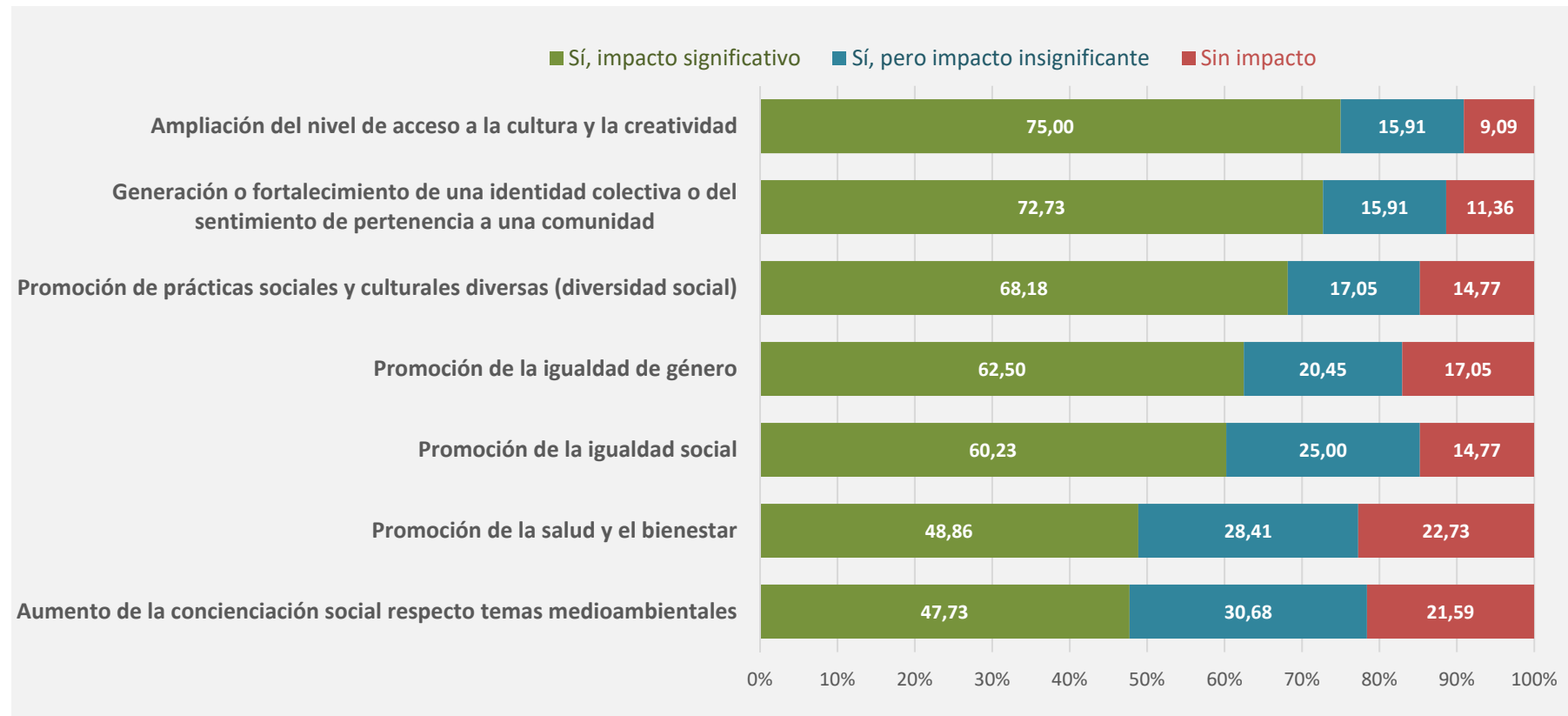


Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta (Encuesta a organizaciones *Contrast* II)

Dimensión social

En clave social se observa que, en general, los impactos significativos son generalizados. Por encima del 60% destacan, en orden de mayor profusión: el impacto en “ampliar el nivel de acceso a la cultura y la creatividad”, en “generación o fortalecimiento de una identidad colectiva o del sentido de pertenencia a una comunidad”, en “promoción de prácticas sociales y culturales diversas (diversidad social)” y en “Promoción de igualdad de género” e “igualdad social”.

Figura 29. Nivel de innovación en dimensiones sociales

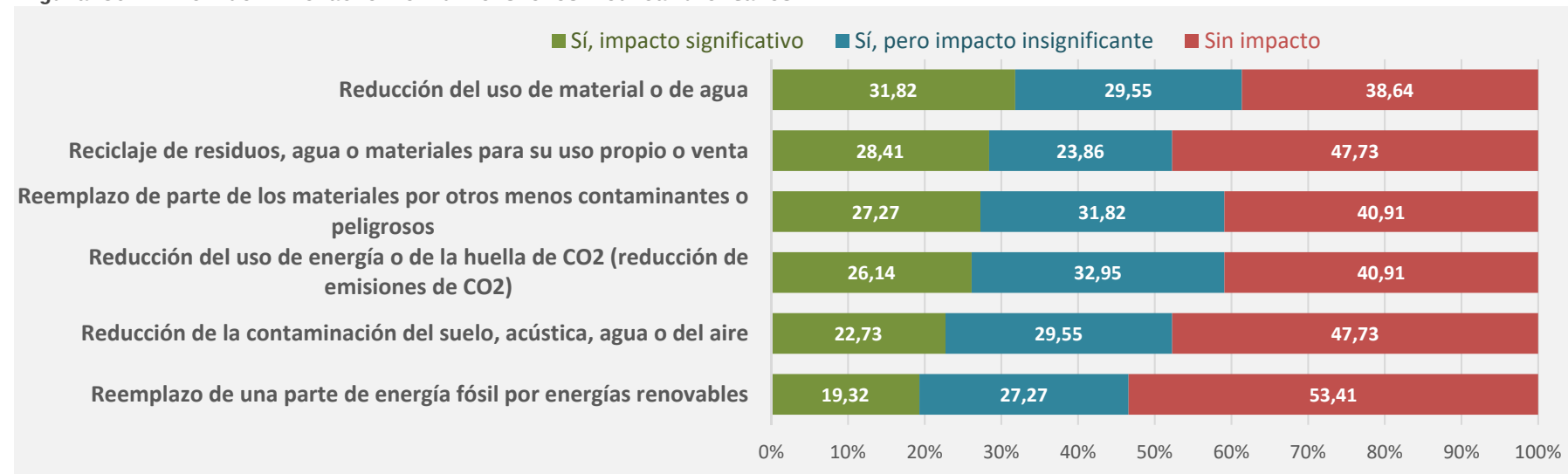


Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta (Encuesta a organizaciones *Contrast* II)

Dimension medioambiental

Finalmente, los resultados permiten observar más al detalle el dispar impacto en clave medioambiental. En general, en una porción muy relevante de casos que en ocasiones alcanza ligeramente más del 50%, no hay ningún impacto en relación con los ítems utilizados.

Figura 30. Nivel de innovación en dimensiones medioambientales



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta (Encuesta a organizaciones *Contrast* II)

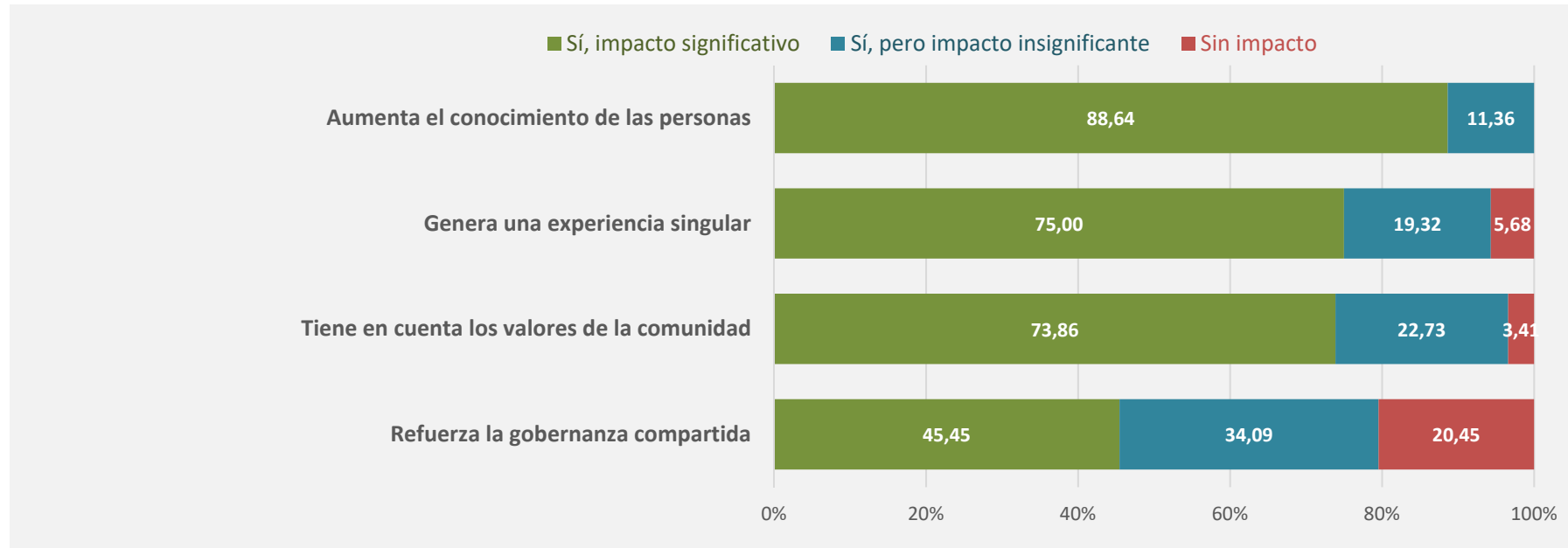
Hay que tener en cuenta que el impacto medioambiental medido con estos ítems tiene muchos que ver con el uso de materias primas y los procesos industriales, aspectos con los que distintos sectores culturales y creativos guardan poca relación por su naturaleza creativa y, en determinado sentido (contrapuesto a lo industrial), artesanal. Además, también es cierto que, atendiendo a la información aportada por los coordinadores regionales, solo en cuatro de las dieciséis regiones hay planes específicos que promuevan la innovación en clave de sostenibilidad en el contexto de los SICC. También podría deberse a la falta de interés o de capacidades.

4.5.3 Valor intrínseco y valor social compartido

Finalmente, en relación con la dimensión de valor intrínseco especialmente, se obtienen los porcentajes más altos de impacto significativo. Casi la totalidad de las organizaciones manifiestan que sus innovaciones aumentan significativamente el conocimiento que tienen las personas (88,64%), por un 75% que manifiestan que se generan experiencias singulares y un 73,86% que manifiesta que de forma significativa se tienen en cuenta los valores y las creencias de las comunidades donde actúan.

Así, la singularidad de los SICC se expresa y se materializa atendiendo a este valor intrínseco. Así mismo, el valor social también es muy importante, pero en menor medida.

Figura 31. Valor intrínseco y social compartido



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta (Encuesta a organizaciones *Contrast* II)

PARTE III: ANÁLISIS EN PROFUNDIDAD

5. Tendencias, singularidades, tipologías y

Tras presentar los resultados de manera descriptiva, en esta sección se proporciona una perspectiva interpretativa: ampliando y cruzando resultados, pero también incorporando claves interpretativas y conceptuales que añaden conocimiento sobre la materia.

Esta primera sección se divide en dos partes: [Ecosistemas de innovación](#) y [Tipos y valor de la innovación en los SICC](#).

En cada una de ellas el contenido se subdivide en dos subapartados:

- > Uno dedicado a la síntesis de los resultados previos
- > Otro para profundizar en el análisis.

5.1 Ecosistemas de innovación

5.1.1 Elementos generales de los ecosistemas de innovación

Primero, resumimos los elementos clave para combinar una visión general y sintética de los ecosistemas de innovación⁷.

- **Amplia existencia de iniciativas para medir la actividad en el ámbito de la cultura, la creatividad y la innovación.** Las diferencias tienen que ver con la disponibilidad de información reciente en materia de innovación y SICC. La medición puede considerarse como una condición necesaria, entre otras, para el desarrollo de estrategias específicas para los SICC.
- **Estrategias lideradas mayoritariamente por agentes específicos del ámbito cultural** (en el 50% de las regiones), **o como mucho lideradas de forma mixta entre agentes sectoriales, generalistas o transversales** (37,5%). Sólo unos pocos de los casos declaran que sus estrategias están dirigidas por agentes generalistas.

⁷ En el Anexo 5 se puede ver un resumen visual de todos estos elementos para cada región (mirando por filas es posible observar cada caso individualmente, mientras que mirando por columnas es posible obtener una mirada comparativa o transversal respecto de un dimensión o variable específica).

- En cuanto a la implicación de los diferentes niveles administrativos, existe una dinámica diferente para los niveles inferiores (locales o regionales) y para los niveles superiores (estatales o internacionales).
 - **En términos de apoyo no monetario, prevalecen los niveles administrativos más bajos** (locales y regionales).
 - **En términos de apoyo monetario, prevalecen niveles administrativos superiores** (estatales e internacionales).

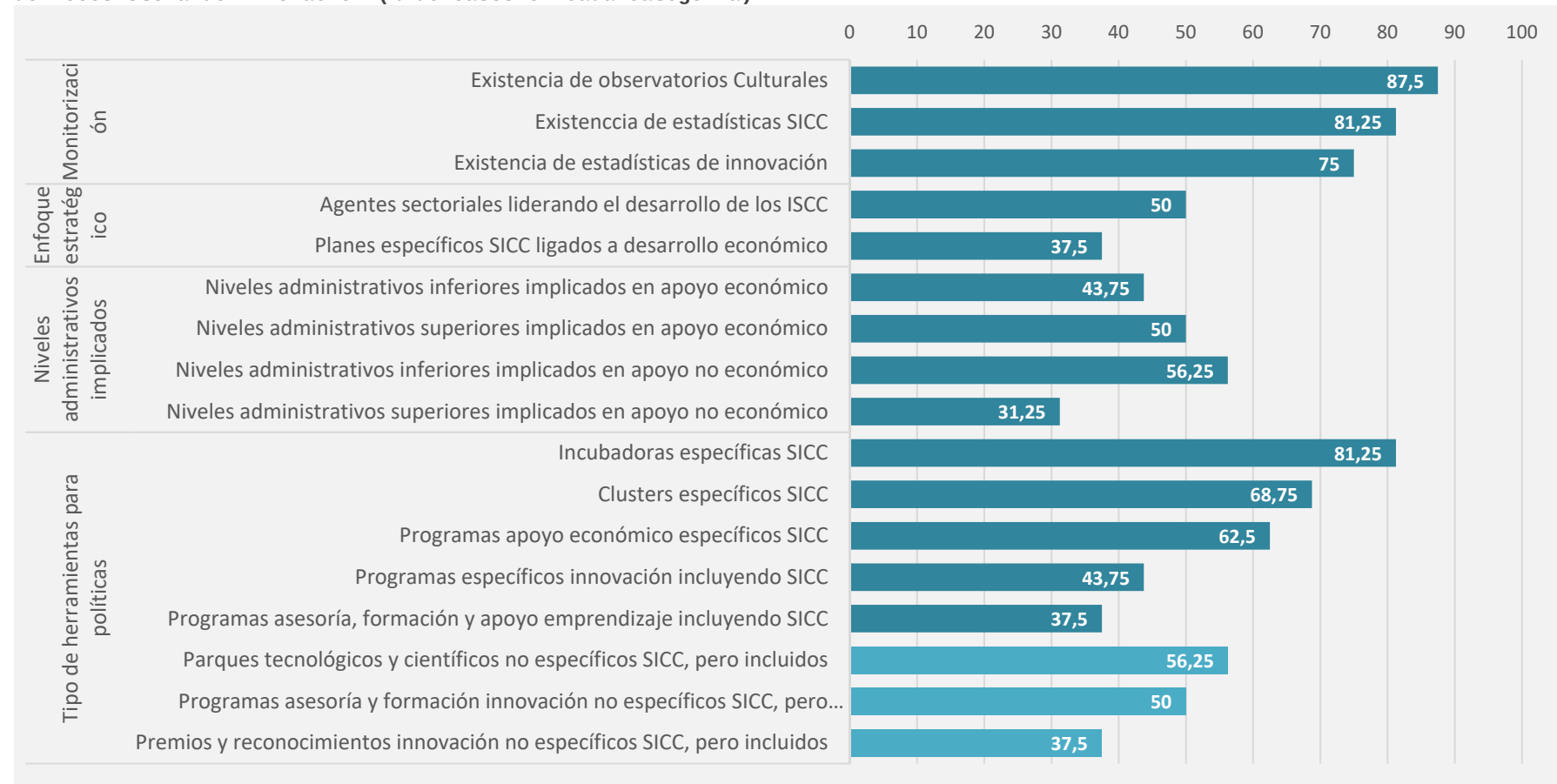
- Tanto **en el apoyo económico como en el no económico**, los casos se encuentran en ambos extremos. En este sentido, **existe cierta especialización según el nivel administrativo**. Es razonable pensar que los niveles administrativos inferiores están más cerca de los ecosistemas y les dan una mejor posición para diseñar e implementar medidas no económicas. Por otro lado, es más fácil que los niveles administrativos superiores tengan más capacidad económica.

- En cuanto a las **herramientas para las políticas**, cabe destacar que **tres de ellas suelen estar diseñadas específicamente para los SICC**:
 - Incubadoras (En el 81,25% de las regiones)
 - Clústeres o plataformas (68,75%)
 - Programas de apoyo económico (62,5%)

En el caso del resto de herramientas, la tendencia a la personalización sectorial es menor y no representa una tendencia general. De hecho, especialmente en dos casos, la tendencia es precisamente la de **programas que no son específicos de los SICC**, sino que las incluyen:

- Parques científicos o tecnológicos
- Programas de asesoramiento y formación

Figura 32. Resumen de las principales categorías (mayores porcentajes) de las diferentes dimensiones de la caracterización del ecosistema de innovación (% de casos en cada categoría)



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta (Encuesta a coordinadores regiones *Contrast* II)

5.1.2 Énfasis en la diversidad vinculada a los ecosistemas de innovación.

La primera idea a destacar es que la innovación, con sus diferencias, está presente en todas las regiones analizadas. Si bien en la selección de organizaciones ha habido un claro foco en las organizaciones innovadoras, hay que considerar que se encuentran en contextos diversos en términos socioeconómicos y de innovación, como podemos ver en el Índice Global de Innovación. Por lo tanto, es necesario analizar los contextos específicos de los SICC.

Para obtener esta visión, se combinan datos relacionados con herramientas específicas de apoyo al sector y su innovación con datos sobre resultados y características del sector. Se crean así dos ejes de análisis, que permiten sintetizar toda la información y clasificar los diferentes casos/ecosistemas de ambas dimensiones. Estos dos ejes relacionan el nivel de herramientas específicas con los resultados de los SICC:

→ En relación con las herramientas sectoriales, se combina la información de los bloques D y E de la encuesta referente al entorno de innovación (apartado 4.3) con la existencia de información específica sobre los SICC e innovación (apartado 4.1).

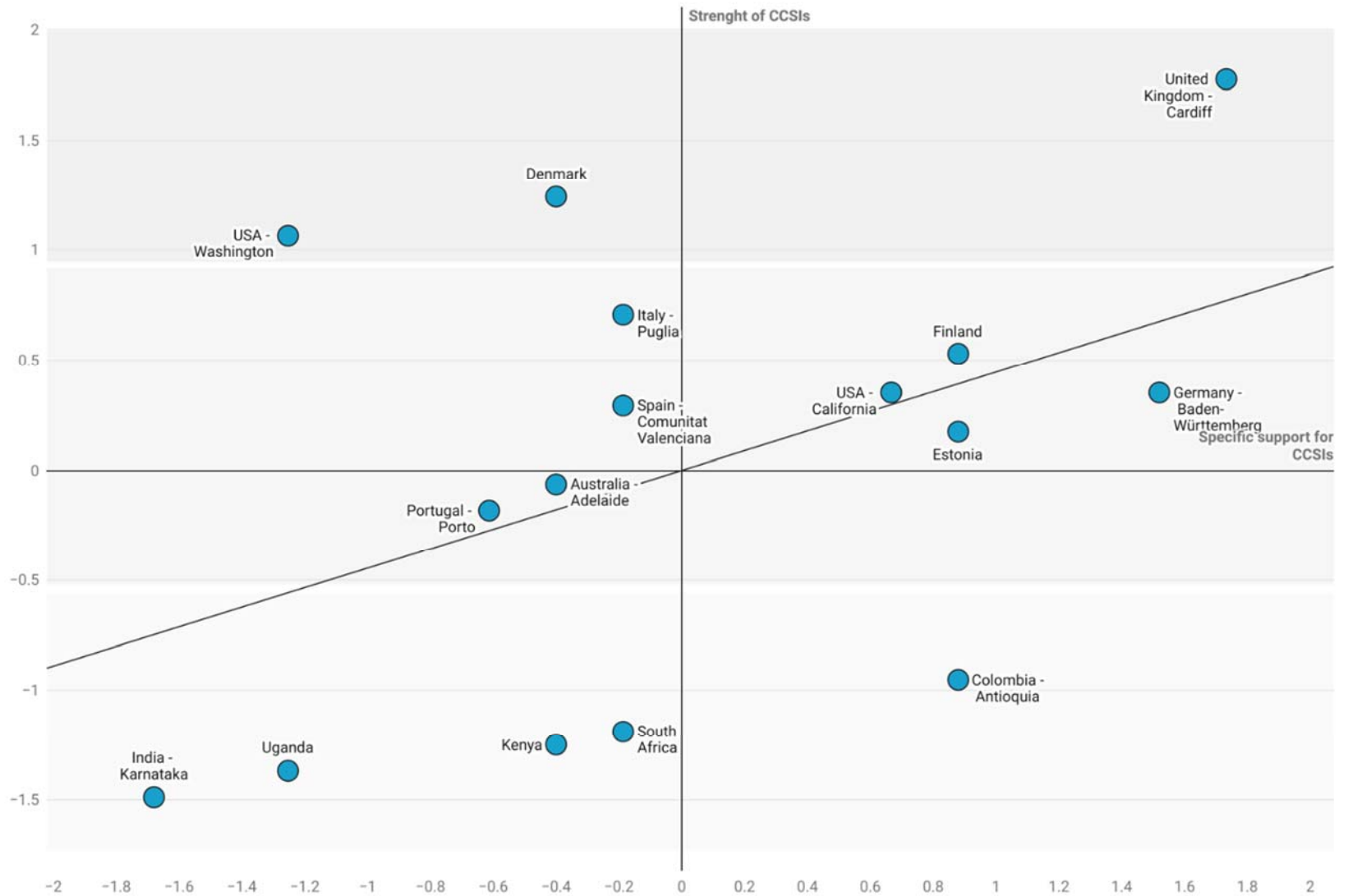
En relación con los resultados y características de los SICC (fortaleza de los SICC), se combina información específica relacionada con el posicionamiento de la región en términos de la encuesta de importancia de los SICC con información externa y objetiva del Índice Global de Innovación. Esto contribuye a una mejor fundamentación de los resultados de los SICC basándose en información objetiva y común.

→ La información del propio cuestionario se combina con la clasificación de cada país en términos de Productos Creativos (diferenciando entre líderes, avanzados y moderados/emergentes [sección 3.2.1](#)). Específicamente, la puntuación obtenida de los datos

de la encuesta se pondera considerando la posición de cada país en términos de Productos Creativos del GII.

Figura 33.
 Posicionamiento de los casos en dos ejes: fortaleza de los SICC (eje vertical) y existencia de programas específicos para los SICC (eje horizontal). El punto cero de ambos es el promedio de los ejes.

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta a coordinadores regionales *Contrast II* y datos de los Outputs Creativos del *Índice Global de Innovación*. ([Sección 3.2.1](#))



El ejercicio permite observar dos hechos adicionales⁸:

1. La existencia de correlación entre los programas específicos y la Fortaleza de los SICC (La Figura 33 muestra la línea de ajuste o correlación lineal).
2. La existencia de diferentes “estratos” o bloques de casos en clave de fortaleza de los SICC (áreas sombreadas de la Figura 33).
 - a. Área superior: UK-Cardiff (CCR), Dinamarca y USA-Washington.
 - b. Zona intermedia: Portugal-Região do Norte, Australia-South Australia, España-Comunitat Valenciana, Italia-Puglia, USA-California, Finlandia, Estonia and Alemania-Baden-Württemberg.
 - En este bloque, al reunir un mayor número de casos, se pueden diferenciar los cuatro primeros del eje horizontal (muy cerca, pero ligeramente por debajo, 0 que indica la media) de los cuatro restantes (a la derecha de 0, por encima del promedio).
 - c. Área inferior: India-Karnataka, Uganda (Este de África), Kenia, Sudáfrica-Western Cape y Colombia-Antioquia.

⁸ En el Anexo 4 es posible encontrar el mismo ejercicio sin ponderar el eje de Fortaleza de los SICC con resultados externos y con la ponderación a partir de una clasificación basada en la subdimensión específica de los Bienes y Servicios creativos. En todos los casos existe correlación entre ambos ejes, pero la información externa contribuye a una fundamentación mejor de los resultados de los SICC (eje vertical) a partir de información objetiva,

En general, se observa una relación lineal moderada (coeficiente de correlación de Pearson de 0,446), por lo que los entornos más complejos tienden a generar mayor fuerza. Pero ese no siempre es el caso.

En la parte inferior se ubican los países con un perfil de innovación moderado/emergente tanto a nivel general como en términos de resultados creativos según el Índice Global de Innovación. En la consideración independiente de estos casos se observa también una cierta linealidad, destacando la posición de Antioquia (Colombia) con un ecosistema específico de SICC complejos (entendido como la diversidad de programas específicos de los SICC).

En las posiciones intermedias hay un gran grupo de casos que obtienen niveles similares de fortaleza de sus SICC a pesar de tener ecosistemas con diferentes grados de complejidad. Estos casos siempre se sitúan en torno a la media o por encima.

Finalmente, en la cima destacan Cardiff (CCR, Reino Unido), Dinamarca y Washington (EE.UU.) con diferencias relevantes en la complejidad de sus entornos específicos de los SICC, aunque existe cierta linealidad entre los 3 casos. Los casos de Washington (EE.UU.) y Dinamarca muestran la existencia de contextos en los que, a pesar de tener entornos SICC menos complejos, sus resultados son muy relevantes. Por tanto, podemos concluir que existen variables externas, razonablemente vinculadas a cuestiones sociales y económicas más generales, que producen este escenario.

Al observar las especificidades de los ecosistemas de innovación región/país en términos de resultados, fortaleza y existencia de medidas específicas para los SICC, aparecen algunos matices. Estos matices contribuyen al análisis ya que, en algunos casos, contradicen las ideas preconcebidas a la hora de comprender los contextos.

De acuerdo con la clasificación de regiones que surge de la Figura 33, resumida en la Tabla 8 en 4 perfiles, es posible profundizar en esta línea de análisis

Tabla 8. Clasificación de las regiones según la Fortaleza en las industrias culturales y creativas y su adaptación a los ecosistemas de innovación con herramientas específicas para los SICC (Figura 33).

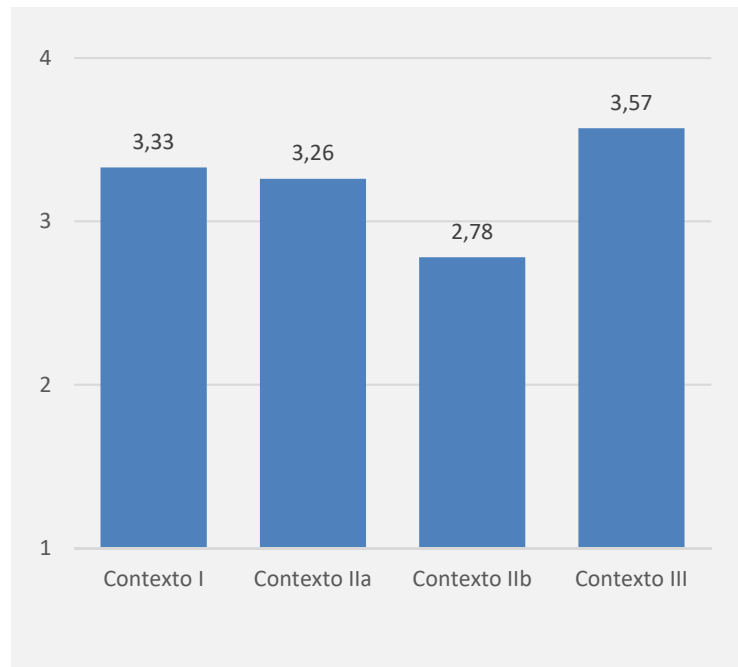
Área del gráfico	Etiqueta del grupo	Descripción general	Casos
Área superior	Contexto I	Resultados líderes, con o sin ecosistemas adaptados a las especificidades de los SICC.	UK-Cardiff (CCR) Dinamarca EE.UU.-Washington
Zona intermedia derecha	Contexto IIa	Resultados avanzados con ecosistemas altamente adaptados a las especificidades de los SICC.	Alemania-Baden-Württemberg Finland Estonia EE.UU.-California

Zona intermedia izquierda	Contexto IIb	Resultados avanzados con ecosistemas moderadamente adaptados a las especificidades de los SICC.	Italia-Puglia España-Comunitat Valenciana Portugal-Região do Norte Australia-South Australia
Área inferior	Contexto III	Resultados emergentes incluyendo los ecosistemas adaptados a las especificidades de los SICC.	Colombia-Antioquia Sudáfrica-Western Cape Kenia Uganda (Este de África) India-Karnataka

Si se analizan los datos de innovación de las organizaciones en cada región/país cabe preguntarse: ¿Es necesario contar con un entorno amplio adaptado a los SICC para generar innovación? ¿Más especificidad significa más innovación? No necesariamente.

De acuerdo con los datos de la Figura 33, **no existe una relación lineal entre los contextos de los SICC y el grado de innovación de sus casos**. Por un lado, hay una mayor intensidad de innovación en los contextos de resultados emergentes (contexto III) que en el resto. Por otro lado, es importante tener en cuenta que los buenos resultados de los SICC no se deben necesariamente a la innovación.

Figura 34. Nivel de innovación de los casos de acuerdo con los contextos de los SICC.



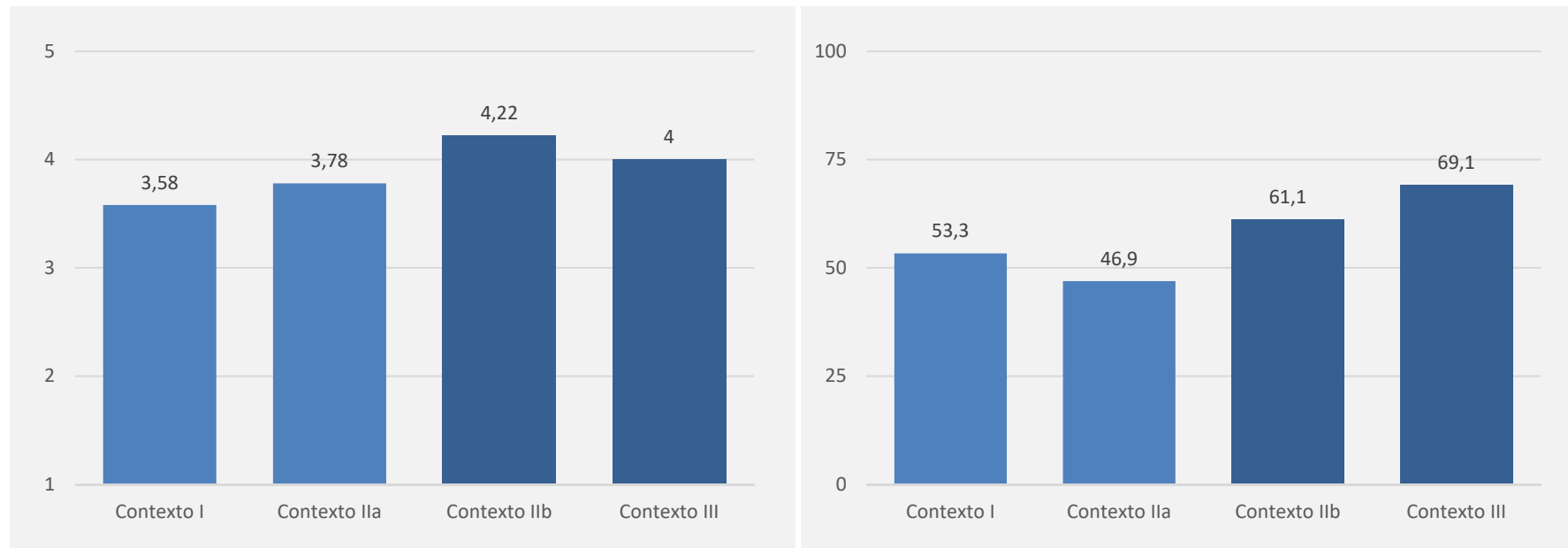
La Figura 34 muestra el grado de innovación de los casos según sus contextos SICC. Es una combinación de las variables "innovación de producto" e "innovación de proceso o metodológica". El nivel 1 es para casos que no han innovado o solo han realizado un cambio menor (ya sea en el producto o en el proceso). El nivel 2 es para casos que han realizado cambios menores tanto en el producto como en el proceso. El nivel 3 es para casos que han realizado un cambio principal en uno de los dos y un cambio menor en el otro. Finalmente, el nivel 4 es para casos que han realizado cambios importantes tanto en el producto como en la innovación

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la encuesta (Encuesta a organizaciones *Contrast* II)

Una primera pregunta al respecto podría ser: ¿Cómo lo hacen? La respuesta, en este caso: con recursos propios (Figura 35). La Figura 35 muestra que en los contextos III y IIb los casos muestran, en promedio, que los recursos propios son más relevantes. A falta de un contexto con estructuras de apoyo, los agentes buscan formas de impulsar con sus propios medios sus proyectos de innovación. Como recompensa, hay proyectos que generan mayor retorno económico (Figura 36): en los contextos III y IIb el porcentaje de ingresos debido a productos con cambios significativos se sitúa en el 69,1% y 61,1% respectivamente, frente al 46,9% y 53,3% en los contextos IIa y I.

Figura 35. Grado en que las organizaciones consideran que innovan únicamente con sus propios recursos (escala de 1, nada, a 5, totalmente)

Figura 36. Porcentaje de ingresos derivados de productos innovadores (nuevos o significativamente mejorados) en el periodo 2020-2022.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la encuesta (Encuesta a organizaciones *Contrast II*)

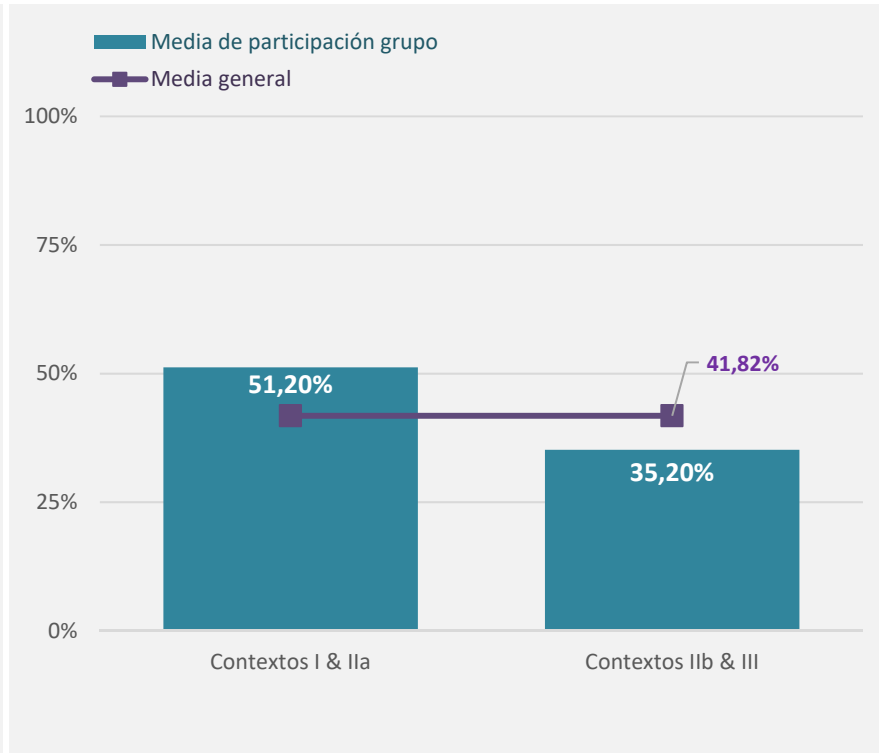
Los resultados también muestran que, efectivamente, aunque con excepciones, en los contextos mejor posicionados existe un mayor número de herramientas o estrategias específicas en materia de SICC (Tabla 9, en la parte superior predomina el verde indicando casos con mayor especificidad).

Además, también muestran que las organizaciones que se encuentran en estos contextos utilizan con mayor frecuencia este tipo de herramientas. Los contextos I y IIa están por encima del promedio, y los contextos IIb y III están por debajo (Figura 37).

Tabla 9. Suma del número de estrategias o herramientas específicas (mínimo 0, máximo 9) utilizadas por los casos ordenados según la figura Tabla 8 y Figura 33.

Caso	Tipo de Contexto SICC	Puntuación de especificidad (suma de herramientas específicas de SICC)
Reino Unido - Cardiff	Contexto I	7/9
Dinamarca - Dinamarca		4/9
EE.UU. - Washington		1/9
Alemania - Baden-Württemberg	Contexto IIa	6/9
Finlandia - Finlandia		7/9
Estonia - Estonia		5/9
EE.UU. - California	Contexto IIb	6/9
Italia - Puglia		2/9
España - Comunitat Valenciana		4/9
Australia - South Australia		3/9
Portugal - Região do Norte		3/9
Colombia - Antioquia	Contexto III	5/9
Sudáfrica - Sudáfrica		3/9
Kenia - Kenia		5/9
Uganda - Uganda		4/9
India - Karnataka		0/9

Figura 37. Porcentaje de casos que son beneficiarios de: programas de asesoramiento y formación, programas de I+D, clusters, plataformas, incubadoras o parques científicos o tecnológicos.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la encuesta (Encuesta a organizaciones Contrast II)

Así, en el caso de contextos menos complejos, con menos herramientas específicas para los SICC, es probable que las organizaciones se vean obligadas a seleccionar mejor los proyectos de innovación dado el riesgo que asumen. Es decir, esta apuesta firme se hace también en clave económica, de cara a los beneficios que les reportan. **Podemos afirmar que en determinados contextos no tienen licencia para fallar. Y no fallan.**

Es un hecho que los agentes están comprometidos para evitar el fracaso y los resultados son positivos, pero eso no significa que la situación deba ser así. Al contrario, **la posibilidad de tener esa licencia para fracasar ha sido una de las ideas recurrentes recogidas en los comentarios de los agentes participantes en el estudio.** Especialmente cuando se trata de innovación en los SICC

La falta de herramientas específicas de apoyo a la innovación, diseñadas y dirigidas a los SICC, no impide que surjan proyectos innovadores. Sin embargo, podemos concluir que el hecho de contar con un ecosistema favorable genera una dinámica favorable a la innovación que puede determinar el tipo de innovación y la forma de innovar.

Esto plantea nuevas preguntas sobre la adecuación de las políticas de innovación a los contextos: ¿Qué medidas se necesitan en diferentes entornos? ¿Qué es necesario reforzar en entornos más avanzados, donde la innovación está más extendida? ¿Y en entornos más emergentes, donde la innovación es más puntual? Una mirada al uso de las medidas existentes puede orientar la respuesta.

Observamos algunas diferencias entre apoyo económico (ayudas, subvenciones, líneas de crédito, incentivos fiscales...) y apoyo no económico (infraestructuras, asesoramiento, formación):

- En los contextos de resultados emergentes (contexto III), se recurre a la autofinanciación, a agentes internacionales y, en menor medida, pero relativamente mayor que en otros contextos, a fundaciones bancarias o inversores privados.
- En contextos con mejores resultados o con ecosistemas muy específicos (contexto I y IIa) es muy relevante la importancia de los actores regionales y locales tanto en la financiación de la innovación como en las medidas no monetarias.
- Como se muestra en la Figura 37, en contextos con mejores resultados (contexto I) o con ecosistemas muy específicos (contexto IIa) con estructuras de soporte robustas y diversas, los porcentajes de agentes que conocen su existencia y los utilizan son mayores.

Entonces, ¿cuál podría ser el papel de un ecosistema más favorable y/o más adaptado a las especificidades? Aunque otros factores externos (sociales y económicos, macro o contextuales) pueden influir en los resultados, **un ecosistema más favorable o específico contribuye a generar un tejido innovador. Mientras que un ecosistema menos adaptado genera sólo proyectos de innovación. Es, sobre todo, un efecto cualitativo, y no necesariamente cuantitativo ni reflejado en resultados en términos económicos y productivos.**

En cualquier caso, el análisis de los comentarios cualitativos reflejados en la encuesta por los coordinadores regionales nos permite conocer sus demandas, retos y oportunidades en cada uno de los contextos de los SICC:

- **Contexto I** formado por regiones/países con resultados líderes con distintos grados de especificidad o adaptación: para un mayor desarrollo (aun cuando ya generan buenos resultados debido a factores intrínsecos o extrínsecos a las características del contexto en términos de SICC) **necesitarían profundizar la idea del traje a medida, con herramientas de fortalecimiento económico acordes a las características del sector** (largos desarrollos de precomercialización, vías únicas de monetización, propiedad intelectual...). **Fortalecer las capacidades, incrementar las soluciones creativas e innovadoras en licitaciones públicas, la internacionalización y fortalecer las redes y espacios de interacción.**
- **Contexto IIa** formado por regiones/países con resultados avanzados y ecosistemas altamente adaptados/específicos: mantener y ampliar la diversidad, equidad e inclusión en los SICC y sus impactos distintos al económico. El reto principal se plantea en clave económica: generar condiciones para atraer talento y negocio y aumentar los beneficios de los SICC, extender la idea y convencer de la aportación de estos sectores a la competitividad.
- **Contexto IIb** formado por regiones/países con resultados avanzados y ecosistemas moderadamente adaptados o específicos: fortalecer los entornos potenciando la innovación cruzada y la polinización cruzada entre agentes de los SICC y de otros sectores científicos o tecnológicos (por ejemplo, centros/hubs, fondos de I+D, semilleros...) y favorecer sinergias con el objetivo del desarrollo económico, con más red e internacionalización.
- **Contexto III** formado por las regiones/países con resultados emergentes con diversos grados de adaptación/especificidad: cuentan con altas tasas de población joven que necesita programas de capacitación, apoyo al emprendizaje y herramientas imaginativas de apoyo a los SICC. Atendiendo a lo observado, necesitan herramientas de apoyo que faciliten en

mayor medida esas “licencias para fallar”, con recursos más allá de los propios. Afrontan las dificultades relacionadas con el hecho de ser contextos con mayores dificultades para la innovación en términos generales, no solo de SICC.

5.2 Tipos y valor de la innovación en los SICC

5.2.1 Innovando en los SICC: panorámica general

Una vez analizados los elementos del contexto que contribuyen a que exista un “ambiente de innovación” ponemos el foco en el tipo de innovación que llevan a cabo los casos estudiados.

Tabla 10. Resumen de indicadores clave que caracterizan la innovación en los SICC

Innovación de proceso o metodológica	Innovación de producto (bienes, servicios, u obras artísticas)	Innovación combinada	Innovación de base tecnológica
% de casos que incorporan cambios significativos	% de casos que incorporan cambios significativos	% de casos que incorporan cambios significativos tanto en procesos como en producto	% de casos que seleccionaron "bastante" o "totalmente" en respuesta a la pregunta "¿En qué medida sus innovaciones provienen del uso de la tecnología?"
67,1%	63,6%	54,5%	51,1%
Innovación abierta o colaborativa	Principales colaboradores para desarrollar innovaciones	Innovación intersectorial	Nivel de innovación con recursos propios

% de casos que seleccionaron "bastante" o "totalmente" en respuesta a la pregunta "¿En qué medida recibió apoyo externo su innovación?"	% de casos que seleccionaron a esos colaboradores. Colaboradores mayoritariamente seleccionados	% de casos que seleccionaron "siempre" en respuesta a la pregunta "¿Su innovación estuvo dirigida directamente a organizaciones de sectores distintos al suyo?"	% de casos que seleccionaron "bastante" o "totalmente" en respuesta a la pregunta "¿En qué medida su innovación se realizó con sus propios medios/recursos?"
59,1%	Universidades = 65,9% Consultores = 65,9% Organizaciones del mismo sector = 64,8% Organizaciones que son usuarios o clientes = 60,2%	29,6%	71,6%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la encuesta (Encuesta a organizaciones Contrast II)

En primer lugar, hay que recordar que existe un alto nivel de innovación en la muestra. Se ha dado prioridad a organizaciones con prácticas innovadoras en la selección de casos. El 67,1% de los casos ha realizado innovaciones significativas de proceso o metodológicas en los periodos 2020-2022, y el 63,6% ha realizado cambios significativos en términos de innovación de producto.

Hasta un 54,6% ha realizado cambios significativos en ambas dimensiones. Esto deja al descubierto una **dinámica reforzada de innovación**, en la que se combinan cambios de ambos tipos. Esto revela una posible dinámica específica del sector: **en términos de innovaciones de productos, debido a la naturaleza de la actividad del sector, muchas de ellas serán innovaciones específicas de servicios**. Por tanto, las innovaciones pueden tener esta naturaleza combinada de proceso y servicio. Así, no sorprende que las principales innovaciones de procesos tengan que ver con los servicios que se ofrecen, y que se agrupan en las áreas de: "métodos para producir, desarrollar bienes o prestar servicios" y "métodos de procesamiento de información o comunicación".

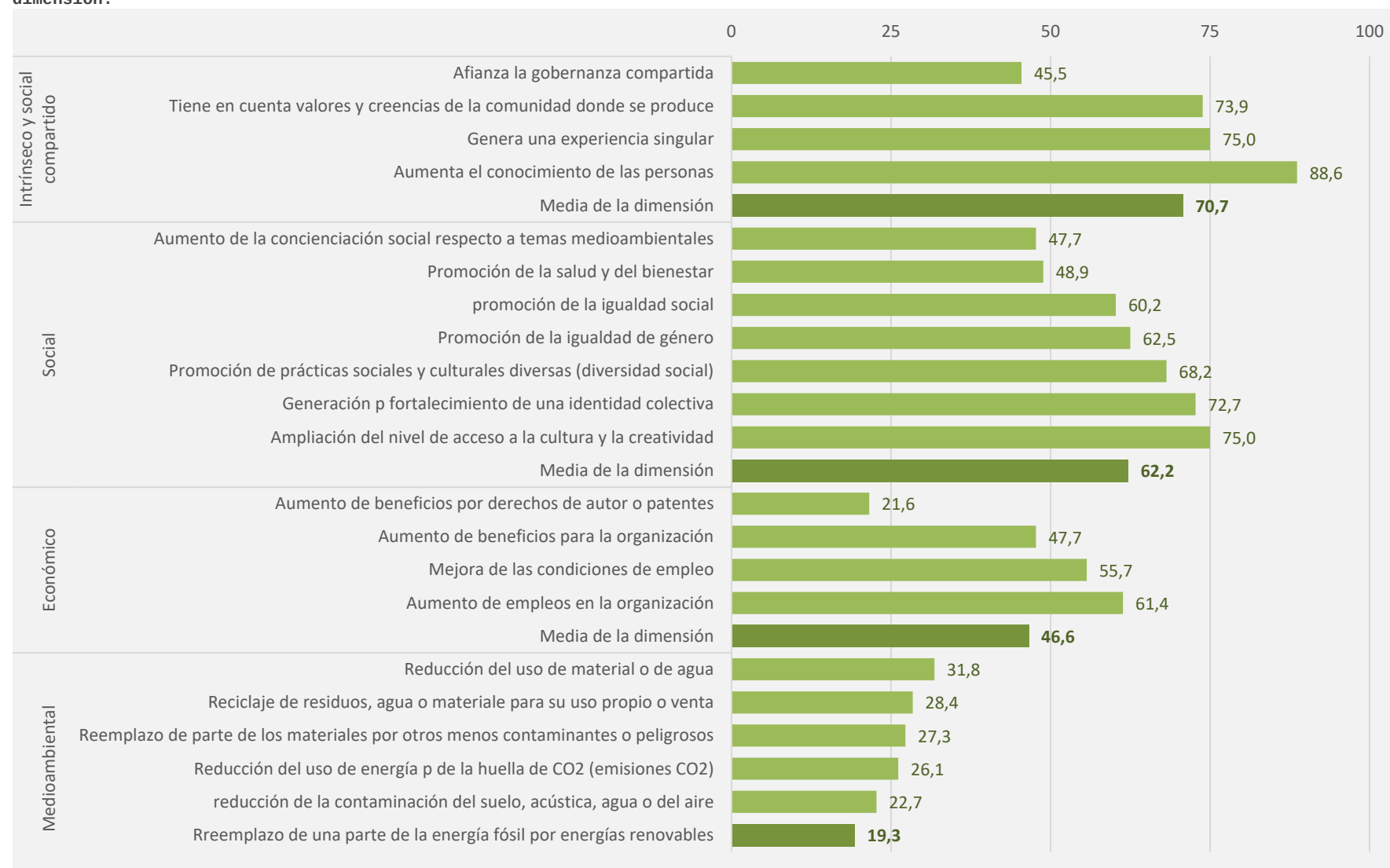
En cuanto al proceso, destaca:

- **Un grado generalmente elevado de innovación realizada con medios y recursos propios** (un 71,6% que manifiesta que hace toda o bastante la innovación gracias a medios propios).
- **Uso de la tecnología como base para la innovación muy dispar**, el 51,1% afirma que las innovaciones proceden "totalmente" o "totalmente" del uso de la tecnología. Pese a ello, un porcentaje más relevante de agentes (69,3%) afirma haber adquirido tecnología nueva no utilizada anteriormente, y un 60,2% afirma haber comprado tecnologías ya utilizadas por la organización o actualizarlas.
- **Una mayoría de agentes (59,1%) afirma que colaboran para innovar de forma justa o regular**. Los socios principales son "universidades u otras instituciones de educación superior", "consultores", "organizaciones del mismo sector" u "organizaciones o empresas que sean usuarios o clientes".
- Un número significativo, aunque minoritario, de los casos (tres de cada 10) afirma que sus innovaciones siempre van dirigidas a otros sectores.
- Finalmente, en relación con los modelos de protección y de diferenciación comercial de la propiedad intelectual, destaca que aproximadamente 3 de cada 10 agentes tienen marcas registradas (31,8%) o derechos de autor reclamados (27,3%) en el periodo 2020-2022. Con menor frecuencia, el 14,8% ha solicitado normas o etiquetas, el 12,5% ha utilizado secretos comerciales, el 11,4% ha solicitado patentes y el 7,9% ha registrado diseños industriales.

En cuanto al valor e impacto de la innovación en los SICCs, de entre las tres dimensiones habituales de impacto, **destaca especialmente su acento social, que se combina con un valor económico también muy relevante.** Sin duda alguna, y apoyando la singularidad reivindicada del sector, el valor cultural intrínseco se manifiesta como la dimensión en la que mayores impactos se generan.

Además, cabe recordar, en términos económicos, que para 2022 las organizaciones afirman que el 59,1% de sus ingresos provinieron de productos en los que aplicaron cambios significativos. En total, **el 76,1% de los casos afirmaron que más del 40% de sus ingresos procedían de productos innovadores.** Este dato señala que, para las organizaciones innovadoras, esta actividad les reporta beneficios económicos relevantes.

Figura 38. Resumen de impactos por dimensión. Porcentaje de casos que señalan impactos significativos en cada indicador y media de cada dimensión.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la encuesta (Encuesta a organizaciones *Contrast* II)

Por lo tanto, la innovación en los SICC no sólo produce resultados favorables individuales o privados (que, en conjunto, lo son a nivel general), sino también importantes externalidades positivas, especialmente de carácter social y cultural. De hecho, incluso en términos económicos, también destacan los impactos positivos en términos de aumento del empleo y de su calidad. Por tanto, **los resultados tienen un componente de bienestar social.**

En conjunto, todo esto confiere un **carácter único del valor de la innovación en los SICC.**

5.2.2 Profundizando más: características de la innovación según los agentes y los contextos

En relación con las organizaciones

Para empezar a profundizar en las características de la innovación, la mirada se dirige en primer lugar a las razones que motivan a innovar. En segundo lugar, se explora si estas razones difieren para distintos perfiles de innovación.

A nivel general, si se observan las distintas motivaciones, se manifiesta que las empresariales y las culturales empatan en cabeza con un 31,8%. Pero hay que considerar que el listado de razones es divisible entre las razones económicas y las no-económicas, y que si se suman las educativas, de salud, medioambientales, sociales o urbanas las no-económicas son la gran mayoría. Asimismo, como ya se observó en el apartado 4.4.3, cuando se pregunta por las razones secundarias **se visibiliza de forma clara y definitiva la inclinación o el acento no-económico.**

En cualquier caso, atendiendo a los perfiles de innovación de los agentes, se detectan motivaciones distintas. Los perfiles de innovación a partir de los cuáles se indaga en las razones son los apuntados en la sección 5.1.2. de la Figura 34. Muestra la profundidad y la amplitud de los cambios que genera la innovación, dando lugar a 4 perfiles:

- **Innovadores de nivel bajo** (No hay productos con cambios o solo un cambio menor, ya sea en la dimensión del producto o del proceso de la innovación; 6,8%)
- **Innovadores de nivel medio-bajo** (cambios menores tanto en producto como en proceso; 17,1%)
- **Innovadores de nivel medio-alto** (cambio menor en una de las dimensiones y mayores en la otra; 21,6%)
- **Innovadores de máximo nivel** (grandes cambios tanto en producto como en proceso; 54,5%)

Se observa que las razones económicas son las predominantes en el innovador de “nivel bajo” y “medio-bajo”, y que en el caso de los innovadores de nivel medio-alto y máximo son las motivaciones principalmente culturales u otras diferentes a las económicas. (Tabla 11). Si la atención se centra en aquellos casos que incorporan cambios significativos tanto en el proceso como en el producto, la gama de razones es la más amplia.

Tabla 11. Principales razones para innovar según el perfil de innovación de las organizaciones

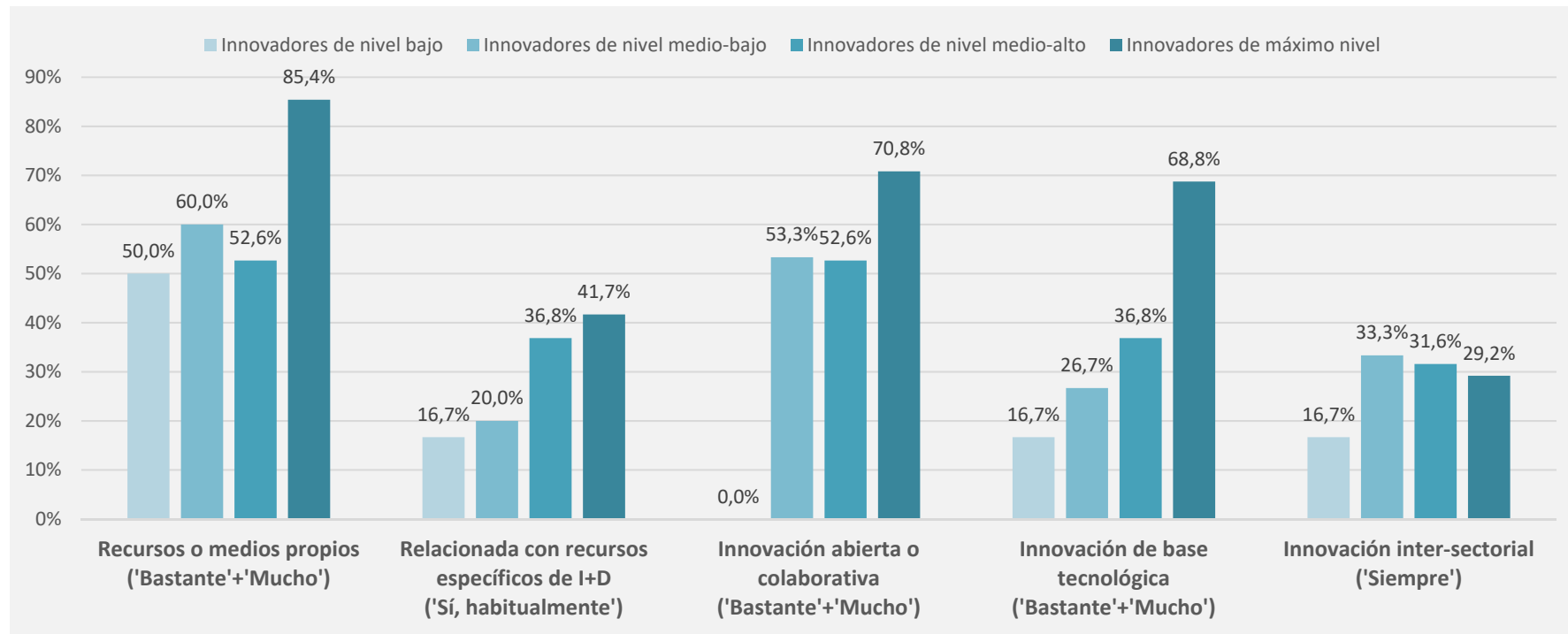
Negocio	Culturales	Educacionales	Medioambientales	Salud	Sociales	Urbanas	Otras
(Mejora de estrategias y resultados económicos propios o de terceros)	(Aumentar la participación o mejorar la experiencia cultural)	(Facilitar las tareas educativas y el aprendizaje)	(Contribuir a la sostenibilidad)	(Aumentar los servicios sanitarios)	(Facilitar la participación de la ciudadanía)	(Transformar entornos y comunidades)	

Innovadores nivel bajo	50,0%	16,7%	16,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	16,7%
Innovadores nivel medio-bajo	53,3%	26,7%	0,0%	6,7%	6,7%	0,0%	6,7%	0,0%
Innovadores nivel medio-alto	16,7%	44,4%	22,2%	0,0%	5,6%	0,0%	0,0%	11,1%
Innovadores de máximo nivel	28,6%	30,6%	14,3%	8,2%	0,0%	4,1%	6,1%	8,2%
Media	31,8%	31,8%	13,6%	5,7%	2,3%	2,3%	4,6%	8,0%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la encuesta (Encuesta a organizaciones *Contrast II*)

El perfil de innovación está también vinculada a otras características de la innovación de proceso (Figura 39):

Figura 39. Procedimientos vinculados con la innovación según el perfil de innovación de las organizaciones.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la encuesta (Encuesta a organizaciones *Contrast* II)

→ Por ejemplo, en primer lugar, se observa que **en los casos de máxima innovación se debe a recursos propios.**

Así, es razonable pensar que los casos con menor actividad innovadora puedan necesitar en mayor medida palancas externas. Hecho que contribuirá a entrar en una dinámica de innovación bastante basada en recursos y medios propios.

→ **Cuanto más innovan, más apoyo se observa también en recursos específicos de I+D, ya sea en términos de recursos humanos o económicos.**

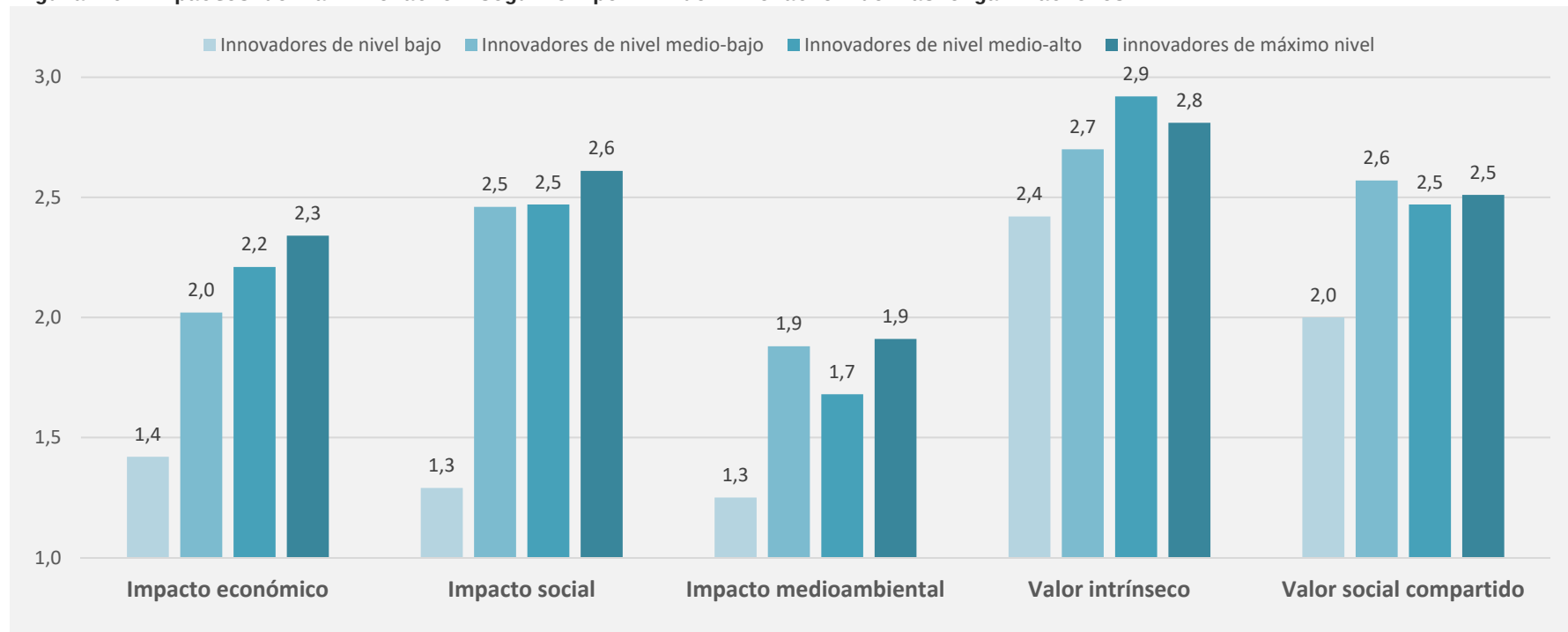
Por lo tanto, parece que las habilidades desempeñan efectivamente un papel importante en la promoción de la actividad innovadora.

- En términos de Innovación Abierta, se observa que, a excepción de las menos innovadoras, tiene bastante importancia en las organizaciones con perfiles más innovadores. **Los más innovadores son los que más recurren a la colaboración para innovar.** Por tanto, cabe pensar que promover la colaboración sea también una cuestión clave en el desarrollo de la actividad innovadora.
- Como elemento destacado vinculado al perfil de máxima innovación, se observa finalmente que **el recurso y dominio de la tecnología juega un papel muy relevante: cuanto más intenso es el perfil de innovación, mayor uso de tecnología orientada a la innovación existe.**
- Por último, se observa que la tendencia a la innovación intersectorial es bastante transversal a todos los perfiles, englobando en torno al 30% de los casos en cada grupo.

Vistas las motivaciones que preceden a la innovación y las cuestiones relacionadas con el proceso, cabe ahora preguntarse por los resultados. Una mirada al impacto promedio declarado por las organizaciones muestra **cierta relación lineal, especialmente para el impacto económico y, en menor medida, social e intrínseco.** Los impactos ambientales y el valor social compartido son las dos dimensiones en las que no existe una relación clara, aunque los innovadores de nivel inferior mostraron impactos menores.

En términos generales, si bien la propia actividad del sector (innovadora o no) ya genera este tipo de impacto social y cultural (intrínseco y socialmente compartido), la actividad innovadora actúa como **multiplicadora** de efectos positivos.

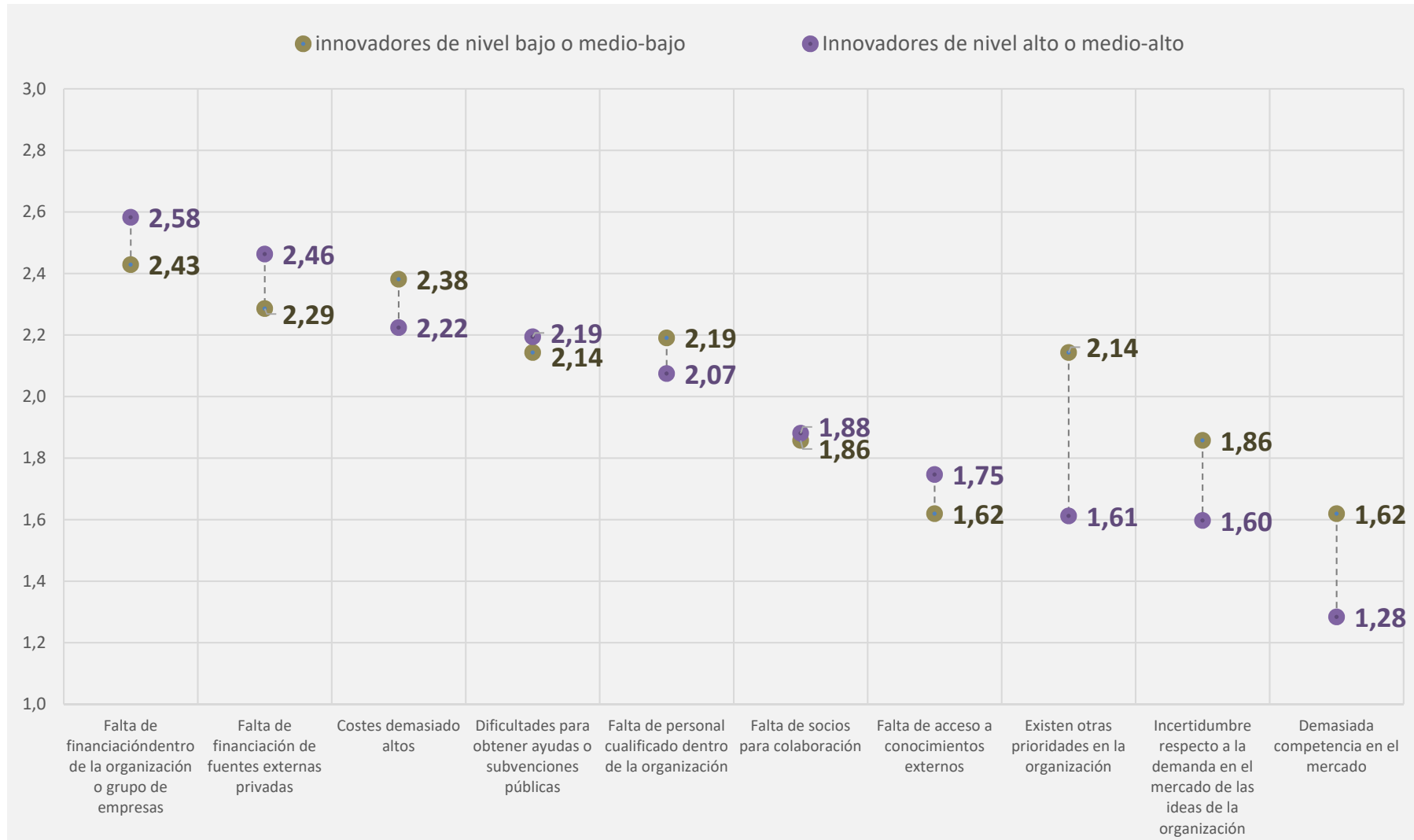
Figura 40. Impactos de la innovación según el perfil de innovación de las organizaciones



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la encuesta (Encuesta a organizaciones *Contrast II*)

Finalmente, a pesar de las diferencias de perfil, teniendo en cuenta que la gran mayoría de los casos tienen actividad innovadora, se perciben ciertas diferencias respecto a los retos que encuentran para innovar. Por tanto, **los perfiles de innovadores se agrupan en dos grupos:** los innovadores de nivel bajo o nivel medio-bajo y los innovadores de nivel medio-alto o nivel máximo (Figura 41).

Figura 41. Dificultades para innovar de acuerdo con el perfil innovador de las organizaciones. Escala de 1 (factores de baja importancia) a 3 (factores de alta importancia)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la encuesta (Encuesta a organizaciones *Contrast II*)

Ambos grupos coinciden en situar la falta de financiación dentro de la organización como el reto de mayor impacto, aunque lo es aún más para los más innovadores. Para los más innovadores, el segundo desafío también está relacionado con la falta de fondos, en este caso de fuentes privadas externas. Los altos costos, por otro lado, son el segundo factor de mayor impacto para los menos innovadores. En cualquier caso, estos tres factores dominan la cima de la tabla de desafíos con diferencias mínimas.

En la zona media del gráfico hay acuerdo en la valoración de los potenciales desafíos, pero las mayores diferencias se observan en los factores de menor impacto. En este sentido, llama especialmente la atención que, **entre los menos innovadores, un factor de impacto relevante es que existan otras prioridades dentro de la organización.** Asimismo, **la incertidumbre y la competencia en el mercado son más importantes entre los menos innovadores que entre los más innovadores.**

En relación con los contextos

Para concluir investigando la innovación en los SICC, esta sección se centra en el análisis sustentado en los contextos de innovación de los SICC identificados en la sección anterior (Tabla 8, sección 5.1.2):

- Contexto I: Resultados líderes, con o sin ecosistemas adaptados a la especificidad de los SICC
- Contexto IIa: Resultados avanzados con ecosistemas SICC altamente adaptados o específicos

- Contexto IIb: Resultados avanzados con ecosistemas moderadamente adaptados o específicos
- Contexto III: Resultados emergentes, incluidos ecosistemas adaptados o SICC específicos

Es importante tener presente que, como se ha visto, no hay correlación lineal entre los contextos y el nivel de innovación (Figura 34, [apartado 5.1.2](#)). En el contexto de resultados emergentes (contexto III) la innovación es, de hecho, muy intensa. Los menos innovadores se encuentran repartidos entre los demás contextos. Así, aunque no existe una correlación lineal en términos cuantitativos o de nivel, existen ciertas diferencias cualitativas según los contextos.

Atendiendo primero a las motivaciones que dominan en cada contexto (Tabla 12), podemos ver que:

Tabla 12. Principales razones para innovar según el contexto de la organización

	Negocio (Mejora de estrategias y resultados económicos propios o de terceros)	Culturales (Aumentar la participación o mejorar la experiencia cultural)	Educacionales (Facilitar las tareas educativas y el aprendizaje)	Medioambientales (Contribuir a la sostenibilidad)	Salud (Aumentar los servicios sanitarios)	Sociales (Facilitar la participación de la ciudadanía)	Urbanas (Transformar entornos y comunidades)	Otras
Contexto I	41,7%	41,7%	0,0%	8,3%	0,0%	0,0%	8,3%	0,0%

Contexto IIa	30,4%	13,0%	21,7%	17,4%	4,4%	0,0%	4,4%	8,7%
Contexto IIb	26,1%	52,2%	8,7%	0,0%	4,4%	0,0%	4,4%	4,4%
Contexto III	33,3%	26,7%	16,7%	0,0%	0,0%	6,7%	3,3%	13,3%
Media	31,8%	31,8%	13,6%	5,7%	2,3%	2,3%	4,6%	8,0%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la encuesta (Encuesta a organizaciones *Contrast* II)

- En los contextos con **resultados destacados** (contexto I) **se equiparan tanto la razón cultural como la empresarial**, y se concentra en estas dos dimensiones. Por el contrario, en los **contextos con resultados avanzados y ecosistemas de alta complejidad** (contexto IIa) hay un **abanico más amplio de razones**, y destacan las cuestiones educativas y ambientales (en cambio, la razón cultural destaca menos que en el resto de los contextos).
- En contextos de **resultados avanzados y complejidad media** (contexto IIb), **las razones culturales agrupan una importante mayoría de los casos**.
- Finalmente, en los **contextos con resultados emergentes** (contexto III), **vuelve a haber una distribución más amplia de razones**, siendo comparables en importancia las razones culturales y empresariales, pero sin la relevancia que adquieren en el contexto I. En este caso, las razones educativas también destacan (aunque en menor medida que en el contexto IIa)

Tabla 13. Colaboradores para innovar según el contexto de las organizaciones

	Contexto I	Contexto IIa	Contexto IIb	Contexto III	Media
Consultores	91,7%	52,2%	56,5%	73,3%	65,9%

Universidades u otras instituciones de educación superior	50,0%	87,0%	69,6%	53,3%	65,9%
Organizaciones del mismo sector	66,7%	69,6%	56,5%	66,7%	64,8%
Organizaciones o empresas usuarias o clientes	66,7%	69,6%	69,6%	43,3%	60,2%
Instituciones sin ánimo de lucro	58,3%	73,9%	39,1%	43,3%	52,3%
Gobierno regional	58,3%	65,2%	43,5%	30,0%	46,6%
Instituciones internacionales	16,7%	47,8%	34,8%	66,7%	46,6%
Proveedores de equipos, materiales, componentes o software	50,0%	47,8%	39,1%	43,3%	44,3%
Otras compañías u organizaciones	75,0%	47,8%	26,1%	43,3%	44,3%
Gobierno local	33,3%	60,9%	34,8%	36,7%	42,1%
Colaboradores informales	50,0%	34,8%	34,8%	43,3%	39,8%
Gobierno estatal	50,0%	47,8%	21,7%	36,7%	37,5%
Usuarios o clientes del sector público	41,7%	43,5%	21,7%	16,7%	28,4%
Corporaciones o fundaciones bancarias	16,7%	30,4%	8,7%	26,7%	21,6%
Centros tecnológicos, parques científicos...	8,3%	39,1%	17,4%	13,3%	20,5%
Otras organizaciones del mismo grupo empresarial	25,0%	17,4%	4,4%	30,0%	19,3%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la encuesta (Encuesta a organizaciones *Contrast* II)

En cuanto a los contextos, un hecho destacable tiene que ver con los principales colaboradores en cada caso (Tabla 13), puesto que **la colaboración se ha revelado como un factor relevante para impulsar la innovación.**

En el caso de **contextos con resultados punteros** (contexto I), destacan las colaboraciones con consultoras y con otras empresas u organizaciones **(de diferentes sectores y que no son**

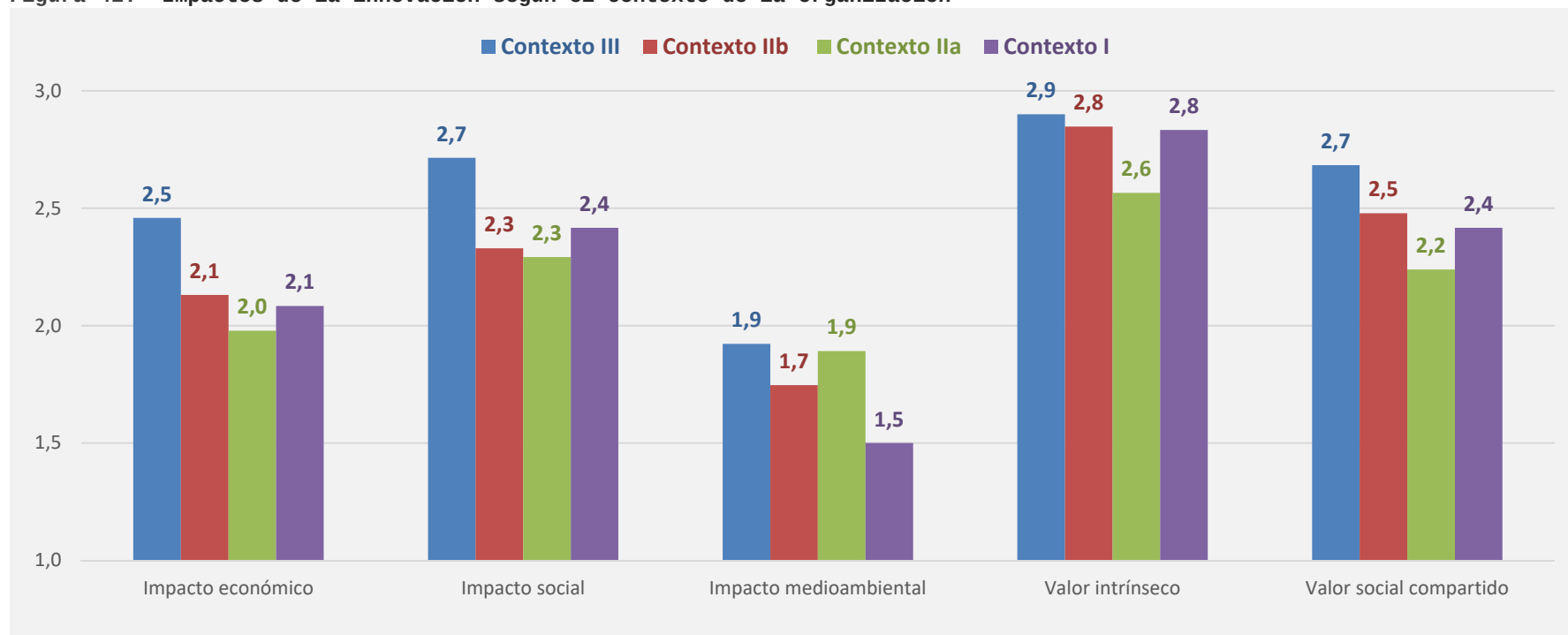
clientes). Se trata de dos colaboradores que tienen una presencia en estos contextos muy por encima de la media mundial.

Observando los **contextos con resultados avanzados y con ecosistemas altamente adaptados (contexto IIa)**, se destaca que cuentan con la **más amplia gama de colaboradores**. Como se puede observar, el color verde predomina en esta columna, lo que significa que la presencia de colaboradores es más extendida en estos contextos que en otros. Por otro lado, nos encontramos con el contexto con resultados avanzados, pero con ecosistemas moderadamente específicos o adaptados (contexto IIb)

Finalmente, al abordar los casos de **contextos de resultados emergentes (contexto III)**, se destaca que los **consultores también desempeñan un papel importante junto a las instituciones internacionales**. También son relevantes las organizaciones del mismo sector, al igual que en el conjunto de la muestra

En términos de impactos, los resultados sólo muestran diferencias entre los casos de contextos con resultados emergentes (contexto III, resultados emergentes en ecosistemas con distintos grados de especificidad) con el resto (contexto I, IIa y IIb), pero no entre estos últimos. Y sólo en determinadas dimensiones esto es más evidente: **especialmente en términos económicos y sociales**, comparados con la media, **en el contexto III todos los impactos declarados son superiores**.

Figura 42. Impactos de la innovación según el contexto de la organización



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la encuesta (Encuesta a organizaciones *Contrast* II)

6. Medición de la innovación en los SICC: alcance y limitaciones

La medición en el estudio *Contrast* aborda dos dimensiones: **ecosistemas y organizaciones**.

En cuanto a la medición de los ecosistemas de innovación en los SICC, en el estudio piloto *Contrast I* se realizó una identificación del mapa de herramientas y agentes que se deben tener en cuenta para abordar los ecosistemas de innovación en los SICC. Un esquema que ha sido aplicado y mejorado en *Contrast II*. El mapa actual considera:

- Tipos de herramientas:
 - Económicas (subvenciones, líneas de crédito, incentivos fiscales...) y no monetarias (incubadoras/infraestructuras, clústeres, asesoría, formación...)
- Tipos de agentes and estrategias:
 - Sectoriales (específicos de los SICC) y generalistas (vinculados a Desarrollo económico, industria, ciencia y tecnología...)
- Niveles administrativos:
 - Locales, regionales, nacionales e internacionales

Estas dimensiones permiten englobar el conjunto de elementos relevantes para la caracterización y análisis de ecosistemas ligados a los SICC.

Por otra parte, la medición de la innovación al nivel de las organizaciones hace que afloren cuestiones de calado. De hecho, esta dimensión está directamente vinculada a una de las razones que inspiraron el proyecto *Contrast*, a saber:

- > Muestra el carácter único de los SICC, identificando aspectos que caracterizan la innovación cultural, que no están reflejados en los marcos establecidos para otros sectores y que le confieren ese carácter único.

Sin embargo, la parte básica de la medición de los SICC proviene de los marcos establecidos para medir la innovación a nivel general, e incluye aspectos relacionados con:

- Innovación de producto
- Innovación metodológica o de proceso
- Innovación abierta
- Innovación intersectorial
- Papel de la tecnología
- Recursos de I+D
- Impacto económico

Para reflexionar sobre la medición de la innovación a nivel organizacional, *Contrast II* introduce dos tipos de preguntas en el cuestionario

- A. Ítems o preguntas estandarizadas, con el propósito de comprobar si las organizaciones de los SICC se sienten representadas y son capaces de responder a encuestas existentes de carácter general.
- B. Ítems o preguntas propias, incluyendo aspectos singulares relacionados con los impactos y que permiten visibilizar la singularidad de los SICC.

Para llevar a cabo este ejercicio se tomó como referencia la Encuesta de Innovación Comunitaria (*Community Innovation Survey*) de la Unión Europea⁹. Es una herramienta bien estandarizada y de gran alcance, con la que es posible contrastar estas ideas: cómo los SICC se adaptan a las encuestas generales y en qué son únicos.

Adaptación de los SICC a los marcos establecidos para la medición de la innovación

La encuesta incluyó los principales conceptos de innovación de procesos y productos con una ligera adaptación que incluyó la etiqueta "obras artísticas" en relación con la innovación de productos.

⁹ En el momento de diseñar el cuestionario *Contrast*, la publicación más reciente era 2020, así que el cuestionario tiene como referencia ese año. Se ha utilizado la versión adaptada por el instituto vasco de Estadística (Eustat): https://www.eustat.eus/comun/ExtractorBlob.ashx?id=cu_223202_2020.pdf
La versión original puede consultarse en la página web de Eurostat: https://ec.europa.eu/eurostat/cache/metadata/Annexes/inn_cis12_esms_an2.pdf

Para valorar en qué medida los conceptos vinculados a cada definición representan a los SICC, se incluyó una pregunta específica para evaluar si los cambios/innovaciones realizadas por las organizaciones encuestadas coinciden con estos conceptos.

La innovación de procesos considera, como parte de su definición, cambios en los siguientes aspectos

1. Métodos de producción, Desarrollo de bienes o prestación de servicios
2. Métodos de procesamiento de información y comunicación
3. Prácticas sobre procedimientos de la organización o relaciones externas.
4. Métodos organizativos, de toma de decisiones o de gestión de recursos humanos
5. Métodos de marketing para promoción, embalaje, fijación de precios, posicionamiento de producto u otras operaciones administrativas
6. Métodos de contabilidad u otras operaciones administrativas
7. Métodos nuevos o significativamente mejorados de logística, entrega o distribución

Ninguno de los casos que declararon haber realizado cambios en el concepto de proceso (ya sean menores o significativos) ha manifestado que ninguno de los puntos anteriores se ajusta a su caso. De forma global, como se destaca en el apartado 4.4.1, para los cinco primeros conceptos del listado anterior, el porcentaje de casos que afirman que estos campos no son aplicables a los cambios que han realizado se sitúa entre el 11% y el 24%. Para los dos últimos, estos porcentajes aumentan hasta el 36% y el 49% respectivamente.

Los ítems con mayor porcentaje de casos que declaran “coincidencia total o casi total” son “Métodos para producir, desarrollar bienes o prestar servicios” y “Métodos de procesamiento o comunicación de información”, alcanzando el 48% y el 45%.

Sin duda, los porcentajes vinculados a cada área de innovación muestran diversidad de acciones al interior de los SICC con dos rubros que son tendencia. Además, el hecho de que los casos que han realizado innovaciones recientemente hayan encontrado un elemento que representa su innovación, muestra que **el concepto estándar de innovación de procesos es adecuado** para los SICC.

Sobre la innovación de producto, el ejercicio se lleva a cabo teniendo en cuenta que las áreas de innovación se vinculan a conceptos como:

1. Calidad
2. Credibilidad
3. Facilidad de uso
4. Especificaciones o procedimientos técnicos
5. Accesibilidad
6. idoneidad
7. Eficiencia de uso
8. Durabilidad

Sólo uno de los casos que han innovado en producto (ya sean cambios menores o significativos) afirma que ninguno de los conceptos propuestos se adapta a su caso. Para los primeros cinco conceptos, entre el 9% y el 18% afirma que los conceptos no son aplicables a sus casos. Sólo para los dos últimos conceptos se alcanzan porcentajes ligeramente superiores, 26% y 28% respectivamente. En los casos de “calidad” y “credibilidad”, los porcentajes de “coincidencia total o casi total” de los cambios realizados con este concepto alcanzan más del 50% (57% y 55% respectivamente)

En general, los porcentajes de no aplicabilidad siguen siendo algo inferiores que en el caso de la innovación de procesos. Esto indica que, a pesar de la diversidad presente en el sector, las organizaciones generalmente están representadas por las áreas que definen las innovaciones de productos de manera estándar.

El cuestionario también agregó una pregunta sobre el uso de diferentes formas de protección de la propiedad intelectual incluidas en la Encuesta de Innovación Comunitaria:

1. Marcas comerciales
2. Copyrights
3. Labels
4. Secretos comerciales
5. Patentes
6. Diseños industriales

En este caso, se detecta que hasta un 58% recurre a alguna de estas formas de protección de la propiedad intelectual, principalmente el registro de marcas (32%) y la reclamación de derechos de autor (27%). Esta cuestión, y en concreto estas partidas, están íntimamente ligadas a la actividad cultural y creativa, por lo que a pesar de la cantidad de empresas que hacen uso de estas formas jurídicas, son cuestiones que se adaptan perfectamente a los SICCC.

La última cuestión considerada relevante tiene que ver con el impacto económico dentro de la propia organización de las innovaciones realizadas. El indicador básico de la Encuesta de Innovación Comunitaria es en este caso el porcentaje de la facturación del último año debido a productos (servicios, bienes u obras artísticas) nuevos o mejorados con cambios significativos dentro de un periodo de referencia de los dos últimos años.

Aunque en casi todos los casos se obtiene una respuesta válida (sólo cuatro casos afirman, sin motivos explícitos, que esta pregunta no les es aplicable), en algunos casos se ponen de relieve ciertas dificultades. Pese a ello, no se trata de dificultades ligadas al hecho de ser agentes culturales o creativos. Por ejemplo:

- Cinco casos manifiestan la especificidad de su actividad al arrancar u otras razones relacionadas con el emprendimiento y el hecho de que sus proyectos que no tengan suficiente recorrido para poder ser evaluados correctamente (necesitan llegar al medio y largo plazo para obtener resultados).

- Hay que tener en cuenta que la encuesta no se limitó a organizaciones del sector empresarial privado, por lo que cinco casos advierten que el ítem no es adecuado para medir su impacto de forma adecuada.
- En tres casos señalan que la formulación utilizada no es la adecuada, dando lugar a confusión porque "turnover" también puede entenderse como "desgaste (attrition) de empleados" y no sólo como "ingresos".

Tanto estas como otras respuestas, advierten sobre la necesidad de ofrecer definiciones comprensibles de todos los ítems vinculados a lo que se quiere medir sin dar por sentado ningún conocimiento previo. Aunque muchas de las preguntas relacionadas con el tipo de innovación ya incluían definiciones, no en todos los casos.

En este sentido, es necesario destacar que la misma Encuesta de Innovación Comunitaria filtra la participación a organizaciones de más de 10 empleados. Es comprensible que las organizaciones más pequeñas tengan mayores dificultades para monitorear este tipo de resultados internos e incluso dificultades para manejar adecuadamente el lenguaje utilizado.

Los SICC generalmente están compuestos por una gran cantidad de pequeños agentes. Así, **en términos económicos, hay dificultades que no provienen tanto de la especificidad del sector de actividad, sino del tipo de agentes.**

Ampliar el marco para incorporar el impacto en los SICC

La misma Encuesta de Innovación Comunitaria plantea un tipo específico de pregunta para evaluar el impacto ambiental. Se trata de preguntarse si en el ámbito “X” (por ejemplo, reducción del uso de agua) se ha producido:

- Un cambio significativo
- Un cambio no significativo
- Sin cambio

Este formato de pregunta se ha utilizado en el cuestionario de *Contrast II* para preguntar tanto por temas adicionales de impacto económico (ítems propios más allá de los ingresos por productos innovadores) como sobre nuevas cuestiones de carácter social y cultural, manteniendo las establecidas en la dimensión ambiental (apartados 4.5.2 y 4.5.3).

Para la construcción de ítems sobre las dimensiones sociales y propiamente culturales el cuestionario toma como referencia el [marco conceptual que inició el proceso de reflexión Contrast](#).

Tabla 14. Ítems propuestos en la encuesta a organizaciones para evaluar los impactos de los SICC en cada dimensión

Grado de impacto económico por innovación de la organización

- Aumento del empleo en la organización
- Mejora de las condiciones de empleo
- Aumento de beneficios de la organización
- Aumento de beneficios por derechos de autor o copyright

Grado de impacto social por innovación de la organización

- Ampliación del nivel de acceso a la cultura y la creatividad
- Generación o fortalecimiento de una identidad colectiva o del sentimiento de pertenencia a una comunidad
- Promoción de prácticas sociales y culturales diversas (diversidad social)
- Promoción de la igualdad social

- Promoción de la igualdad de género
- Aumento de la concienciación social respecto a temas medioambientales
- Promoción de la salud y el bienestar

Grado de impacto medioambiental por innovación de la organización

- Reducción del uso de material o de agua
- Reducción del uso de la energía o de la huella de CO2 (reducción de emisiones CO2)
- Reducción de la contaminación del suelo, acústica, agua o del aire
- Reemplazo de materiales por otros menos contaminantes o peligrosos
- Reemplazo de una parte de energía fósil por energías renovables
- Reciclaje de residuos, agua o materiales para su propio uso o venta

Valor intrínseco o social compartido. Su proyecto de innovación ...

- Aumenta el conocimiento de las personas
- Genera una experiencia singular
- Refuerza la gobernanza compartida
- Tiene en cuenta los valores y creencias de la comunidad en la que se asienta

Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta a organizaciones *Contrast II*

De acuerdo con los resultados obtenidos, es posible afirmar que el diseño adoptado es válido para visibilizar la singularidad de los SICC en términos de su valor social y cultural.

Los resultados obtenidos a través de los ítems obtenidos (bloques 4.5.2 y 4.5.3 de este informe) están alineados con el patrón descrito en una aproximación general inicial (bloque 4.5.1):

- Un impacto social alto y ligeramente superior al económico.
- Un impacto ambiental limitado respecto al resto de dimensiones.
- Un impacto cultural adecuado (valor intrínseco y social compartido) como componente principal.

Es necesario destacar, en términos de impacto ambiental, que la contribución de los SICCC puede diferir de lo que se mide de forma estándar, que se refiere a aspectos de carácter muy industrial. Una característica de la que carecen muchos sectores y agentes de los SICCC.

En este sentido, la explicación de este impacto limitado puede deberse a tres motivos:

- Falta de adecuación de ítems: el impacto limitado puede deberse a que no se miden temas relevantes específicos del sector y/o del tipo de agentes.
- Un interés secundario y menos prioritario en estos temas: el limitado impacto puede deberse a la falta de interés por profundizar en este tipo de impactos.
- Falta de conocimientos, recursos o capacidades: el impacto limitado puede deberse a la falta de medios para trabajar en esta dimensión.

Para profundizar la reflexión es necesario mencionar que en la dimensión social se introdujo un ítem vinculado a la dimensión ambiental. De hecho, es el que menor impacto tiene dentro de esta dimensión social (“sensibilización social en cuestiones ambientales”). Esto puede ser indicativo de que la dimensión ambiental es específica de ciertos proyectos o sectores, pero no de todo el sector. Asimismo, también se declara el ítem vinculado a la salud en el que se declara un impacto menos relevante. Por otro lado, aspectos como la igualdad social y de género son mucho más compartidos por el conjunto del sector y el impacto declarado es mayor que lo relativo al medio ambiente o la salud.

En cualquier caso, desde la visión técnica de la medición de impacto, parece claro que **el diseño utilizado en la encuesta es capaz de revelar características de los SICC en términos de potencialidades y dificultades** (Tabla 14). De hecho, en las preguntas abiertas diseñadas para recabar feedback sobre los ítems propuestos no ha habido dudas ni comentarios relevantes en sentido contrario (es decir, como ítems inapropiados o incomprensibles).

Comentario final

Esta breve investigación, desde una perspectiva más técnica que conceptual, muestra que la medición estándar de la innovación es válida para los SICC, aunque tiene limitaciones. La pregunta es cómo abordar estas limitaciones.

En primer lugar, hay que considerar que participar en los marcos establecidos debe servir para estandarizarse en el conjunto de la economía y que las limitaciones existentes no son suficientes para renunciar a ser parte del todo. Las limitaciones tienen que con que no se visualicen determinados aspectos específicos del sector. A este respecto hay que subrayar que la falta de adecuación a la especificidad del sector no es un hecho exclusivo de los SICC. Otros sectores también pueden experimentar una falta de adecuación.

En este sentido, una limitación específica del sector tiene más que ver con la tipología de agentes más extendida de agentes que con la propia naturaleza de su actividad:

- Por ejemplo, la Encuesta de Innovación Comunitaria se ciñe a empresas con más de 10 empleados, entendiéndose que cuentan con estructuras organizativas y recursos que les permiten recopilar información más precisa y completa. Asimismo, también son un tipo de agentes que juegan un papel más activo en la inversión de I+D y en el desarrollo y adopción de nuevas tecnologías y cuentan con mayores recursos para disponer de personal especializado.
- A su vez, otra característica del sector es la naturaleza jurídica de sus agentes: el ecosistema también está conformado, de manera importante en términos comparativos con otros sectores, por agentes públicos y agentes privados del tercer sector. Así, esta parte del ecosistema cultural y creativo también queda fuera de la mirada que suelen realizar las encuestas de innovación, centradas en agentes comerciales privados.

Dadas las limitaciones, hay que considerar en primer lugar que la pretensión de visibilizar otro tipo de agentes e impactos no debe justificarse principalmente por el hecho de la necesidad de adaptarse a los SICC: hay que mirar más allá. **El hecho de adaptar los marcos establecidos a nuevos parámetros debería servir para impulsar una mirada diferente y más completa de la economía vinculada a la innovación.** La estrategia para visibilizarse pasa así por reconocer motivos más amplios y con los que se puede generar mayor complicidad con otros sectores.

En segundo lugar, la existencia de estas limitaciones debe seguir impulsando nuevas acciones encaminadas a comprender mejor el propio sector y buscar espacios y motivos propios con los que explicarse de forma clara y precisa, evitando vaguedades y discursos infundados.

PARTE IV: SÍNTESIS FINAL

7. A destacar

7.1 Recapitulación: objetivos, metodología e hipótesis

En consonancia con los principales objetivos del proyecto *Contrast*, desarrollado en dos fases (estudio piloto y estudio ampliado actual), este informe ha estudiado con mayor profundidad y sistematización las características de los entornos de innovación de los SICC y sus tipos de innovación.

La diversidad de regiones y de casos ha permitido realizar un análisis desde una posición objetiva y sin prejuicios. La muestra es relevante para los objetivos de la investigación, aunque en términos puramente estadísticos no es representativa, es teórica.

Por otro lado, la metodología utilizada a través de dos cuestionarios diseñados *ad hoc*, nos ha permitido visualizar y estudiar elementos comunes a todos los sectores y explorar aquellos propios de los SICC. Estas herramientas han permitido conocer en términos objetivos cuestiones claves planteadas a partir de la reflexión teórica iniciada hace tres años y trasladarlas a la realidad de la innovación en estos sectores. Además, la investigación no se limita a un retrato de la situación (muy valiosa en sí misma), sino que también incorpora aportes de carácter

cualitativo sobre las barreras y oportunidades para el desarrollo futuro de la innovación en los SICC en los diversos contextos.

Atendiendo nuevamente a las **hipótesis iniciales del estudio sobre el efecto del contexto en dos niveles** (primero, la influencia del contexto global de la región sobre el contexto específico de los SICC y, segundo, del contexto específico de los SICC sobre el tipos y procedimientos de innovación), **la evidencia es parcial**.

El estudio confirma que existe una correlación entre los contextos generales y los contextos de innovación en los SICC, pero **la correlación entre los contextos específicos y la innovación a nivel de caso no es tan clara**. No existe una relación lineal entre este último y el nivel de innovación de los casos. **En este nivel, la relación es más cualitativa (cómo se innova) que cuantitativa (impacto)**.

7.2 Hallazgos relacionados con los contextos y ecosistemas

Existen diversos aspectos de carácter general que predominan los ecosistemas de innovación en los SICC de forma transversal:

- **Las estrategias de apoyo y fomento de la innovación en los SICC están lideradas principalmente por agentes específicos del ámbito cultural.** Cuando no están liderados principalmente por agentes específicos, se produce un co-liderazgo con agentes generalistas. En ninguno de los ecosistemas estudiados el liderazgo proviene de agentes generalistas. **Existe un alto grado de conciencia de una cierta necesidad de especialización.**
- **Las incubadoras, los clústeres y los programas de apoyo económico son el tipo de medidas diseñadas específicamente para los SICC más extendidas.** En el resto de medidas generalmente se incluyen los SICC, pero no son las únicas destinatarias de los programas. Donde menos incluidas están es en los parques científicos y tecnológicos. Cuando existen herramientas específicas para los SICC, los agentes culturales y creativos las conocen y las utilizan para impulsar sus proyectos de innovación.
- **El apoyo no monetario predomina en los niveles administrativos locales y regionales. El apoyo monetario está impulsado principalmente por niveles administrativos superiores (estatales e internacionales).**

En términos de contextos más generales, la innovación, con sus posibles diferencias, está presente en todas las regiones analizadas. Más fuerza (mejores resultados) y especificidad (mejores condiciones) en el ecosistema de apoyo no significa necesariamente más innovación, pero sí tiene un efecto lógico al promover una dinámica más favorable a la innovación:

- En las regiones analizadas, con sus singularidades, se observa que **se asume el modelo de innovación abierta de la cuarta hélice (gobierno-universidades-industria-sociedad civil)**, muy consistente de hecho con las características de los SICC dada su fuerte impronta social. .
- Aunque otros factores externos (sociales y económicos, macro o contextuales) pueden influir en los resultados, un ecosistema de innovación más adaptado a los SICC (más específico) **contribuye a generar tejido innovador y mayor densidad de iniciativas innovadoras.**
- Por el contrario, a pesar de tener un ecosistema más frágil y menos adaptado a las especificidades de los SICC, pueden surgir proyectos altamente innovadores con impactos igualmente significativos. **A falta de un contexto con estructuras de apoyo, los agentes buscan formas de impulsar con sus propios medios sus proyectos de innovación.** Son los proyectos que obtienen mayor retorno económico. Se puede decir que **no tienen licencia para fracasar y, en vista de los resultados, no fracasan.**

En conclusión, la falta de herramientas de apoyo específicas a la innovación, diseñadas y dirigidas a los SICC, no impide que surjan proyectos innovadores. De hecho, algunos de los más impactantes tienen lugar en contextos emergentes. Pese a ello, **el hecho de contar con un ecosistema propicio genera una dinámica favorable a la innovación, un surco especial que incita a avanzar en materia de innovación.**

Si bien es cierto que un marco socioeconómico general es un factor externo a los elementos del ecosistema de los SICC que pueden ejercer un efecto favorable, la innovación no sólo ocurre en

estos contextos: **la innovación ocurre en todas partes, es parte del ADN organizaciones de los SICC, y se puede observar dondequiera que estén.**

7.3 Hallazgos relacionados con los tipos de innovación

Más de la mitad de los casos tienen una **actividad innovadora intensa** y manifiestan haber realizado cambios significativos tanto de producto como de proceso. Así, en los SICC **la innovación es principalmente combinada**. Este hecho parece estar relacionado con el tipo de proyectos de las organizaciones de los SICC, dado que su producto son sobre todo los servicios y, en clave de innovación de proceso, las mejoras guardan relación con este tipo de proyectos.

En relación con los procedimientos para innovar, destaca:

- En los perfiles innovadores de alto nivel **el peso de los recursos propios es muy relevante**.
- **Cuánto más se innova** también se observa **mayor apoyo en recursos específicos de I+D**. Las capacidades juegan un papel relevante en la promoción de la actividad innovadora.
- **Las organizaciones más innovadoras recurren más a la colaboración** para innovar.
- Por último, **cuánto más intenso es el perfil de innovación, más uso de tecnología** orientado a innovar existe.

- **La innovación intersectorial es bastante transversal** a todos los perfiles de innovación: tres de cada diez casos innovan para otros sectores.
- **El registro de marcas comerciales y los derechos de autor son las formas de protección de la propiedad intelectual más habitualmente usadas** en los SICC; siendo menos relevantes la adquisición de etiquetas, los secretos comerciales, el registro de patentes y diseños industriales.

En cuanto al valor y los impactos de la innovación se observa que **la innovación tiene un retorno económico importante** para los agentes de los SICC: un 59,1% de sus ingresos provinieron de productos en los que aplicaron cambios significativos. Así:

- La innovación en los SICC no solo produce resultados individuales o privados favorables (que, de forma agregada, lo son a nivel general), sino **externalidades positivas importantes, especialmente de tipo social y cultural**. Este hecho configura un carácter singular del valor de la innovación en los SICC.
- Si se observan las distintas motivaciones se visibiliza de forma clara y definitiva la inclinación o el acento no-económico. **Las razones que inducen a innovar no son principalmente de carácter económico, aunque esté presente**. Las razones económicas están tras los perfiles de innovadores de bajo nivel o nivel medio-bajo; tras los innovadores medio-altos o de máximo nivel (la mayoría de la muestra) se encuentran las motivaciones principalmente culturales, sociales, educativas, etc.

- En cuanto a los impactos de la innovación, lo social aparece destacado, en combinación con lo económico, por lo que se infiere que lo social no está reñido con lo económico. En un nivel inferior se sitúa el impacto medioambiental.

Finalmente, destaca que **la falta de financiación dentro de la organización (o de otras fuentes privadas) aparece como la principal barrera para innovar**. Es importante tenerlo en consideración puesto que siete de cada diez casos innovan con medios y recursos propios.

7.4 Apuntes sobre la medición de la innovación en los SICC

El diseño de los cuestionarios incorporó un seguido de preguntas con una doble intención: conseguir un conocimiento de determinados aspectos, pero valorar también su funcionamiento. Este conjunto de preguntas ha servido para:

- Valorar si los SICC se sienten representados en los conceptos estándar usados en los marcos establecidos de medición de la innovación
- Explorar como han funcionado los nuevos elementos añadidos, orientados a destacar la singularidad de los SICC en sintonía con los marcos establecidos.

Los resultados han puesto de manifiesto que **la medición estándar de la innovación es válida para los SICC, aunque presenta limitaciones**. La pregunta es cómo afrontar estas limitaciones, dado que no son suficientes como para renunciar a ser parte del todo y vivir ajenos a los procesos y conceptos homologados y extendidos al conjunto de la economía.

Se ha visto que **una limitación propia del sector tiene más que ver con su tipo de agentes** más extendido (un gran número de pequeños agentes y relevancia de los agentes públicos y del tercer sector) que con el carácter de su actividad.

La reivindicación de visibilizar otros tipos de agentes y de impactos no debe justificarse principalmente por el hecho de adaptarse a los SICC: hay que mirar más allá. **Adaptar los marcos establecidos a nuevos parámetros debe servir para potenciar una mirada distinta y más completa a la economía**. Esta es, de hecho, una singularidad del sector: el peso de las razones distintas a las económicas.

La existencia de estas limitaciones debe seguir promoviendo **nuevas acciones destinadas a entender mejor el propio sector y a buscar espacios y motivos propios con los que explicarse** de forma clara y precisa, evitando vaguedades y discursos poco fundamentados.



ANEXOS

ANEXO 1. Muestras y cuestionarios

Análisis de las regiones

El cuestionario para los coordinadores regionales se distribuyó de forma digital (LimeSurvey) entre el 21 de febrero de 2023 y el 23 de mayo de 2023.

País	Australia	Colombia	Dinamarca	Estonia	Finlandia	Alemania	India	Italia	Kenia	Portugal	Sudáfrica	España	Uganda	Reino Unido	EE. UU.	EE. UU.
Tipo de caso	Región	Región	País	País	País	Región	Región	Región	País	Región	Región	Región	País	Región	Región	Región
Caso	Australia Meridional	Antioquía	Dinamarca	Estonia	Finlandia	Baden-Württemberg	Karnataka	Apulia	Kenia	Región del Norte	Cabo Occidental	Comunidad Valenciana	Uganda	Región de Cardiff Capital (CCR)	Washington	California

Respondieron 16 casos repartidos en las siguientes áreas globales:

Europa	África	Asia-Pacífico	América del Norte	América Latina
<ul style="list-style-type: none"> > Baden-Württemberg (Alemania) > Cardiff (CCR-RU) > Comunidad Valenciana (España) > Dinamarca > Estonia > Finlandia > Región del Norte (Portugal) > Apulia (Italia) 	<ul style="list-style-type: none"> > Kenia > Cabo Occidental (Sudáfrica) > Uganda 	<ul style="list-style-type: none"> > Australia Meridional (Australia) > Karnataka (India) 	<ul style="list-style-type: none"> > Washington (EE. UU.) > California (EE. UU.) 	<ul style="list-style-type: none"> > Antioquia (Colombia)

Encuesta a los coordinadores:

A) Fuentes de información

En este bloque inicial, las preguntas se refieren a:

1. Organismos estadísticos oficiales existentes.
2. Estadísticas existentes sobre los sectores culturales y creativos.
3. La existencia de observatorios culturales u organizaciones de investigación en este campo.
4. Otra información pertinente, como informes, instituciones, etc.

En cada caso, se pide que se faciliten referencias identificativas, con nombres y enlaces web.

¿Cuáles son los organismos estadísticos oficiales de la región?

Incluya los enlaces web.

¿Conoce alguna estadística relacionada con la innovación en la región o el país?

- Sí
- No
- No lo sé

¿Cuáles? Incluya los enlaces web.

¿Existen estadísticas sobre el número de empresas y/o empleo en los sectores culturales y creativos?

Específicos o no, pero con capacidad para analizar los sectores culturales y creativos en particular.

- Sí
- No
- No lo sé

¿Cuáles? Incluya los enlaces web.
¿Existen observatorios o entidades de investigación específicos en el ámbito de los sectores culturales y creativos?
<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> No lo sé
¿Cuáles? Incluya los enlaces web.

¿Hay alguna otra información relevante sobre los CCSI o la innovación? (Informes, instituciones, organizaciones). En caso afirmativo, escríbala a continuación e incluya los enlaces web.

B) Posicionamiento de la región en materia de innovación y CCSI

El bloque de posicionamiento de la región en materia de innovación y CCSI incluye una visión subjetiva del coordinador en su calidad de informador clave.

Se trata de una breve sección en la que:

1. Se evalúan distintos aspectos del contexto cultural y creativo de la región en una escala de valoración.
2. Se solicita clasificar la región en una etapa de desarrollo de los CCSI diferenciando entre:
Emergente, Moderado, Avanzado o Vanguardista.

Se incluyen dos preguntas abiertas sobre las oportunidades y limitaciones que el coordinador identifica como relevantes en su región.

En su opinión, en una escala de 1 (totalmente en desacuerdo) a 7 (totalmente de acuerdo), ¿qué piensa en relación con las siguientes afirmaciones?

	1	2	3	4	5	6	7
La administración regional confiere importancia estratégica a la innovación							
La administración regional confiere importancia estratégica a los sectores culturales y creativos							
Los sectores culturales y creativos de la región tienen un alto nivel de estructura y organización							
Los sectores culturales y creativos contribuyen de forma importante a la competitividad regional							

Se fomenta la internacionalización de los sectores culturales y creativos de la región								
El apoyo a la innovación en los sectores culturales y creativos es relevante en la región								
Se fomenta la participación de los sectores culturales y creativos en proyectos conjuntos con otros sectores								
La formación en los sectores culturales y creativos se incluye en el sistema educativo								
¿Cómo valora el desarrollo de los sectores culturales y creativos en la región?								

- Emergente
- Moderado
- Avanzado
- Vanguardista
- Otra respuesta: _____

¿Puede explicar brevemente qué elementos tiene en cuenta para hacer esta valoración?

¿Qué oportunidades de desarrollo para los CCSI ve en la región?

¿Y qué limitaciones o retos ve en la región?

C) Enfoque estratégico general

En este bloque se pretende explorar:

- Tipo de actores implicados:
 - Culturales o no culturales
 - No específicos (como ministerios) o específicos (agencias)
- Niveles administrativos implicados
- Existencia de planes o estrategias

Se incluyen preguntas para diferenciar el papel desempeñado por cada actor. Si es necesario, puede añadirse información adicional indicando referencias y enlaces web.

¿Cuáles son las principales áreas o departamentos implicados en las políticas y programas de desarrollo económico e innovación en la región? (Ministerios, departamentos u otros organismos de ámbitos distintos al cultural)

Y en el ámbito específico de los sectores culturales y creativos, ¿quiénes son los principales actores que desarrollan políticas y programas? (Especificación de ministerios, departamentos u otros organismos culturales)

¿Qué tipo de actores llevan a cabo políticas activas en los sectores culturales y creativos de la región?

- Ministerios, áreas o departamentos de otros ámbitos distintos de la cultura
- Ministerios, áreas o departamentos culturales
- Agencias de desarrollo o similares de carácter general (varios sectores)
- Agencias de desarrollo o similares especializadas en CCSI
- Otra respuesta. Nombre a los actores:

En una escala de 1 (menos relevante) a 7 (muy relevante), ¿qué papel tienen los distintos actores en el desarrollo de estrategias para los sectores culturales y creativos?

	No seleccionado en la pregunta anterior como actor activo	1 Menos relevante	2	3	4	5	6	7 Muy relevante
Ministerios, áreas o departamentos de otros ámbitos distintos de la cultura								
Ministerios, áreas o departamentos culturales								
Agencias de desarrollo o similares de carácter general (varios sectores)								

Agencias de desarrollo o similares especializadas en CCSI									
Otra respuesta									
<p>En una escala de 1 (menos relevante) a 7 (muy relevante), ¿qué papel desempeña cada nivel administrativo en términos de apoyo no monetario a los CCSI (infraestructura, asesoramiento, formación, etc.)?</p>									
	1								7
	Menos relevante		2	3	4	5	6		Muy relevante

Administración local								
Gobierno regional								
Gobierno estatal								
Nivel internacional								
<p>En una escala de 1 (menos relevante) a 7 (muy relevante), ¿qué papel desempeña cada nivel administrativo en términos de apoyo monetario a los CCSI (ayudas, subvenciones, líneas de crédito, incentivos fiscales, etc.)?</p>								

	1	2	3	4	5	6	7
	Menos relevante						Muy relevante
Administración local							
Gobierno regional							
Gobierno estatal							
Nivel internacional							

¿Se conoce algún plan o estrategia pública que incorpore los sectores culturales y creativos en su totalidad o en parte como prioridad estratégica en el desarrollo económico regional?

- Sí, en planes de los CCSI específicos
- Sí, en la planificación cultural
- Sí, en planes de innovación, ciencia y/o tecnología
- Sí, otros. Indique cuáles:
- No
- No lo sé

En caso afirmativo, ¿destaca algún sector específico en estos planes o estrategias?

- Sí. Indique cuál:
- No, todos los sectores CCSI
- No lo sé

Pensando en el poder administrativo, en una escala de 1 (ninguna autonomía) a 7 (alto grado de autonomía), ¿en qué

medida puede desarrollar políticas y programas dirigidos a los CCSI de la región?

1						7
Ninguna autonomía	2	3	4	5	6	Alto grado de autonomía

¿Existe algún plan o estrategia pública conocida en la región que aborde cuestiones de sostenibilidad e innovación?

- Sí. Indique cuál:
- No
- No lo sé

D) El ecosistema de innovación y los CCSI

D.1) Generación y transferencia de conocimientos

Este bloque se centra principalmente en las herramientas de apoyo a la generación y transferencia de conocimientos en los CCSI:

- Incubadoras (servicios e infraestructuras para la creación de empresas) y aceleradoras (destinadas a impulsar proyectos en desarrollo mediante financiación u otros recursos).
- Agrupaciones u otras redes similares de empresas e instituciones.
- Parques científicos o tecnológicos donde se promueven empresas e instituciones innovadoras y generadoras de conocimiento.

Se pide a los coordinadores que evalúen si las herramientas existentes son específicas de los CCSI, inespecíficas, pero que implican a los CCSI, o inespecíficas y que no implican a los CCSI. Cuando una acción es específica o está

relacionada con los CCSI, se pide a los coordinadores que indiquen referencias, enlaces web y organismos responsables.

¿Existen **incubadoras** (servicios e infraestructuras para la creación de empresas) y **aceleradoras** (destinadas a impulsar proyectos en desarrollo mediante financiación u otros recursos)?

- Sí, específicas de los CCSI
- Sí, no específicas de los CCSI, pero implican a los CCSI
- Sí, no específicas de los CCSI y que no implican a los CCSI
- No
- No lo sé

Si existen incubadoras y aceleradoras específicas o relacionadas con los CCSI, escriba los nombres y los enlaces web.

¿Quién gestiona estos espacios? Indique los organismos responsables y los enlace web.

¿Existen **agrupaciones u otras redes similares** de empresas e instituciones?

- Sí, específicas de los CCSI
- Sí, no específicas de los CCSI, pero implican a los CCSI
- Sí, no específicas de los CCSI y que no implican a los CCSI
- No
- No lo sé

Si existen agrupaciones o redes específicas de los CCSI, escriba los nombres y los enlaces web.

¿Quién dirige estos programas? Indique los organismos responsables y los enlaces web.
¿Existen parques científicos o tecnológicos donde se fomente la cultura de la innovación y la competitividad de las empresas e instituciones generadoras de conocimiento?
<input type="checkbox"/> Sí, específicos de los CCSI <input type="checkbox"/> Sí, no específicos de los CCSI, pero implican a los CCSI <input type="checkbox"/> Sí, no específicos de los CCSI y que no implican a los CCSI <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> No lo sé
Si existen parques científicos o tecnológicos específicos de los CCSI, escriba los nombres y los enlaces web.

¿Quién gestiona estos parques? Indique los organismos responsables y los enlaces web.

D.2) El ecosistema de innovación y los CCSI: condiciones y apoyo a la innovación

El último bloque se centra en las condiciones existentes y el apoyo a la innovación:

- Programas de financiación y apoyo económico (subvenciones, líneas de crédito, incentivos fiscales, etc.).

- Programas específicos para impulsar la innovación en los CCSI.
- Programas de asesoramiento y formación en el ámbito de la innovación.
- Programas de emprendimiento: Asesoramiento, formación, tutoría.
- Premios/reconocimientos a proyectos de innovación.
- Una tabla de evaluación final para valorar la importancia de cada tipo de programa.

¿Existen programas de **financiación y apoyo** económico (subvenciones, líneas de crédito, incentivos fiscales, etc.) para los sectores culturales y creativos?

- Sí, específicos de los CCSI
- Sí, no son específicos de los CCSI, ya que coinciden con otros sectores
- No
- No lo sé

¿Qué programas de financiación y económicos son específicos para los CCSI? Indique los nombres de los programas y los enlaces web.

¿A cuánto asciende el presupuesto total de estos programas (importe aproximado en términos monetarios)? Indique entre paréntesis el tipo de moneda.

¿Quién gestiona los programas? Indique los organismos responsables y los enlaces web.

<p>¿Alguno de estos programas es específico para proyectos de innovación en los sectores culturales y creativos?</p>						
<p> <input type="checkbox"/> Sí. Indique cuáles <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> No lo sé </p>						
<p>En una escala de 1 (poco probable) a 7 (probable), ¿hasta qué punto cree que la innovación se hace principalmente por iniciativa privada y con autofinanciación propia?</p>						
1	2	3	4	5	6	7

¿Existen programas de **asesoramiento y formación** en el ámbito de la **innovación**?

- Sí, específicos de los CCSI
- Sí, no específicos de los CCSI, pero implican a los CCSI
- Sí, no específicos de los CCSI y que no implican a los CCSI
- No
- No lo sé

¿Cuáles son los programas de asesoramiento y formación específicos o relacionados con los CCSI? Escriba los nombres y los enlaces web.

¿Quién gestiona los programas? Indique los organismos responsables y los enlaces web.

¿Existen programas de **asesoramiento y formación** en el ámbito del **espíritu empresarial**?

- Sí, específicos de los CCSI
- Sí, no específicos de los CCSI, pero implican a los CCSI
- Sí, no específicos de los CCSI y que no implican a los CCSI
- No
- No lo sé

¿Cuáles son los programas de asesoramiento y formación específicos o relacionados con los CCSI? Escriba los nombres y los enlaces web.

¿Quién gestiona los programas? Indique los organismos responsables y los enlaces web.
¿Existen premios/reconocimientos para proyectos de innovación?
<input type="checkbox"/> Sí, específicos de los CCSI <input type="checkbox"/> Sí, no específicos de los CCSI, pero implican a los CCSI <input type="checkbox"/> Sí, no específicos de los CCSI y que no implican a los CCSI <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> No lo sé

¿Qué premios/reconocimientos son específicos de los CCSI o implican a los CCSI? Escriba los nombres y los enlaces web.
¿Quién gestiona los premios/reconocimientos? Indique los organismos responsables y los enlaces web.
Si piensa en ellos a nivel general, ¿cómo valora la importancia de cada tipo de programa de apoyo al desarrollo de la innovación en los CCSI de la región?

	Inexistente	1 Menos importante	2	3	4	5	6	7 Muy importante
Financiación y apoyo financiero a los CCSI en general								
Financiación y apoyo financiero a la innovación en general								
Asesoramiento y formación para la innovación								
Asesoramiento y formación para el emprendimiento								
Premios y reconocimientos								

Incubadoras y aceleradoras									
Agrupaciones u otras redes y plataformas									
Parques científicos o tecnológicos									
<p>¿Cómo evalúa el desarrollo de mecanismos de generación y transferencia de conocimientos? ¿Qué acciones funcionan o podrían funcionar? ¿Cuáles son las principales dificultades?</p>									

¿Y las condiciones y herramientas para apoyar la innovación? ¿Qué acciones funcionan o podrían funcionar? ¿Cuáles son las principales dificultades?

El cuestionario a las organizaciones se distribuyó de forma digital (LimeSurvey) entre el 25 de abril de 2023 y el 19 de julio de 2023.

El total de respuestas es de 88, con la siguiente distribución por regiones:

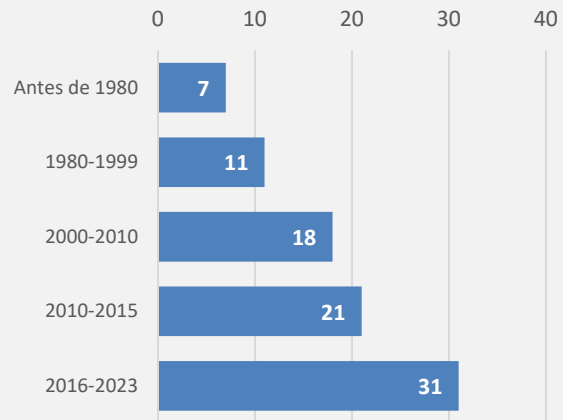
Región	Organizaciones
<i>Cabo Occidental</i>	5
<i>Antioquía</i>	6
<i>Baden-Württemberg</i>	10
<i>California</i>	4
<i>Cardiff (CCR)</i>	6
<i>Comunidad Valenciana</i>	7
<i>Dinamarca</i>	0
<i>Estonia</i>	4
<i>Finlandia</i>	5
<i>Karnataka</i>	3
<i>Kenia</i>	9

<i>Región del Norte</i>	4
<i>Apulia</i>	7
<i>Sudáfrica</i>	6
<i>Uganda / África Oriental*</i>	6
<i>Washington</i>	6

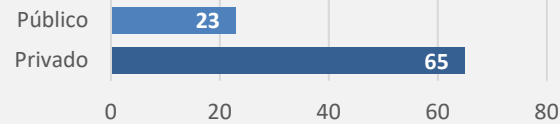
* En el caso de Uganda, se amplió el foco hasta incluir otros países de África Oriental en el desarrollo del trabajo de campo.

Datos básicos de las organizaciones:

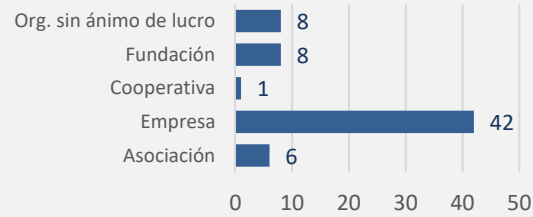
Año de creación



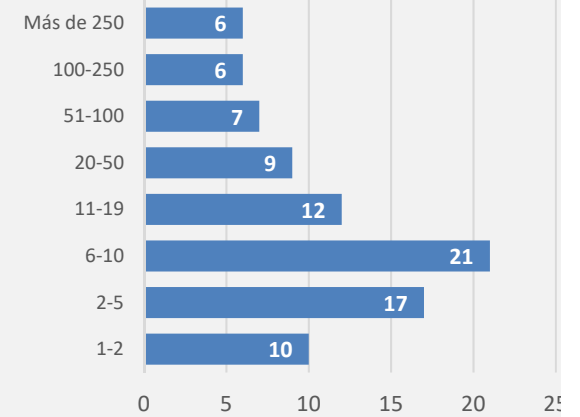
Público/Privado



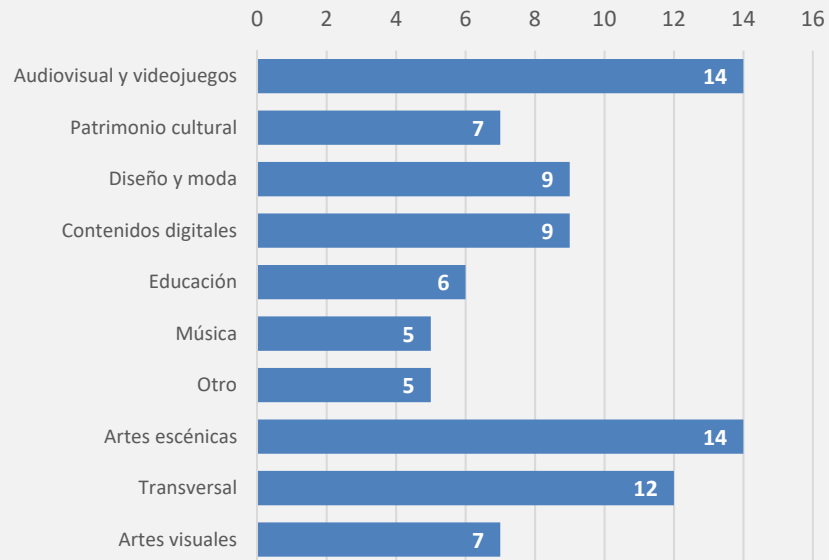
Forma jurídica (privado)



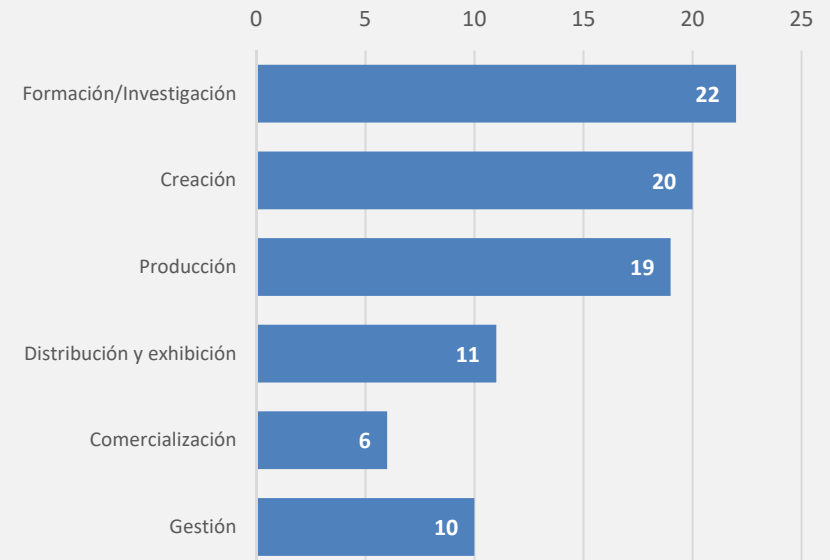
Empleados



Sector



Cadena de valor



Encuesta a organizaciones:

1. Datos generales sobre su organización	
Correo electrónico	
Nombre de la empresa/organización	
Región	
Ciudad	
Año de fundación	

Forma jurídica
De carácter privado <ul style="list-style-type: none">○ Empresa○ Cooperativa○ Autónomo○ Asociación○ Fundación De carácter público <ul style="list-style-type: none">○ Empresa pública○ Institución / Centro cultural○ Centro educativo y/o centro de investigación Otra respuesta.
¿Pertenece su organización a algún grupo empresarial?
Sí No

Número de empleados
Principal sector de actividad: Indique la actividad que reporta el mayor porcentaje de ingresos a la organización.
Patrimonio cultural Artes escénicas Artes visuales Música Edición Audiovisual Arquitectura Publicidad Diseño Moda Videojuegos Industria de la lengua Gastronomía Artesanía Contenidos digitales Otra respuesta:

Otros sectores de actividad: (pueden elegirse varias respuestas)

Patrimonio cultural

Artes escénicas

Artes visuales

Música

Edición

Audiovisual

Arquitectura

Edición

Diseño

Moda

Videojuegos

Industria de la lengua

Gastronomía

Artesanía

Contenidos digitales

Otra respuesta:

¿Cuál es su principal campo de actividad con respecto a la cadena de valor?

Indique la actividad que reporta el mayor porcentaje de ingresos a la organización.

Formación/Investigación

Creación

Producción

Distribución

Exposición

Comercialización

Gestión

Otra respuesta:

2. Entorno de innovación

Partes interesadas. En una escala de 1 (nunca) a 5 (normalmente), ¿con qué regularidad mantiene su organización contacto con cada una de las posibles partes interesadas?

	1	2	3	4	5
	Nunca	Casi nunca	A veces	A menudo	Normalmente
Consultores					

Proveedores de equipos, materiales, componentes o <i>software</i>						
Organizaciones o empresas usuarias o clientes						
Organizaciones del mismo sector						
Otras empresas u organizaciones						
Centros tecnológicos, parques científicos...						
Otras organizaciones del mismo grupo empresarial						

Universidades (u otras instituciones de enseñanza superior) y centros de investigación						
Administración local						
Gobierno regional						
Gobierno estatal						
Instituciones internacionales						
Usuarios o clientes del sector público						
Instituciones sin ánimo de lucro						

Fundaciones empresariales y/o bancarias						
Programas de I+D. En su región, ¿conoce programas destinados a apoyar la investigación, el desarrollo y la innovación?						
Sí, pero no he sido beneficiario. Sí, y he sido beneficiario. No.						

En una escala de 1 (irrelevante) a 5 (máxima relevancia), ¿cómo valora estas iniciativas para mejorar el desarrollo de su organización?

1	2	3	4	5
Irrelevante	No tan relevante	Relevancia media	Gran relevancia	Máxima relevancia

Programas de asesoramiento y formación. En su región, ¿conoce programas destinados a ofrecer formación y asesoramiento para el emprendimiento y la innovación?

Sí, pero no he sido beneficiario.

Sí, y he sido beneficiario.
No.

En una escala de 1 (irrelevante) a 5 (máxima relevancia), ¿cómo valora estas iniciativas para mejorar el desarrollo de su organización?

1	2	3	4	5
Irrelevante	No tan relevante	Relevancia media	Gran relevancia	Máxima relevancia

Plataformas/Incubadoras. ¿Conoce plataformas o infraestructuras que actúen como incubadoras creativas en su región?

Sí, pero mi organización no es miembro.
 Sí, y mi organización es miembro.
 No.

En una escala de 1 (irrelevante) a 5 (máxima relevancia), ¿cómo valora estas iniciativas para mejorar el desarrollo de su organización?

1	2	3	4	5
Irrelevante				

	No tan relevante	Relevancia media	Gran relevancia	Máxima relevancia
<p>Agrupaciones. ¿Conoce alguna agrupación o similar en el mismo sector que su organización, en su región?</p>				
<p>Sí, pero mi organización no es miembro. Sí, y mi organización es miembro. No.</p>				
<p>En una escala de 1 (irrelevante) a 5 (máxima relevancia), ¿cómo valora estas iniciativas para mejorar el desarrollo de su organización?</p>				

1	2	3	4	5
Irrelevante	No tan relevante	Relevancia media	Gran relevancia	Máxima relevancia

Parques científicos y tecnológicos. ¿Conoce instalaciones científicas, tecnológicas o similares en su región?

Sí, pero no soy miembro y no he estado en contacto.

Sí, y soy miembro activo

No.

En una escala de 1 (irrelevante) a 5 (máxima relevancia), ¿cómo valora estas iniciativas para mejorar el desarrollo de su organización?

1	2	3	4	5
Irrelevante	No tan relevante	Relevancia media	Gran relevancia	Máxima relevancia

Financiación. En una escala de 1 (irrelevante) a 5 (máxima relevancia), ¿qué papel han desempeñado estos actores en la financiación de proyectos de innovación en su organización?

	1	2	3	4	5
--	---	---	---	---	---

	Irrelevante	No tan relevante	Relevancia media	Gran relevancia	Máxima relevancia
Autofinanciación (la propia organización)					
Actores internacionales					
Actores estatales					
Actores regionales					
Actores locales					

Fundaciones empresariales y/o bancarias					
Inversores privados					
Financiación colectiva					
<p>Apoyo no económico. ¿Qué papel han desempeñado los mismos actores en la prestación de apoyo distinto del económico (asesoramiento, formación, infraestructuras, etc.)?</p>					
	1	2	3	4	5
	Irrelevante	No tan relevante	Relevancia media	Gran relevancia	Máxima relevancia

Recursos y capacidades propios (la propia organización)					
Actores internacionales					
Actores estatales					
Actores regionales					
Actores locales					
Fundaciones empresariales y/o bancarias					

Inversores privados					
Financiación colectiva					

3. Tipos de innovación

Innovaciones o procesos metodológicos. ¿Ha realizado su organización innovaciones destinadas a mejorar la organización internamente entre 2020 y 2022?

* Se incluyen novedades o mejoras para la propia organización y novedades o mejoras para el sector, tanto si han sido desarrolladas originalmente por la propia organización como si han sido desarrolladas inicialmente por terceros.

Ejemplos: cambios en las formas y herramientas de creación y producción, en los canales de venta y comercialización, en la administración y gestión de la contabilidad y los recursos humanos, etc.

Sí, cambios principales.
Sí, cambios menores.
No.

¿En qué medida cree que estas innovaciones se ajustan a algunos de los siguientes ámbitos?

	1	2	3

	No procede	Se ajusta parcialmente	Se ajusta total o casi totalmente
Métodos de producción, desarrollo de bienes o prestación de servicios			
Sistemas logísticos o de entrega o métodos de distribución nuevos o significativamente mejorados			
Métodos de tratamiento de la información o de comunicación			
Métodos de contabilidad u otras operaciones administrativas			

Prácticas empresariales para procedimientos organizativos o relaciones externas			
Métodos de organización, toma de decisiones o gestión de recursos humanos			
Métodos de comercialización para la promoción, el envasado, la fijación de precios, el posicionamiento de productos o los servicios posventa			

Innovación orientada al usuario. ¿Ha realizado su organización innovaciones destinadas a mejorar o ampliar los servicios o bienes (incluidas las obras artísticas) ofrecidos en el mercado entre 2020 y 2022?

* Esto incluye novedades o mejoras para la propia organización y novedades o mejoras para el sector, ya sean desarrolladas originalmente por la propia organización o desarrolladas inicialmente por otros.

Ejemplos: mejora de materiales, incorporación o mejora de *software*, mejoras medioambientales, servicios digitales, etc.

Sí, cambios principales.
Sí, cambios menores.
No.

¿En qué medida cree que la innovación orientada al usuario (innovación de productos, artística o de servicios) es

evaluable mediante los siguientes criterios en su ámbito de actividad?

	1	2	3
	No procede	Se ajusta parcialmente	Se ajusta total o casi totalmente
Calidad			
Especificaciones técnicas procedimientos 0			
Credibilidad			

Durabilidad			
Eficacia durante el uso			
Accesibilidad			
Idoneidad			
Facilidad de uso			
¿Qué criterios propondría para evaluar mejor la innovación orientada al usuario (innovación de productos, artística o de servicios) en su sector?			

Innovación con recursos propios. En una escala de 1 (nada) a 5 (totalmente), ¿hasta qué punto ha innovado su organización solo con sus propios medios/recursos?				
1	2	3	4	5
Nada	Apenas	Algo	Bastante	Totalmente

Innovación abierta o colaborativa. En una escala de 1 (nada) a 5 (totalmente), ¿en qué medida su organización ha realizado innovaciones con apoyo externo (colaboración, conocimientos externos, asesoramiento, transacciones, etc.)?

1	2	3	4	5
Nada	Apenas	Algo	Bastante	Totalmente

Socios. ¿Con cuáles de los actores siguientes ha colaborado durante el período 2020-2022 para desarrollar sus actividades de innovación?

- Consultores
- Proveedores de equipos, materiales, componentes o *software*
- Organizaciones o empresas usuarias o clientes
- Organizaciones del mismo sector
- Otras empresas u organizaciones
- Centros tecnológicos, parques científicos...
- Otras organizaciones del mismo grupo empresarial
- Universidades u otros centros de enseñanza superior
- Administración local
- Gobierno regional
- Gobierno estatal
- Instituciones internacionales
- Usuarios o clientes del sector público
- Instituciones sin ánimo de lucro
- Fundaciones empresariales o bancarias
- Asociaciones informales
- Otra respuesta:

Innovación **basada en la tecnología**. En una escala de 1 (nada) a 5 (totalmente), ¿en qué medida ha innovado su organización mediante la aplicación, renovación, combinación o desarrollo de tecnologías?

1	2	3	4	5
Nada	Apenas	Algo	Bastante	Totalmente
<p>Razones para innovar. ¿Cuál es la principal necesidad que pretenden cubrir las innovaciones de su organización?</p>				
<p>Comercial (mejora de estrategias y resultados económicos propios o de terceros) Cultural (aumentar la participación o mejorar la experiencia cultural) Urbana (transformar entornos y comunidades) Educativa (facilitar las tareas educativas y el aprendizaje) Social (facilitar la participación ciudadana) Ambiental (contribuir a la sostenibilidad) Sanitaria (mejorar los servicios sanitarios) Otra respuesta:</p>				

¿Qué otras necesidades pretenden cubrir las innovaciones de su organización?

Comerciales (mejora de estrategias y resultados económicos propios o de terceros)
Culturales (aumentar la participación o mejorar la experiencia cultural)
Urbanas (transformar entornos y comunidades)
Educativas (facilitar las tareas educativas y el aprendizaje)
Sociales (facilitar la participación ciudadana)
Ambientales (contribuir a la sostenibilidad)
Sanitarias (mejorar los servicios sanitarios)
Otra respuesta:

Innovación intersectorial. Durante el período de referencia, ¿las innovaciones generadas por su organización se dirigen directamente a empresas u organizaciones de sectores distintos al suyo?

Nunca o casi nunca
A veces
Siempre

En el período de referencia, su organización...		
	Sí	No
¿Ha reclamado su organización derechos de autor?		
¿Ha registrado su organización algún diseño industrial?		
¿Ha registrado su organización alguna marca?		

¿Ha solicitado su organización alguna patente?		
¿Ha utilizado su organización secretos comerciales?		
¿Ha adquirido su organización alguna tecnología (maquinaria, equipos o <i>software</i>) ya utilizada por la organización o una mejora de la misma?		
¿Ha adquirido su organización alguna tecnología nueva (maquinaria, equipos o <i>software</i>) no utilizada anteriormente?		
¿Ha solicitado alguna norma o etiqueta?		

¿Cómo describiría con sus propias palabras las actividades de innovación de su organización?

Utilice este espacio para completar los datos anteriores, especialmente si considera que sus actividades de innovación no figuran en esta encuesta.

Factores de dificultad. En una escala de 1 (poca importancia) a 3 (mucha importancia), ¿cómo valora el papel de los siguientes factores a la hora de innovar?

	1	2	3
	Poca	Media	Mucha
Falta de financiación dentro de la organización o grupo de empresas			
Falta de financiación de fuentes privadas externas			
Dificultades para obtener ayudas públicas o subvenciones			
Costes demasiado elevados			
Falta de personal cualificado en la organización			
Falta de socios para colaborar			

Falta de acceso a conocimientos externos			
Incertidumbre sobre la demanda del mercado de las ideas de la organización			
Demasiada competencia en el mercado			
Hay otras prioridades en su organización			
I+D. ¿Puede contar o ha contado con recursos específicos para I+D (recursos humanos o económicos)?			
Sí, normalmente. Sí, a veces.			

No.

4- Resultados y repercusiones de la innovación

Repercusiones de la autoevaluación. En una escala de 1 (ninguna repercusión) a 5 (muchacha), ¿hasta qué punto cree que pueden repercutir las innovaciones de su organización?

	Sin repercusión	Baja repercusión	Repercusión moderada	Repercusión relevante	No procede
Económicas					
Sociales					
Ambientales					
Repercusión económica					

Repercusión de las innovaciones de productos. Indique el porcentaje aproximado de facturación del año 2022 derivado de:

	%
Productos (servicios, bienes u obras artísticas) con cambios significativos (nuevos o mejorados) en el período 2020-2022	
Todos los demás productos sin cambios o con cambios menores en el período 2020-2022	
Total	100

Si cree que el punto anterior es difícil de responder o no es adecuado para medir la repercusión económica de las innovaciones en su organización, describa las razones.

Calificación de la innovación de la organización en...

	Sí, de forma importante	Sí, pero de forma no importante	No
--	-------------------------	---------------------------------	----

Aumento del empleo en la organización				
Mejora de las condiciones de empleo				
Mayores beneficios para la organización				
Aumento de los beneficios por derechos de autor o patentes				
Calificación de la innovación de la organización en la repercusión social				

	Sí, significativamente	Sí, pero no significativamente	No
Mayor nivel de acceso a la cultura y la creatividad			
Generación o fortalecimiento de una identidad colectiva o del sentimiento de pertenencia a una comunidad			
Promoción de diversas prácticas sociales y			

culturales (diversidad social)				
Promoción de la igualdad social				
Promoción de la igualdad de género				
Sensibilización social sobre los problemas medioambientales				
Promoción de la salud y el bienestar				
Calificación de la innovación de la organización en la repercusión ambiental				

	Sí, significativamente	Sí, pero no significativamente	No
Reducción del uso de materiales o agua			
Reducción del uso de energía o de la huella de CO ₂ (reducción de las emisiones de CO ₂)			
Reducción de la contaminación del suelo, acústica, del agua o del aire			
Sustitución de materiales por otros menos			

contaminantes peligrosos	o		
Sustitución de una parte de la energía fósil por energía renovable			
Reciclaje de residuos, agua o materiales para uso propio o venta			
Si cree que los puntos anteriores no son lo suficientemente precisos en cuanto a la repercusión de la innovación de su organización, describa aquí los que considere más acertados.			

Valor intrínseco y social compartido. Su proyecto de innovación...			
	Sí, significativamente	Sí, pero no significativamente	No
Aumenta los conocimientos de las personas			
Genera una experiencia singular			
Potencia la gobernanza compartida			

Tiene en cuenta los valores y creencias de la comunidad donde se desarrolla			
Si cree que los puntos anteriores no son lo suficientemente precisos en cuanto al valor de la innovación de su organización, describa aquí los que considere más acertados.			

ANEXO 2. Caracterización a nivel de países

Tabla 1. Datos de caracterización a nivel de países para cada caso

	País	Fuente (año disponible más reciente)	Australia	Colombia	Dinamarca	Estonia	Finlandia	Alemania	India	Italia	Kenia	Portugal	Sudáfrica	España	Uganda	Reino Unido	EE. UU.	EE. UU.
	Tipo de caso		Región	Región	País	País	País	Región	Región	Región	País	Región	Región	Región	País	Región	Región	Región
	Caso		Australia Meridional	Antioquía	Dinamarca	Estonia	Finlandia	Baden-Württemberg	Karnataka	Apulia	Kenia	Región del Norte	Cabo Occidental	Comunidad Valenciana	Uganda	Cardiff (CCR)	Washington	California
Demografía	Superficie (m ²)	Estadísticas mundiales de la ONU	7 692 024	1 141 748	42 938	45 261	336 884	357 581	3 287 263	302 068	591 958	92 226	1 221 037	506 008	241 550	242 495	9 833 517	9 833 517
	Población (miles)	Estadísticas mundiales de la ONU	26 177	51 874	5882	1326	5541	83 370	1 417 173	59 038	54 028	10 271	59 894	47 559	47 250	67 509	338 290	338 290
	Densidad pob. (por km ²)	Estadísticas mundiales de la ONU	3,4	46,2	138,8	30,5	18,3	239,2	476,7	199,5	93	111,7	49,1	94,7	236,5	278,1	37	37
	% población urbana	Estadísticas mundiales de la ONU	86,1	81,1	88	69,1	85,4	77,4	34,5	70,7	27,5	65,8	66,9	80,6	24,4	83,7	82,5	82,5
Economía y sociedad	PIB millones (USD 2022)	Base de datos del PCI del Banco Mundial	1 626 940	1 052 389	436 857	62 797	328 004	5 309 606	11 874 583	3 052 609	311 410	430 227	952 603	2 181 968	127 282	3 656 809	25 462 700	25 462 700
	PIB per cápita (USD 2022)	Base de datos del PCI del Banco Mundial	62 625	20 287	74 006	46 697	59 027	63 150	8379	51 865	5764	41 452	15 905	45 825	2694	54 603	76 399	76 399
	% de desempleo (estimación modelizada de la OIT)	Base de datos del Banco Mundial sobre los ODS	6,5	15,0	5,6	6,8	7,8	3,8	8	9,2	5,7	6,8	29,2	15,5	2,8	4,5	8,1	8,1
	Índice de Gini	Base de datos del Banco Mundial sobre los ODS	34,3	51,5	27,5	30,7	27,1	31,7	35,7	35,2	40,8	34,7	63	34,9	42,7	32,6	39,7	39,7
	% servicios por cuenta ajena	Base de datos del Banco Mundial sobre los ODS	78,37	64,11	79,23	68,12	74,58	71,61	32,27	70,23	39,43	69,83	72,41	75,54	21,36	80,83	78,73	78,73
	% empleados industria	Base de datos del Banco Mundial sobre los ODS	19,05	20,12	18,54	28,7	21,63	27,18	25,12	25,87	6,2	24,68	22,3	20,43	6,51	18,12	19,9	19,9
	% empleados agricultura	Base de datos del Banco Mundial sobre los ODS	2,5	15,7	2,2	3,17	3,77	1,2	42,5	3,89	54,3	5,5	5,28	4,03	72,1	1,04	1,36	1,36
	Existencias de deuda externa (% de RNB)	Base de datos del Banco Mundial sobre los ODS	&	58,3	&	&	&	&	&	21,4	&	38,45	&	51,77	&	46,53	&	&
Educación	Media años de escolarización	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo	16,5	14,4	18,7	15,9	19,1	17	11,9	16,2	10,7	16,9	13,6	17,9	10,1	17,3	16,3	16,3
	Adolescentes sin escolarizar	Base de datos del Banco Mundial sobre los ODS	1,97	3,34	0,14	1,34	0,14	4,3	&	2,44	&	0,13	10,3	0,36	&	0,16	&	&
	Nivel educativo, al menos terciario de ciclo corto, población >25 años	Base de datos del Banco Mundial sobre los ODS	46,4	22,5	37,7	39,4	&	&	&	16,5	&	22,5	&	33,4	&	47,2	48	48

Medioambiente	Emisiones de CO ₂ (toneladas métricas per cápita)	Base de datos del Banco Mundial sobre los ODS	15,23	1,6	5,1	7,67	7,37	7,91	1,79	5,31	0,42	4,33	7,5	5,09	0,13	5,22	14,67	14,67
	Contaminación atmosférica PM2,5, exposición media anual	Base de datos del Banco Mundial sobre los ODS	8,55	16,52	10,02	6,73	5,86	12,02	90,87	16,75	28,57	8,16	25,1	9,69	50,49	10,47	7,4	7,4
	Nivel de intensidad energética de la energía primaria	Base de datos del Banco Mundial sobre los ODS	4,3	2,51	2	4,49	5,19	2,76	4,28	2,45	5,31	2,54	8,03	2,64	9,98	2,3	4,51	4,51
Salud	Esperanza de vida	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo	84,5	72,8	81,4	77,1	82	80,6	67,2	82,9	61,4	81	62,3	83	62,7	80,7	77,2	77,2

Fuente: Elaboración propia a partir del Libro de Bolsillo de las Estadística Mundiales de las Naciones Unidas 2023, base de datos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) mundiales (actualización de 2022), datos del Programa de Comparación Internacional (PCI) 2022 del Banco Mundial y del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (Informe sobre Desarrollo Humano 2021-2022).

ANEXO 3. Indicadores y fuentes del *Índice Global de Innovación*

CÓDIGO	NOMBRE	NIVEL	FUENTE
	Índice Global de Innovación	Índice	
IN	Aportaciones a la innovación	Subíndice	
IN.1	Instituciones	Pilar	
IN.1.1	Entorno político	Subpilar	
IN.1.1.1	Estabilidad política y operativa	Indicador	IHS Markit
IN.1.1.2	Eficacia gubernamental	Indicador	Banco Mundial, Indicadores de Gobernanza Mundial
IN.1.2	Entorno regulatorio	Subpilar	
IN.1.2.1	Calidad regulatoria	Indicador	Banco Mundial, Indicadores de Gobernanza Mundial
IN.1.2.2	Estado de Derecho	Indicador	Banco Mundial, Indicadores de Gobernanza Mundial
IN.1.2.3	Coste del despido causas económicas	Indicador	Banco Mundial, Proyecto de Empleo de Trabajadores
IN.1.3	Entorno empresarial	Subpilar	
IN.1.3.1	Políticas para hacer negocios	Indicador	Foro Económico Mundial, Encuesta de Opinión Ejecutiva (EOE)
IN.1.3.2	Políticas y cultura de emprendimiento	Indicador	Monitor de Emprendimiento Mundial
IN.2	Capital humano e investigación	Pilar	
IN.2.1	Educación	Subpilar	
IN.2.1.1	Gasto en educación, % PIB	Indicador	Instituto de Estadística de la UNESCO
IN.2.1.2	Financiación gubernamental/alumno, secundaria, % PIB/cap	Indicador	Instituto de Estadística de la UNESCO
IN.2.1.3	Esperanza de vida escolar, años	Indicador	Instituto de Estadística de la UNESCO
IN.2.1.4	Escalas PISA en lectura, matemáticas y ciencias	Indicador	OCDE, PISA
IN.2.1.5	Ratio alumnos-profesor, secundaria	Indicador	Instituto de Estadística de la UNESCO
IN.2.2	Educación terciaria	Subpilar	
IN.2.2.1	Matriculación terciaria, % bruto	Indicador	Instituto de Estadística de la UNESCO
IN.2.2.2	Graduados en ciencias e ingeniería, %	Indicador	Instituto de Estadística de la UNESCO; Eurostat; OCDE
IN.2.2.3	Movilidad terciaria entrante, %	Indicador	Instituto de Estadística de la UNESCO
IN.2.3	Investigación y desarrollo (I+D)	Subpilar	
IN.2.3.1	Investigadores, ETC/mills. hab.	Indicador	Instituto de Estadística de la UNESCO; Eurostat; OCDE; RICYT
IN.2.3.2	Gasto bruto en I+D, % PIB	Indicador	Instituto de Estadística de la UNESCO; Eurostat; OCDE; RICYT
IN.2.3.3	Inversores corporativos mundiales en I+D, los 3 principales, mills. USD	Indicador	Centro Común de Investigación de la Comisión Europea
IN.2.3.4	Clasificación de universidades QS, 3 principales	Indicador	QS Quacquarelli Symonds Ltd
IN.3	Infraestructura	Pilar	
IN.3.1	Tecnologías de la información y la comunicación (TIC)	Subpilar	
IN.3.1.1	Acceso a las TIC	Indicador	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual
IN.3.1.2	Uso de las TIC	Indicador	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual
IN.3.1.3	Servicio en línea del gobierno	Indicador	División de Administración Pública y Gestión del Desarrollo (DPADM), Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas (DAES). División de Administración Pública y Gestión del Desarrollo (DPADM), Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas (DAES).
IN.3.1.4	Participación electrónica	Indicador	División de Administración Pública y Gestión del Desarrollo (DPADM), Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas (DAES).
IN.3.2	Infraestructura general	Subpilar	
IN.3.2.1	Producción de electricidad, GWh/mills. hab.	Indicador	Agencia Internacional de la Energía
IN.3.2.2	Rendimiento logístico	Indicador	Índice de Rendimiento Logístico, Banco Mundial; Arvis et al., 2018

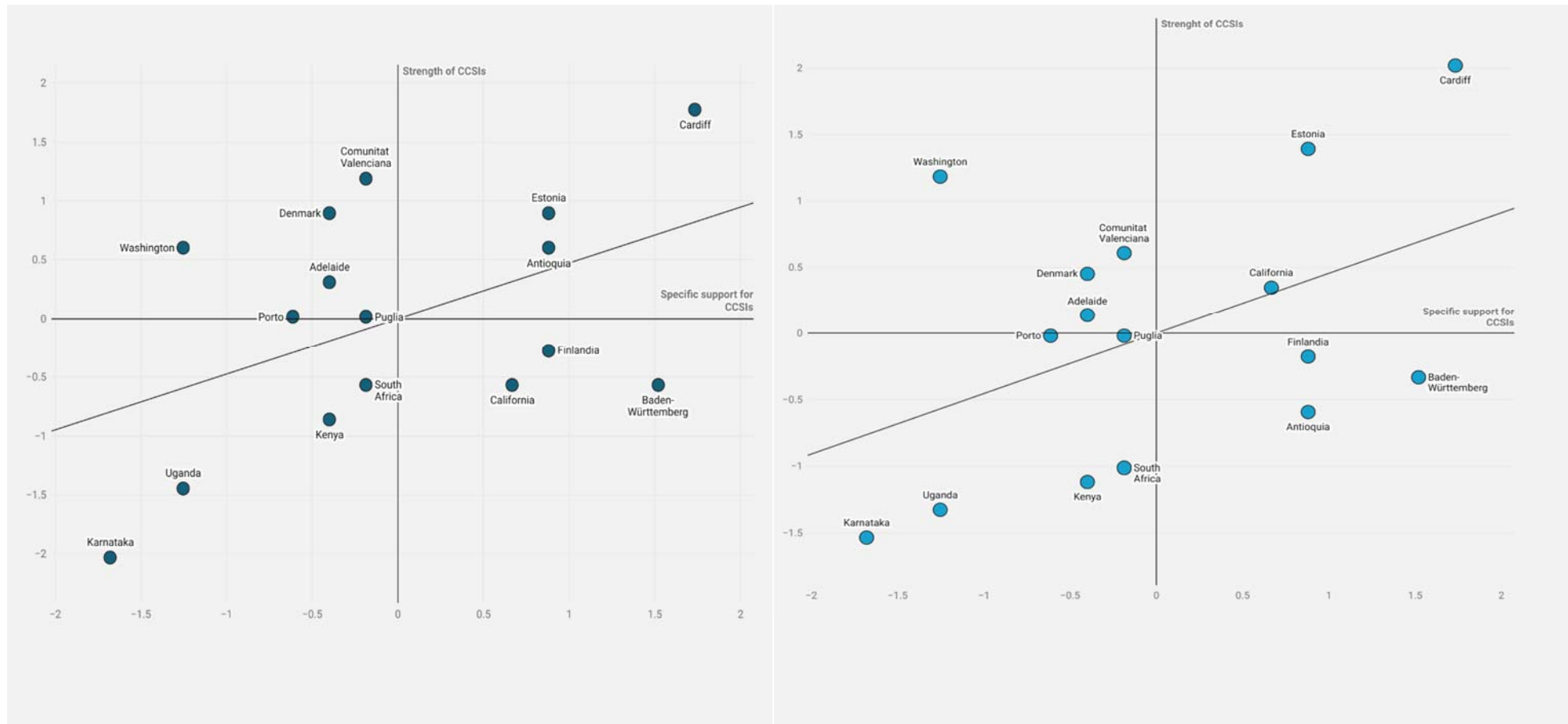
IN.3.2.3	Formación bruta de capital, % PIB	Indicador	Fondo Monetario Internacional
IN.3.3	Sostenibilidad ecológica	Subpilar	
IN.3.3.1	PIB/unidad de uso de energía	Indicador	Agencia Internacional de la Energía
IN.3.3.2	Rendimiento medioambiental	Indicador	Universidad de Yale
IN.3.3.3	Certificados medioambientales ISO 14001/mil mills. PIB \$PPA	Indicador	Organización Internacional de Normalización; Fondo Monetario Internacional
IN.4	Sofisticación del mercado	Pilar	
IN.4.1	Crédito	Subpilar	
IN.4.1.1	Financiación para <i>startups</i> y <i>scaleups</i>	Indicador	Monitor de Emprendimiento Mundial
IN.4.1.2	Crédito interno al sector privado, % PIB	Indicador	Fondo Monetario Internacional; Banco Mundial
IN.4.1.3	Préstamos de instituciones microfinancieras, % PIB	Indicador	Fondo Monetario Internacional, Encuesta de Acceso Financiero (FAS)
IN.4.2	Inversión	Subpilar	
IN.4.2.1	Capitalización de mercado, % PIB	Indicador	Federación Mundial de Bolsas; Banco Mundial
IN.4.2.2	Inversores de capital riesgo, acuerdos/mil mills. PIB \$PPA	Indicador	Refinitiv; Fondo Monetario Internacional
IN.4.2.3	Receptores de capital riesgo, acuerdos/mil mills. PIB \$PPA	Indicador	Refinitiv; Fondo Monetario Internacional
IN.4.2.4	Capital riesgo recibido, valor, % PIB	Indicador	Refinitiv; Fondo Monetario Internacional
IN.4.3	Comercio, diversificación y escala de mercado	Subpilar	
IN.4.3.1	Tasa arancelaria aplicada, promedio ponderado, %	Indicador	Banco Mundial
IN.4.3.2	Diversificación de la industria nacional	Indicador	Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial
IN.4.3.3	Escala del mercado interno, miles mills. \$PPA	Indicador	Fondo Monetario Internacional
IN.5	Sofisticación empresarial	Pilar	
IN.5.1	Trabajadores del conocimiento	Subpilar	
IN.5.1.1	Empleo intensivo en conocimiento, %	Indicador	Organización Internacional del Trabajo
IN.5.1.2	Empresas que ofrecen formación formal, %	Indicador	Encuestas de empresas del Banco Mundial
IN.5.1.3	GERD realizado por empresas, % PIB	Indicador	Instituto de Estadística de la UNESCO; Eurostat; OCDE; RICYT
IN.5.1.4	GERD financiado por empresas, %	Indicador	Instituto de Estadística de la UNESCO; Eurostat; OCDE; RICYT
IN.5.1.5	Mujeres empleadas con titulación superior, %	Indicador	Organización Internacional del Trabajo
IN.5.2	Vínculos con la innovación	Subpilar	
IN.5.2.1	Colaboración universidad-empresa en I+D	Indicador	Foro Económico Mundial, Encuesta de Opinión Ejecutiva (EOE)
IN.5.2.2	Estado de desarrollo y profundidad de las agrupaciones	Indicador	Foro Económico Mundial, Encuesta de Opinión Ejecutiva (EOE)
IN.5.2.3	GERD financiado por el extranjero, % PIB	Indicador	Instituto de Estadística de la UNESCO; Eurostat; OCDE; RICYT
IN.5.2.4	Acuerdos de alianzas estratégicas/empresas conjuntas/mil mills. PIB \$PPA	Indicador	Refinitiv; Fondo Monetario Internacional
IN.5.2.5	Familias de patentes/mil mills. PIB \$PPA	Indicador	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual; Fondo Monetario Internacional
IN.5.3	Absorción de conocimientos	Subpilar	
IN.5.3.1	Pagos por propiedad intelectual, % comercio total	Indicador	Organización Mundial del Comercio y Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo
IN.5.3.2	Importaciones de alta tecnología, % comercio total	Indicador	Base de datos Comtrade de las Naciones Unidas; Organización Mundial del Comercio y Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo
IN.5.3.3	Importaciones de servicios TIC, % comercio total	Indicador	Organización Mundial del Comercio y Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo
IN.5.3.4	Entradas netas de IED, % PIB	Indicador	Fondo Monetario Internacional; Banco Mundial
IN.5.3.5	Talento investigador, % en las empresas	Indicador	Instituto de Estadística de la UNESCO; Eurostat; OCDE; RICYT
OUT	Resultados de la innovación	Subíndice	
OUT.6	Resultados de conocimiento y tecnología	Pilar	
OUT.6.1	Creación de conocimiento	Subpilar	
OUT.6.1.1	Patentes por origen/mil mills. PIB \$PPA	Indicador	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual; Fondo Monetario Internacional

OUT.6.1.2	Patentes PCT por origen/mil mills. PIB \$PPA	Indicador	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual; Fondo Monetario Internacional
OUT.6.1.3	Modelos de utilidad por origen//mil mills. PIB \$PPA	Indicador	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual; Fondo Monetario Internacional
OUT.6.1.4	Artículos científicos y técnicos/mil mills. PIB \$PPA	Indicador	Clarivate; Fondo Monetario Internacional
OUT.6.1.5	Índice H de documentos citables	Indicador	SCImago
OUT.6.2	Impacto del conocimiento	Subpilar	
OUT.6.2.1	Crecimiento de la productividad laboral, %	Indicador	The Conference Board
OUT.6.2.2	Nuevas empresas/miles hab. 15-64	Indicador	Banco Mundial, Base de datos de Emprendimiento
OUT.6.2.3	Gasto en <i>software</i> , % PIB	Indicador	IHS Markit
OUT.6.2.4	Certificados de calidad ISO 9001/mil mills. PIB \$PPA	Indicador	Organización Internacional de Normalización; Fondo Monetario Internacional
OUT.6.2.5	Fabricación de alta tecnología, %	Indicador	Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial
OUT.6.3	Difusión del conocimiento	Subpilar	
OUT.6.3.1	Ingresos por propiedad intelectual, % comercio total	Indicador	Organización Mundial del Comercio y Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo
OUT.6.3.2	Complejidad de la producción y la exportación	Indicador	Universidad de Harvard, Growth Lab
OUT.6.3.3	Exportaciones de alta tecnología, % comercio total	Indicador	Base de datos Comtrade de las Naciones Unidas; Organización Mundial del Comercio y Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo; Trade Data Monitor.
OUT.6.3.4	Exportaciones de servicios TIC, % comercio total	Indicador	Organización Mundial del Comercio y Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo
OUT.7	Resultados creativos	Pilar	
OUT.7.1	Activos intangibles	Subpilar	
OUT.7.1.1	Intensidad de los activos inmateriales, 15 principales, %	Indicador	Brand Finance
OUT.7.1.2	Marcas por origen/mil mills. PIB \$PPA	Indicador	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual; Fondo Monetario Internacional
OUT.7.1.3	Valor mundial de las marcas, 5000 principales, % PIB	Indicador	Brand Finance, Fondo Monetario Internacional
OUT.7.1.4	Diseños industriales por origen/mil mills. PIB \$PPA	Indicador	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual; Fondo Monetario Internacional
OUT.7.2	Bienes y servicios creativos	Subpilar	
OUT.7.2.1	Exportaciones de servicios culturales y creativos, % comercio total	Indicador	Organización Mundial del Comercio y Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo
OUT.7.2.2	Largometrajes nacionales/mills. hab. 15-69	Indicador	OMDIA; Naciones Unidas, World Population Prospects
OUT.7.2.3	Mercado del entretenimiento y los medios de comunicación/miles hab. 15-69	Indicador	PwC, GEMO; Naciones Unidas, World Population Prospects; Fondo Monetario Internacional
OUT.7.2.4	Impresión y otros soportes, % fabricación	Indicador	Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial
OUT.7.2.5	Exportaciones de bienes creativos, % comercio total	Indicador	Base de datos Comtrade de las Naciones Unidas; Organización Mundial del Comercio y Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo
OUT.7.3	Creatividad en línea	Subpilar	
OUT.7.3.1	Dominios genéricos de nivel superior (TLD)/miles hab. 15-69	Indicador	ZookNIC Inc.; Naciones Unidas, World Population Prospects
OUT.7.3.2	TLD de código de país/miles hab. 15-69	Indicador	ZookNIC Inc.; Naciones Unidas, World Population Prospects
OUT.7.3.3	Empujes de confirmación GitHub recibidos/mills. hab. 15-69	Indicador	GitHub; Naciones Unidas, World Population Prospects
OUT.7.3.4	Creación de aplicaciones móviles/mil mills. PIB \$PPA	Indicador	data.ia; Fondo Monetario Internacional

ANEXO 4. Resumen de gráficos de dispersión en dos ejes

Gráfico realizado con los datos de la encuesta a los coordinadores

Gráfico realizado ponderando el eje vertical con resultados externos de la subdimensión específica *Creatives goods and services* del Índice Global de Innovación.



ANEXO 5. Tabla sinóptica de los elementos generales de los ecosistemas de innovación

Tabla 7. Caracterización comparativa (escala de colores) de la encuesta a los coordinadores regionales sobre el contexto de los CCSI en cada región, ordenada según su posición en la clasificación general del Índice Global de Innovación.

País/Caso (según la clasificación del Índice)	Observatorios culturales	Estadísticas de ICC	Estadísticas sobre innovación	Intenciones positivas de los CCSI de administración regional	Características de fortaleza de los CCSI	Contribución de los CCSI a la competitividad regional	Tipo de actor estratégico	Ayudas no monetarias	Ayudas monetarias	CCSI de estrategia pública en el	Incubadoras	Agrupaciones o plataformas	Parques científicos y tecnológicos	Programas económicos	Programas específicos de innovación de los CCSI	Innovación en asesoramiento y formación	Emprendimiento en asesoramiento y formación	Premios
Karnataka																		
Uganda																		
Washington																		
Porto																		
Denmark																		
Adelaide																		
Kenya																		
South Africa																		
Puglia																		
California																		
Finlandia																		
Antioquia																		
Estonia																		
Baden-Württemberg																		
Comunitat Valenciana																		
Cardiff																		



Global de Innovación)				(1 mín.-7 máx.)	(1 mín.-7 máx.)	(1 mín.-7 máx.)				desarrollo económico									
EE. UU. - Washington	Sí	No	No	4,6	5,0	7,0	Más sectorial	Igual	Niveles más altos	Cultura general	No específico, incluido	No específico, incluido	&	No específico, incluido	&	No específico, incluido	No específico, incluido	Específico de CCSI	
EE. UU. - California	Sí	Sí	Sí	3,0	3,0	7,0	Más sectorial	Niveles más bajos	Niveles más altos	Específico de CCSI	Específico de CCSI	Específico de CCSI	&	No específico, incluido	Específico de CCSI	Específico de CCSI	Específico de CCSI	No específico, incluido	
Reino Unido - Cardiff (CCR)	Sí	Sí	Sí	6,8	7,0	7,0	Más sectorial	Igual	Niveles más altos	Específico de CCSI	Específico de CCSI	Específico de CCSI	No específico, incluido	Específico de CCSI	Específico de CCSI	Específico de CCSI	No específico de CCSI, pero los implican	Específico de CCSI	
Alemania - Baden-Württemberg	Sí	Sí	Sí	4,4	3,5	6,0	Más sectorial	Niveles más bajos	Niveles más bajos	No	Específico de CCSI	Específico de CCSI	No específico, incluido	Específico de CCSI	&	Específico de CCSI	Específico de CCSI	Específico de CCSI	
Finlandia	Sí	Sí	Sí	3,8	5,5	3,0	Igual	Niveles más bajos	Niveles más bajos	Específico de CCSI	Específico de CCSI	Específico de CCSI	&	Específico de CCSI	Específico de CCSI	Específico de CCSI	Específico de CCSI	No	
Dinamarca	Sí	Sí	Sí	6,0	6,0	6,0	Igual	Niveles más bajos	Niveles más altos	Específico de CCSI	Específico de CCSI	Específico de CCSI	&	No específico de CCSI, pero los implican	&	No específico, incluido	&	Específico de CCSI	
Estonia	Sí	Sí	Sí	5,4	6,5	5,0	Más sectorial	Niveles más altos	Niveles más altos	Cultura general	Específico de CCSI	Específico de CCSI	NO incluido	Específico de CCSI	&	No específico, incluido	Específico de CCSI	Específico de CCSI	
Australia - Australia Meridional	Sí	Sí	Sí	5,2	4,5	7,0	Más sectorial	Niveles más altos	Niveles más altos	No	Específico de CCSI	Específico de CCSI	No específico, incluido	Específico de CCSI	&	&	&	No específico, incluido	
Italia - Apulia	Sí	Sí	Sí	4,6	5,0	5,0	Igual	Niveles más bajos	Niveles más bajos	Cultura general	No específico de CCSI, pero los implican	Específico de CCSI	No específico, incluido	Específico de CCSI	&	No específico, incluido	No específico, incluido	No específico, incluido	
España - Comunidad Valenciana	Sí	Sí	Sí	6,6	6,0	7,0	Más general	Niveles más altos	Niveles más bajos	Cultura general	Específico de CCSI	Específico de CCSI	No específico, incluido	Específico de CCSI	&	Específico de CCSI	No específico, incluido	&	
Portugal - Región del Norte	No	Sí	Sí	3,4	4,0	7,0	Más sectorial	Niveles más altos	Niveles más altos	Cultura general	Específico de CCSI	Específico de CCSI	Específico de CCSI	No específico, incluido	&	No específico, incluido	NO incluido	NO incluido	
India - Karnataka	No	No	No	3,4	3,0	2,0	Más general	Niveles más bajos	Niveles más bajos	No	No específico, incluido	No específico, incluido	No específico, incluido	No específico, incluido	&	No específico, incluido	No específico, incluido	No específico, incluido	
Sudáfrica - Cabo Occidental	Sí	Sí	No	3,0	4,5	4,0	Igual	Niveles más bajos	Igual	No	Específico de CCSI	&	No específico, incluido	No específico, incluido	Específico de CCSI	No específico, incluido	Específico de CCSI	No específico, incluido	
Colombia - Antioquia	Sí	Sí	Sí	6,6	6,0	5,0	Más sectorial	Niveles más bajos	Niveles más bajos	Específico de CCSI	Específico de CCSI	Específico de CCSI	No específico, incluido	Específico de CCSI	Específico de CCSI	No específico, incluido	No específico, incluido	No específico, incluido	
Kenia	Sí	No	No	5,4	2,5	7,0	Igual	Niveles más altos	Niveles más altos	Estrategia de cultura general	Específico de CCSI	&	&	Específico de CCSI	Específico de CCSI	Específico de CCSI	Específico de CCSI	&	
Uganda	Sí	Sí	Sí	6,0	2,5	5,0	Igual	Niveles más bajos	Niveles más altos	Específico de CCSI	Específico de CCSI	No	No específico, incluido	Específico de CCSI	Específico de CCSI	No	No	NO incluido	

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de encuestas (encuesta a los coordinadores regionales Contrast II

