



Innovación en los sectores e
industrias culturales y creativas

Estudio global Contrast II
**Sectores e Industrias
Culturales y Creativas
e innovación:
ecosistemas, tipologías,
medición e impactos.**



**EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO**

KULTURA ETA HIZKUNTZA
POLITIKA SAILA

DEPARTAMENTO DE CULTURA
Y POLÍTICA LINGÜÍSTICA

TABLA DE CONTENIDOS

PARTE I: INTRODUCCIÓN	4	4.5. Medición de resultados, impactos y valor de la innovación	56
1. Presentación	5	4.5.1. Mirada general	56
2. Antecedentes, objetivos y metodología	7	4.5.2. Dimensiones estándar de impacto	58
		4.5.3. Valor intrínseco y valor social compartido	62
PARTE II. RESULTADOS	14	PARTE III: ANÁLISIS EN PROFUNDIDAD	63
3. Contextos regionales	15	5. Tendencias, tipologías y singularidades	64
3.1. Territorios, población y economía	16	5.1. Ecosistemas de innovación	64
3.2. Nivel de innovación	18	5.1.1. Elementos generales de los ecosistemas de innovación	64
3.2.1. Productos creativos: mirada general y mirada específica vinculada a los SICC	21	5.1.2. Énfasis en la diversidad vinculada a los ecosistemas de innovación	67
3.3. Síntesis del contexto regional	25	5.2. Tipos y valor de la innovación en los SICC	76
4. SICC e innovación	28	5.2.1. Innovando en los SICC: panorámica general	76
4.1. Monitorización de los SICC e innovación	29	5.2.2. Profundizando más: características de la innovación según los agentes y los contextos	79
4.2. Enfoques estratégicos a nivel regional	30	6. Medición de la innovación en los SICC: alcance y limitaciones	91
4.3. Entorno de innovación	33	7. A destacar	99
4.3.1. Valoración de la situación de los SICC y la innovación	33	7.1. Recapitulación: objetivos, metodología e hipótesis	99
4.3.2. Generación y transferencia de conocimiento	37	7.2. Hallazgos relacionados con los contextos y ecosistemas	100
4.3.3. Condiciones y apoyo a la innovación	39	7.3. Hallazgos relacionados con los tipos de innovación	102
4.3.4. Partes interesadas	42	7.4. Apuntes sobre la medición de la innovación en los SICC	104
4.4. Características de la innovación	43		
4.4.1. Tipos de innovación	43		
4.4.2. Procedimientos y mecanismos	48		
4.4.3. Razones para innovar	54		
4.4.4. Dificultades para innovar	55		



RESULTS AND CONCLUSIONS

PARTE IV: INFORME SOBRE LA CONFERENCIA 105

8. La conferencia	106
8.1. Un contraste basado en el análisis	106
8.2. El programa.....	107
8.3 Relatoría de las mesas redondas.....	111
8.3.1. Mesa redonda 1 – El ecosistema como catalizador de la innovación.....	111
8.3.2. Mesa redonda 2. Profundizando en el concepto de innovación en los SICCs	115
8.3.3. Mesa redonda 3. Ganando relevancia desde la diferencia.....	120
8.4. Conclusiones de los workshops	124
8.5. Ponencias principales	126
8.5.1. Ecosistemas innovadores y tipos de innovación. Cinzia Lagiogia y Jenny Kornmacher.....	126
8.5.2. Medición de la innovación. Valentina Montalto y Nico Degenkolb.....	128
8.5.3. Diseñando políticas y estrategias para la innovación y los SICCs. Pier Luigi Sacco y Luca dal Pozzolo.....	129

PARTE V: SÍNTESIS FINAL 132

9. Conclusión final	133
9.1. Recapitulación	133
9.1.1. El proyecto.....	133
9.1.2. Objetivos, metodología e hipótesis.....	135
9.2. Conclusiones.....	136

ANEXOS 139

ANEXO 1. Fichas regionales	140
Antioquía (Colombia).....	140
Baden-Württemberg (Alemania).....	146
California (Estados Unidos).....	153
Cardiff (Reino Unido).....	159
Comunitat Valenciana.....	165
Dinamarca.....	172
Estonia.....	177
Finlandia.....	182
Karnataka (India).....	188
Kenia.....	193
Puglia (Italia).....	200
Región del Norte (Portugal).....	207
Australia del Sur (Australia).....	213
Uganda.....	219
Washington (Estados Unidos).....	225
El Cabo Occidental (Sudáfrica).....	231
ANEXO 2. Muestras y cuestionarios	237
ANEXO 3. Caracterización a nivel de países	268
ANEXO 4. Indicadores y fuentes del Índice Global de Innovación	274
ANEXO 5. Resumen de gráficos de dispersión en dos ejes	279
ANEXO 6. Tabla sinóptica de los elementos generales de los ecosistemas de innovación	280
BIBLIOGRAFIA	282





Contrast

Innovación en los sectores e
industrias culturales y creativas

PARTE I. INTRODUCCIÓN



1. Presentación

El presente informe recoge y analiza los resultados del estudio *Contrast II* sobre Sectores e Industrias Culturales y Creativas (SICC) e innovación. Se estructura en cinco grandes partes: introducción, descripción de resultados del estudio, análisis en profundidad de los resultados del estudio, informe sobre la conferencia y síntesis final.

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 SICC e innovación. 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: 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.

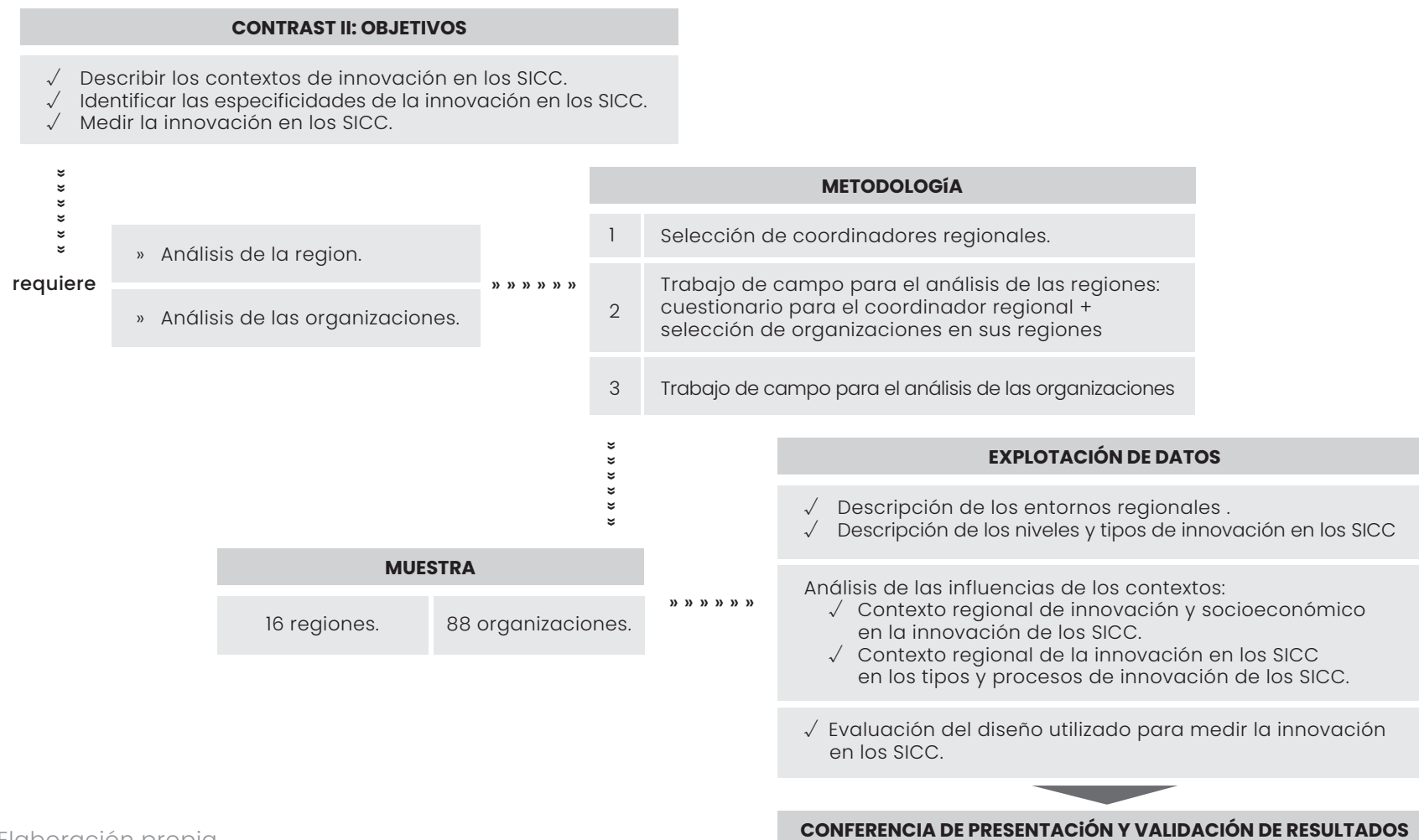
En el apartado de medición de la innovación en los SICC se abordan cuestiones específicas relacionadas con la medición en los SICC a través de los resultados obtenidos en la encuesta a las organizaciones, valorando cómo han funcionado el diseño y los indicadores utilizados. Se reflexiona sobre cómo los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

La cuarta parte presenta el informe de la conferencia CCI and Innovation *Contrast II*, pieza esencial del proceso de reflexión y debate del proyecto. Esta implicó un contraste de los resultados, y sirvió para conocer en mayor detalle los ecosistemas de innovación de las regiones estudiadas y ampliar miradas concretas sobre innovación en los SICC. Esta parte presenta el programa de la conferencia y las ideas surgidas en las mesas redondas, los workshops y las ponencias principales.

Para finalizar, la cuarta quinta parte de Resumen final Síntesis final cierra el estudio revisando los objetivos iniciales y sintetizando los resultados clave obtenidos de todo el proceso de investigación.

2. Antecedentes, objetivos y metodología

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 SICC, 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 I](#).

Objetivos y principales hipótesis

Los objetivos del estudio piloto (*Contrast I*) llevado a cabo en 5 regiones europeas (Renania del Norte-Westfalia, Flandes, Piamonte, Cataluña y Euskadi) y que ahora se extiende con el nuevo *Contrast II* son:

- › Identificar elementos del contexto regional que caracterizan y favorecen el desarrollo de proyectos innovadores en los SICC.
- › 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 el análisis y la elaboración de resultados. Una pieza clave en el cierre del proyecto fue

la conferencias CCIs and Innvoation Contrast II con la participación de regiones y organizaciones participantes y de expertos en el ámbito de estudio. Esta sirvió para la validación y profundización de los resultados obtenidos previamente, completando así el proyecto de investigación.

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 los SICCs en sus regiones respectivas (responsables públicos, consultores, investigadores...).

Tabla 1. Características de la muestra de regiones

Área	Europa								África			Asia-Pacífico		América del Norte		Latinoa- mérica
País	Alemania	Reino Unido	España	Dinamarca	Estonia	Finlandia	Portugal	Italia	Kenia	Sudáfrica	Uganda	India	Australia	Estados Unidos de América	Estados Unidos de América	Colombia
Tipo de caso	Región	Región	Región	País	País	País	Región	Región	País	Región	País	Región	Región	Región	Región	Región
Caso	Baden-Württemberg	Cardiff Capital Región (CCR)	Comunitat Valenciana	Dinamarca	Estonia	Finlandia	Región del Norte	Puglia	Kenia	El Cabo Occidental	Uganda	Karnataka	Australia del Sur	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 SICCC, 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 2](#)).

Es importante señalar que el diseño del cuestionario de esta organización es en sí mismo una propuesta para medir la innovación en los SICCC. A través de **lecciones aprendidas de Contrast I y con base en el marco teórico del proyecto**¹, se ha diseñado un conjunto de preguntas para capturar la innovación en los SICCC. 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 SICCC: alcances y limitaciones”) en el que se reflexiona sobre cómo ha funcionado el cuestionario en relación con este objetivo.

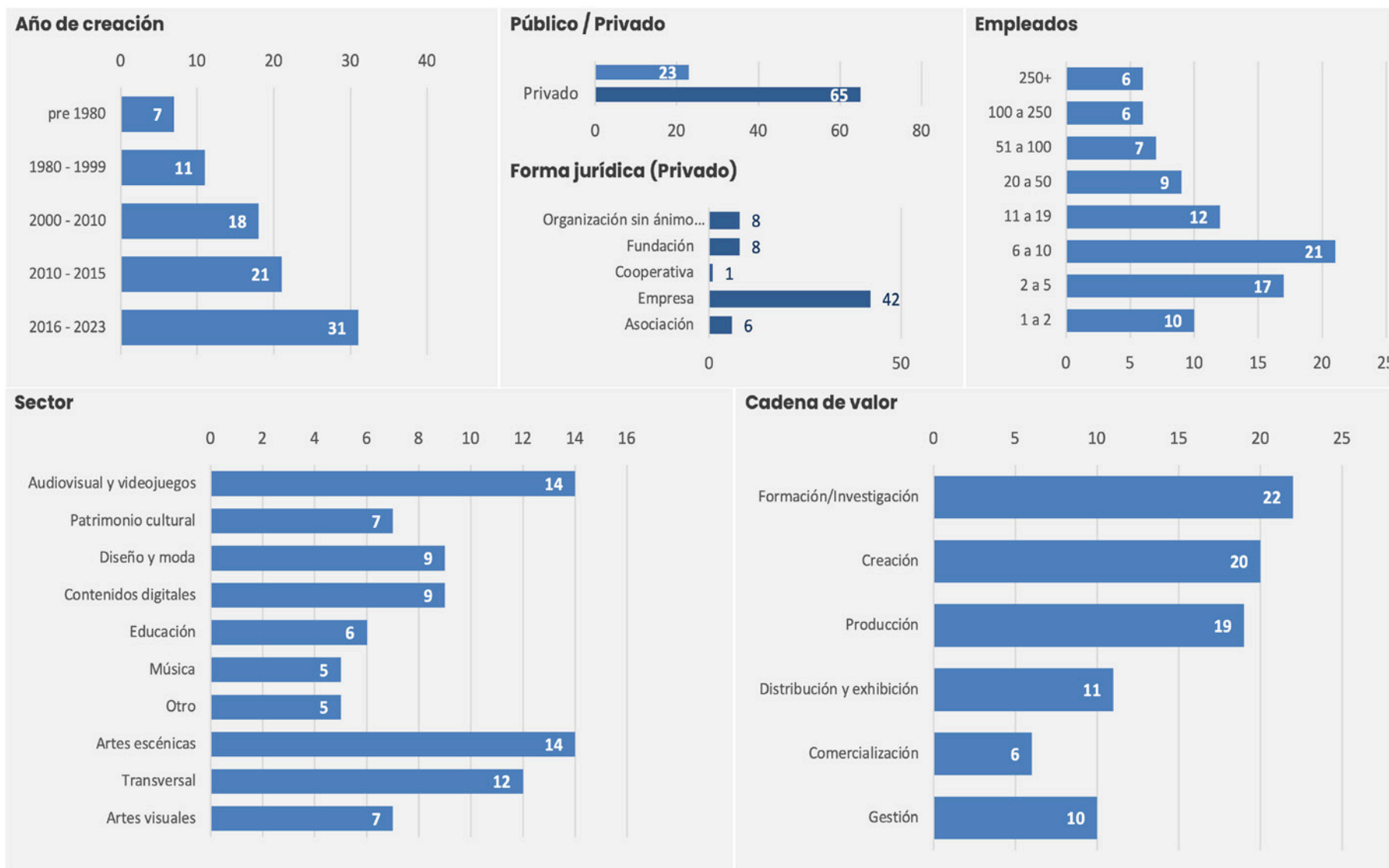
¹ Informe Contrast I: *Innovation context within CCSIs in 5 European regions* (2022) https://www.euskadi.eus/contenidos/informacion/ksi_cwf_workshop_20220719/eu_def/adjuntos/Basque_Country_Innovation_CCSIs_pilot_draft.pdf
Marco teórico: *Contraste ICCs e Innovación. Resultados generales* (2021) https://www.euskadi.eus/contenidos/informacion/ksi_contrast_proiektua/es_def/adjuntos/CCIs-and-Innovation_Resultados_Generales.pdf

Lista de organizaciones participantes y características de la muestra

Lista por regiones:

1. Realities Extended at the University of Adelaide (Australia del Sur)
2. Flinders University - The Void (Australia del Sur)
3. Light ADL (Australia del Sur)
4. Illuminate Adelaide (Australia del Sur)
5. ModelFarm (Australia del Sur)
6. Corporación Hérmessus (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 [África Oriental])
40. Malafi'arts production (Uganda [África Oriental])
41. Orupaap Cultural Foundation (Uganda [África Oriental])
42. Culture and Development East Africa (CDEA) (Uganda [África Oriental])
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 (Finlandia)
51. Helsinki Xr Center/Metropolia University of Applied sciences (Finlandia)
52. Creative Export Innovations (Finlandia)
53. Uniarts Helsinki (Finlandia)
54. Aalto University (Finlandia)
55. VIPROF ELECTRONICS (Karnataka)
56. Indian Institute of Science (Karnataka)
57. Edunet Foundation (Karnataka)
58. BlackRhino VR (Kenya)
59. Kenia Private Sector Alliance (Kenya)
60. Standup Collective (Kenya)
61. THE ART OF MUSIC FOUNDATION (Kenya)
62. Circle Art Agency (Kenya)
63. Art at Work Limited (Kenya)
64. Kariboo Creative (Kenya)
65. Trio Media Kenia (Kenya)
66. TIKITWORLD (Región del Norte)
67. Canal180 (Región del Norte)
68. Everythink, Lda (Región del Norte)
69. 4Humanz - Consultancy and research for humanz (Región del 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 (El Cabo Occidental)
78. The Craft and Design Institute (El Cabo Occidental)
79. Nyamakop (El Cabo Occidental)
80. Empatheatre (Lurmutur Mendebalde)
81. Free Lives (El Cabo Occidental)
82. The Centre for the Less Good Idea (El Cabo Occidental)
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:





Innovación en los sectores e
industrias culturales y creativas

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 IGI y clasificación propuesta

País	Puntuación	Posición (total = 132 países)	Clasificación según el IGI
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	IGI 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 subdimensión² *Bienes y Servicios Creativos* 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*.

² La información de la estructura del Índice Global de Innovación se puede consultar en el [Anexo 3](#).

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.

Países	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
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 SICCC. 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



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

Escala de rojo (valores desfavorables) a verde (valores favorables)

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. SICC 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 SICC 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 SICC 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 (%)

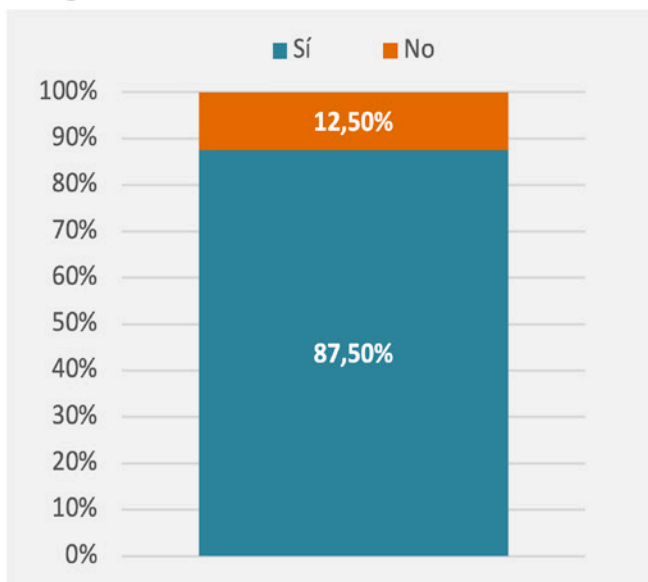


Figura 2b. Estadísticas de los SICC (%)

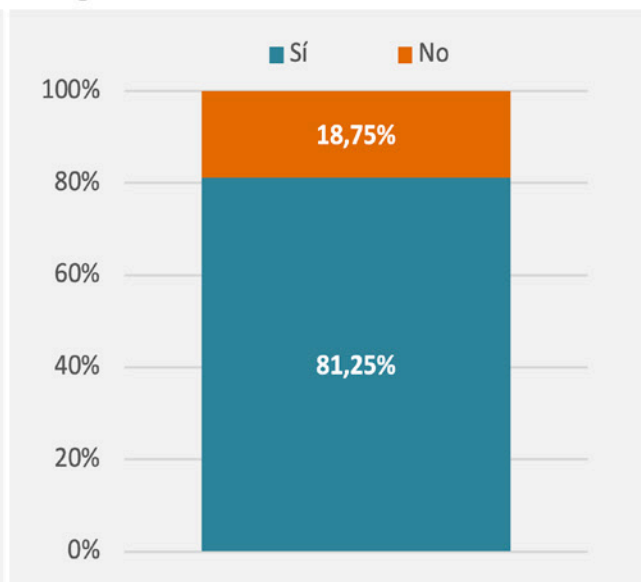
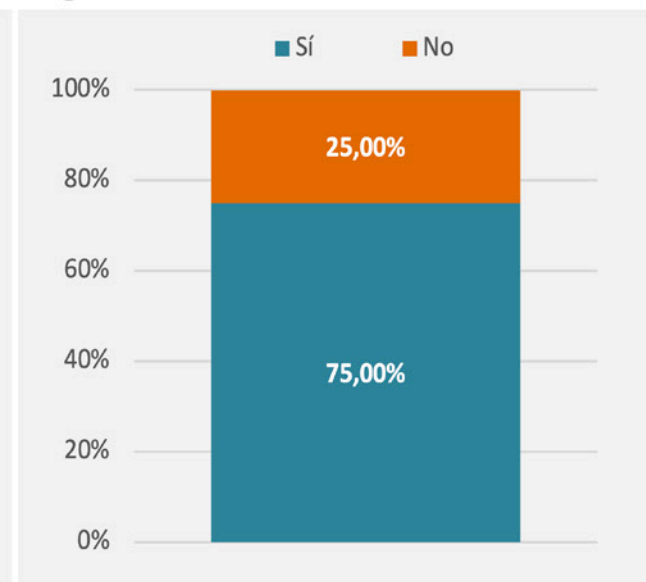


Figura 2c. Estadísticas de innovación (%)



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 (%)

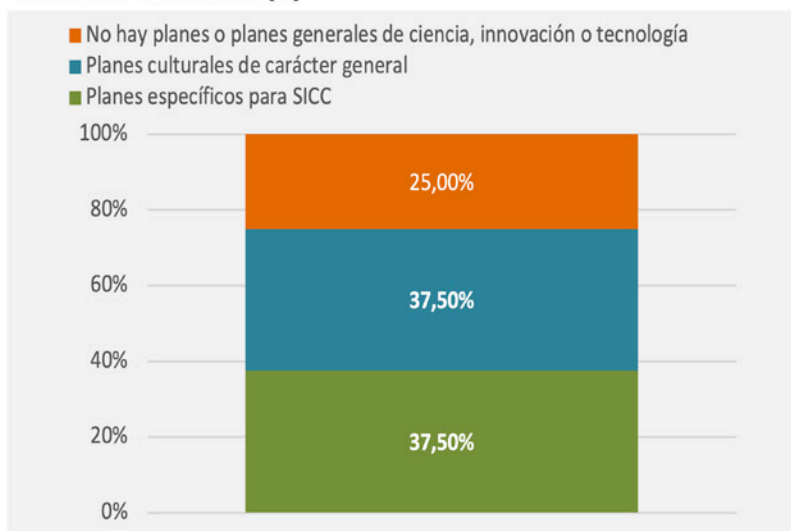
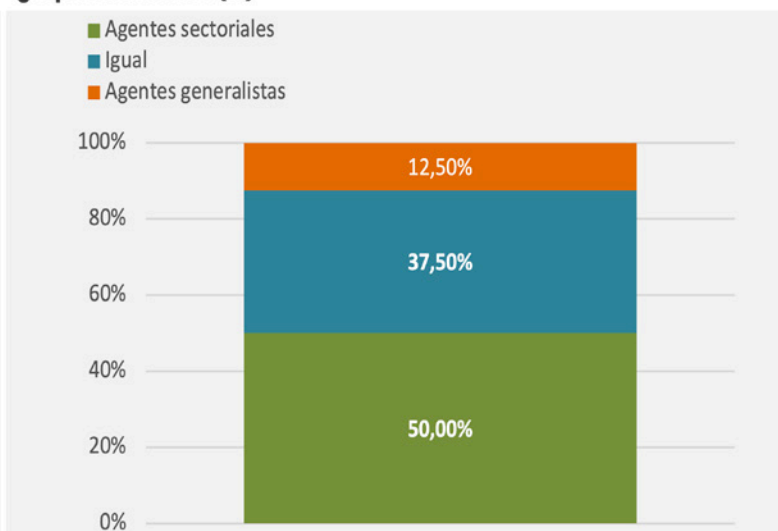


Figura 4. Tipo de agentes activos en el desarrollo de los SICC según el grupo económico (%)



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

Equal

- > 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
- > Portugal – Região do Norte
- > Alemania – Baden-Württemberg
- > Australia – South Australia

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 generalista³ (12,5%) y, en bastantes ocasiones, se implican conjuntamente tanto agentes sectoriales como generalistas.

Considerando los niveles administrativos⁴ implicados en el apoyo monetario (Figura 5a de la página posterior, izquierda) y no monetario⁵ (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.

³ 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”.

⁴ 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.

⁵ 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...”.

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

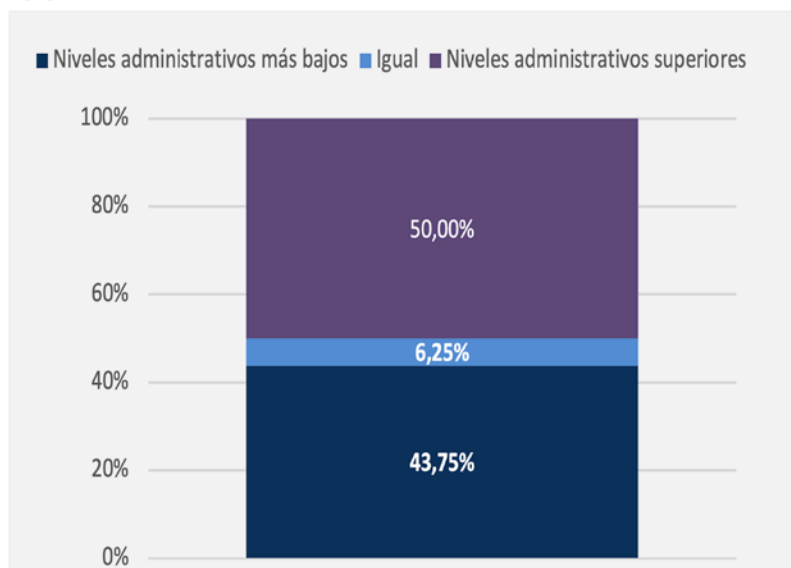
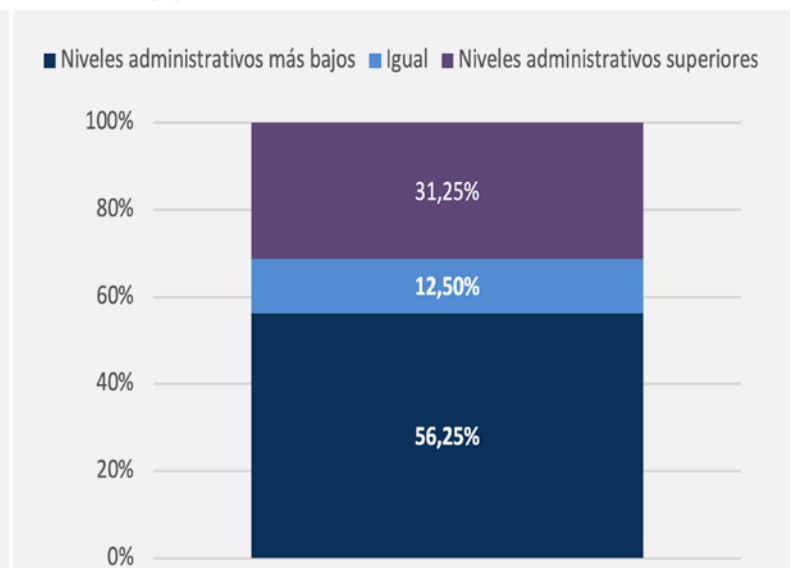


Figura 5b. Niveles administrativos implicados en el apoyo no monetario (%)



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

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.

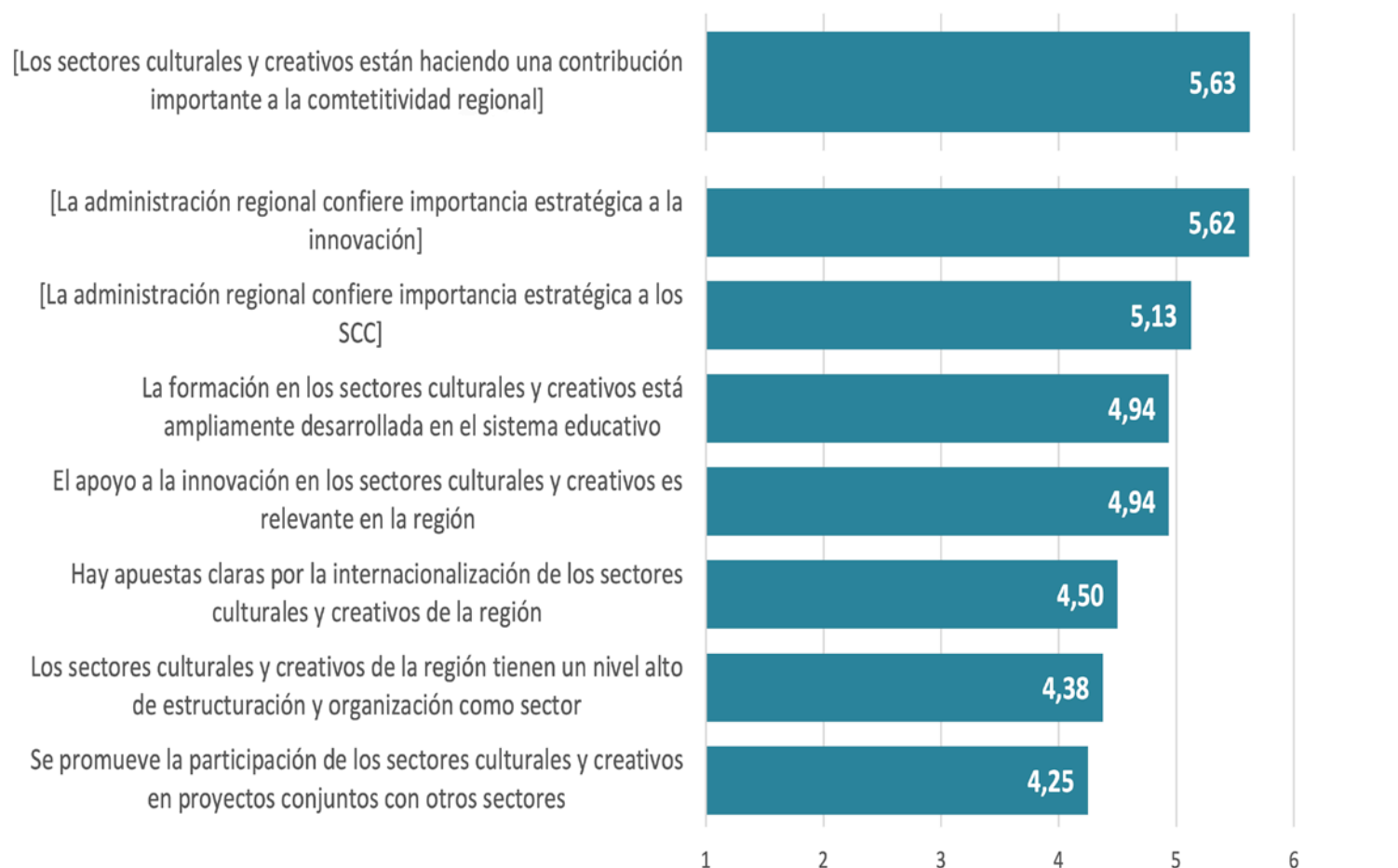
› Fortalezas de los SICC (2 ítems):

- › 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.

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)

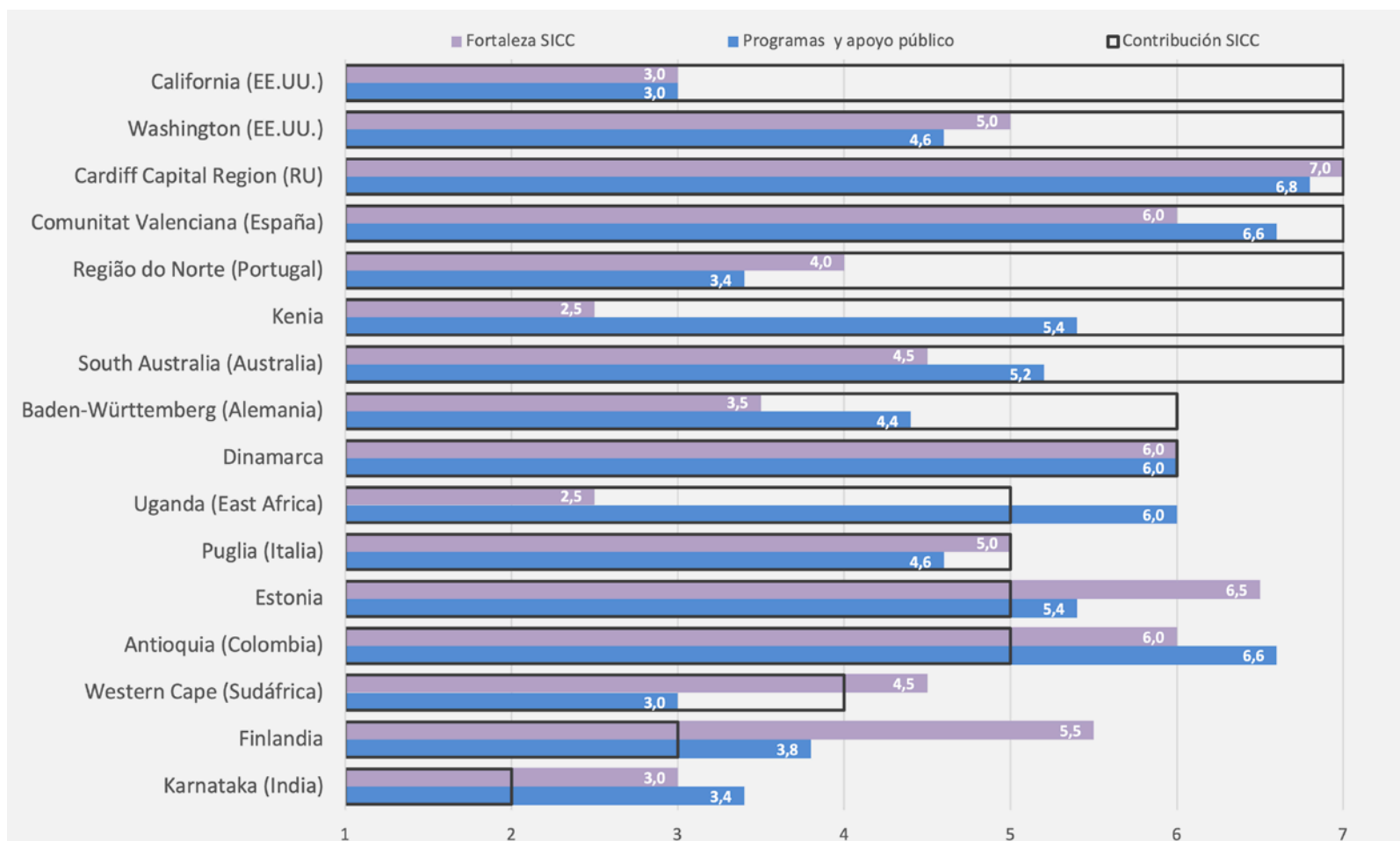
La mirada a cada ítem destaca (Figura 6) que la valoración del aporte que hacen los SICC en las regiones es en promedio muy positiva (5,63 sobre 7). Los informantes manifiestan que la administración confiere una importancia estratégica tanto a la innovación como a los SICC. A pesar de estas intenciones, 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.

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.
- › En el caso de Finlandia, los datos de autoevaluación ofrecidos contrastan con la realidad objetiva. A pesar de los datos en la Figura 7, como se puede observar en su informe regional (anexo 6), Finlandia cuenta con un amplio respaldo para el sector. Además, el sector realiza una contribución significativa a la competitividad regional.
- › 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).

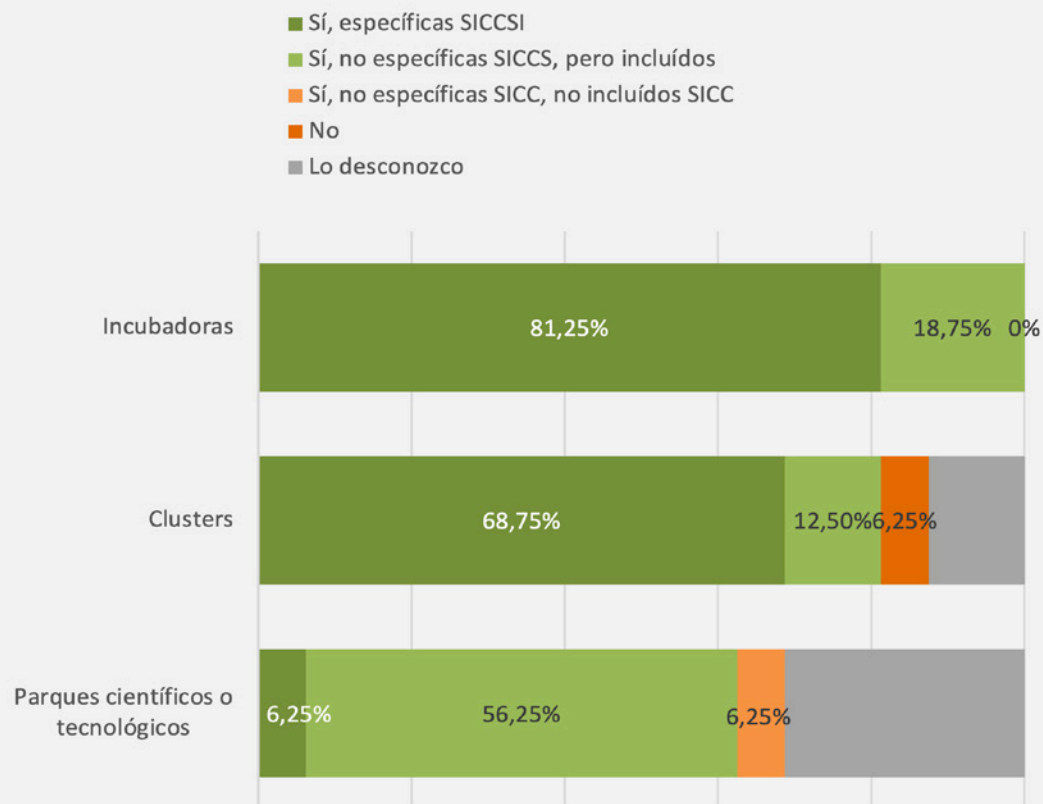
Figura 7. Fortalezas y retos generales de las regiones seleccionadas. Valoraciones de los coordinadores respecto los ítems anteriores agrupados entre “Fortaleza de los SICC” (2 ítems) y “Planificación, apoyo o promoción de los SICC” (5 ítems) y contrapuestos a la valoración que se hace de los SICC respecto 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 SICC*

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 (%)

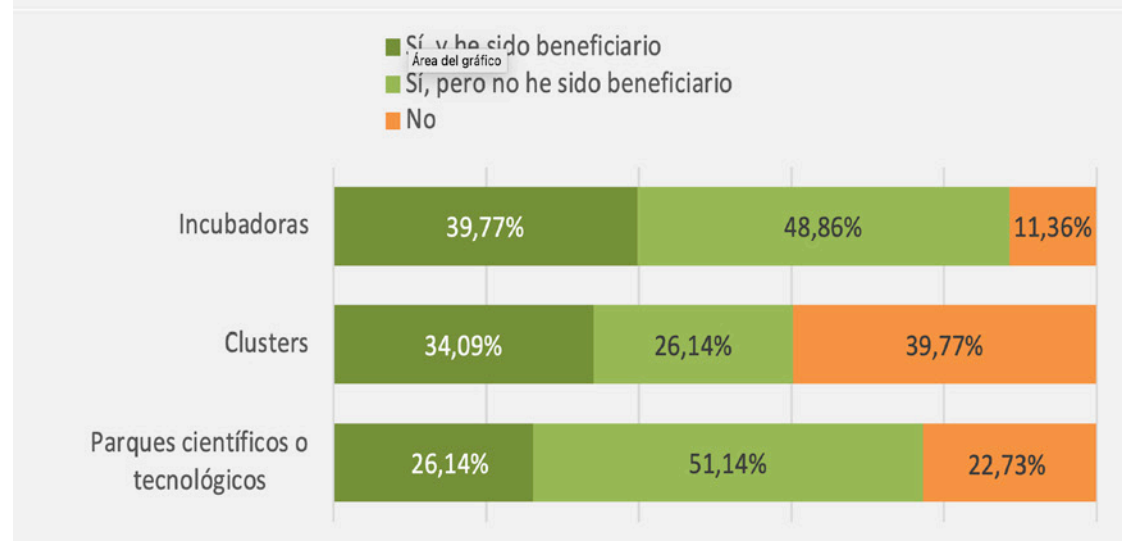


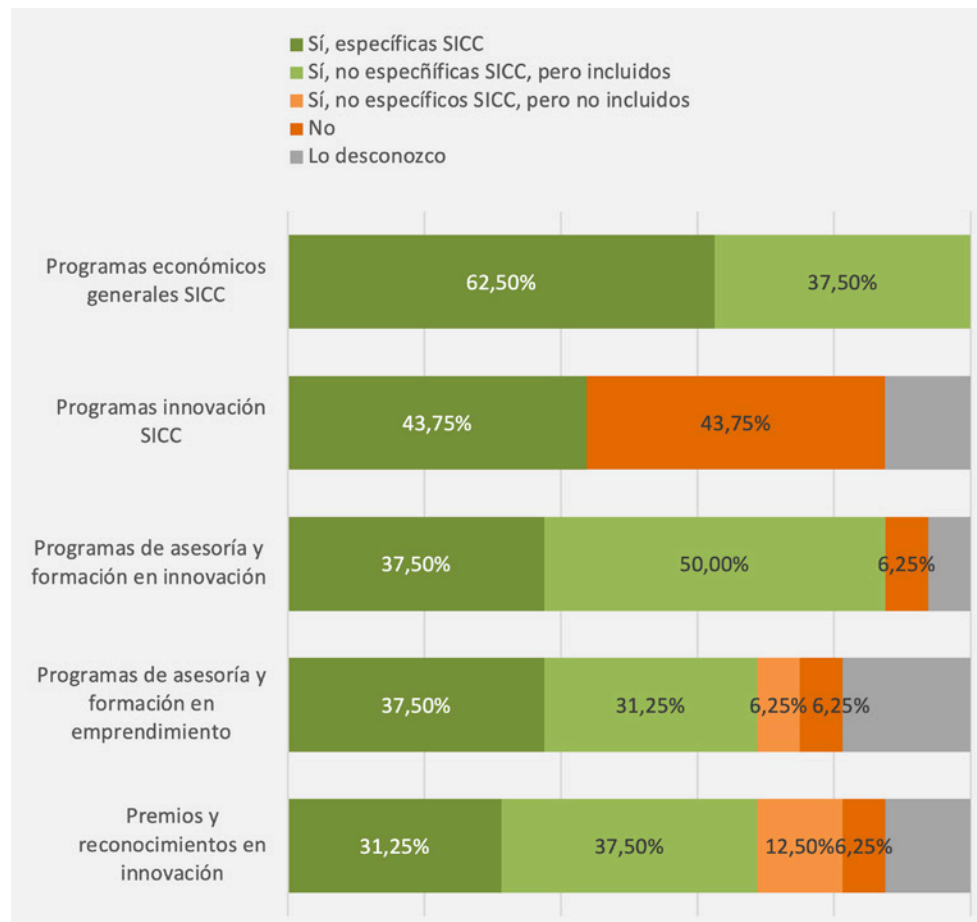
Figura 9b. Relevancia percibida de cada herramienta por parte de los agentes (escala de 1, sin relevancia, a 5, máxima relevancia)



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 (%)



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

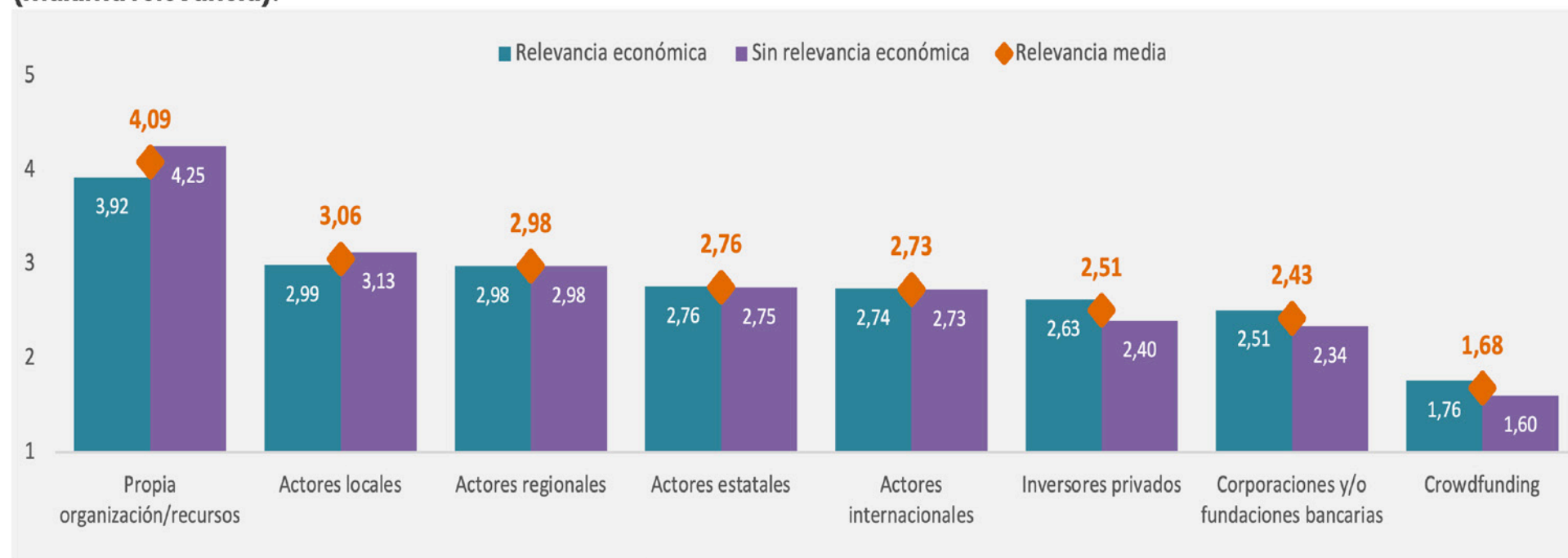
Específicas SICC*	
Programas generales económicos para SICC	<ul style="list-style-type: none"> > South Australia > Baden-Württemberg > Cardiff (CCR) > Comunitat Valenciana > Estonia > Finlandia > Puglia > Antioquia > Kenia > Uganda
	<ul style="list-style-type: none"> > California > Cardiff (CCR) > Finland > Antioquia > Kenia > Western Cape > Uganda
Programas de innovación para SICC	<ul style="list-style-type: none"> > Baden-Württemberg > California > Cardiff (CCR) > Comunitat Valenciana > Finland > Kenia
Programas de asesoramiento y formación en innovación	<ul style="list-style-type: none"> > Baden-Württemberg > California > Estonia > Finland > Kenia > Western Cape
Programas de asesoramiento y formación en emprendimiento	<ul style="list-style-type: none"> > Baden-Württemberg > Cardiff (CCR) > Dinamarca > Estonia > Washington
Premios y reconocimientos	

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

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 (%)

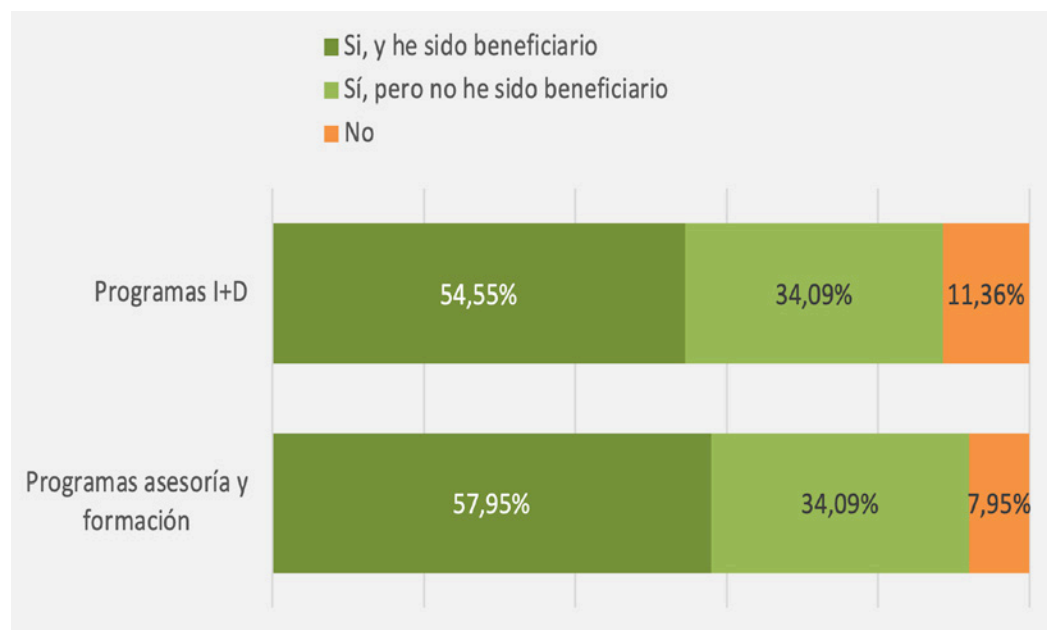
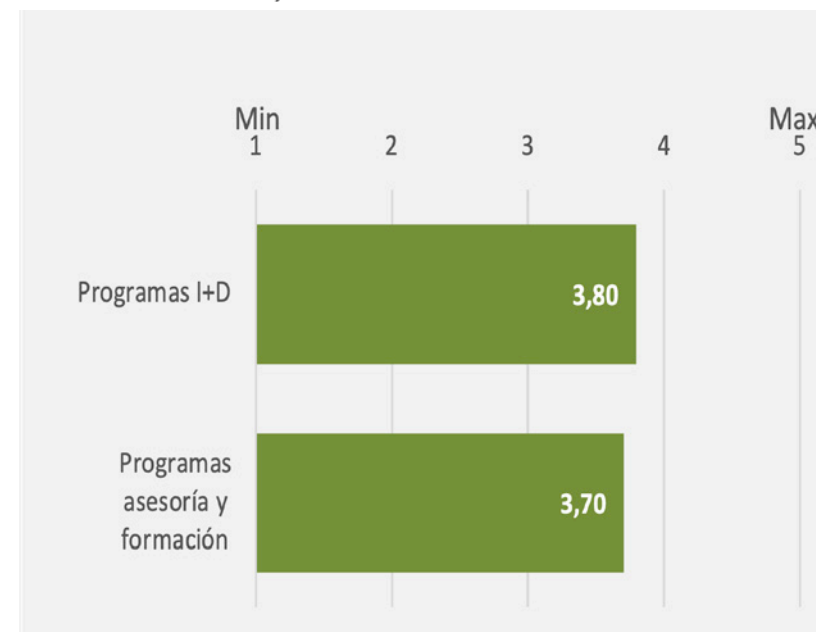


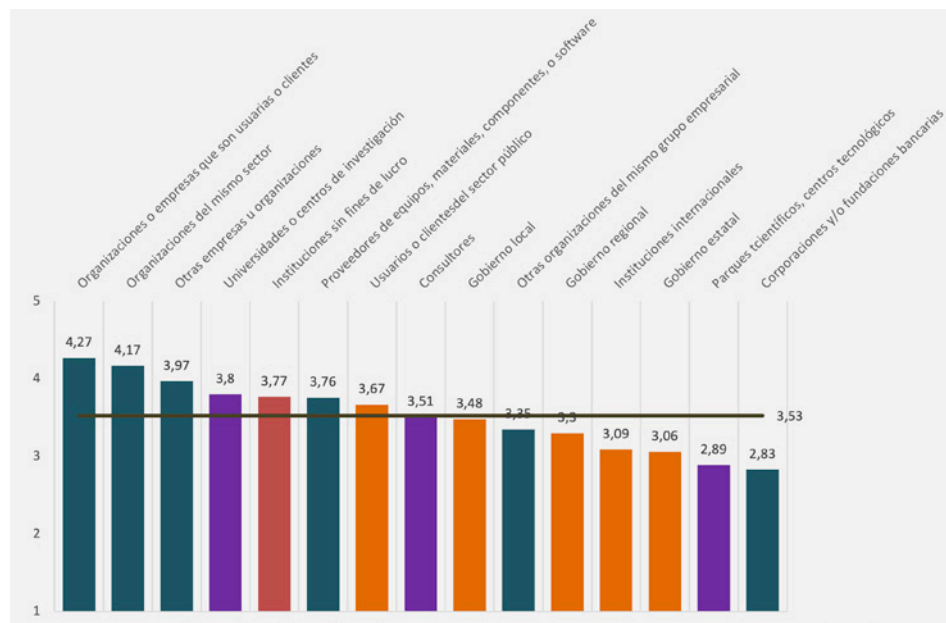
Figura 12b. Relevancia percibida de cada herramienta por parte de los agentes (escala de 1, sin relevancia, a 5, máxima relevancia)



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 metodológica⁶ y de producto (servicios o bienes, incluidos trabajos artísticos)⁷. 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. 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.

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 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...

⁷ 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...

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

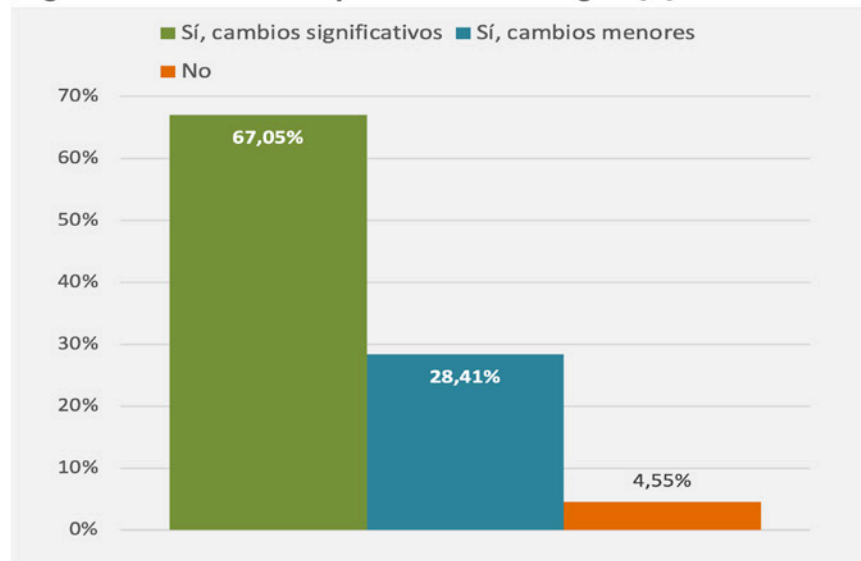
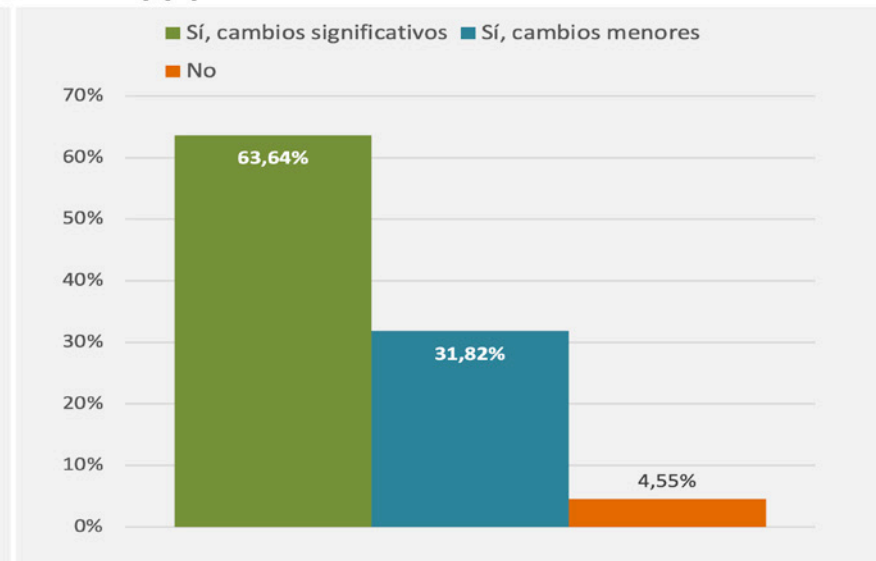


Figura 14b. Innovación de producto (servicios, bienes, u obras artísticas) (%)



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.

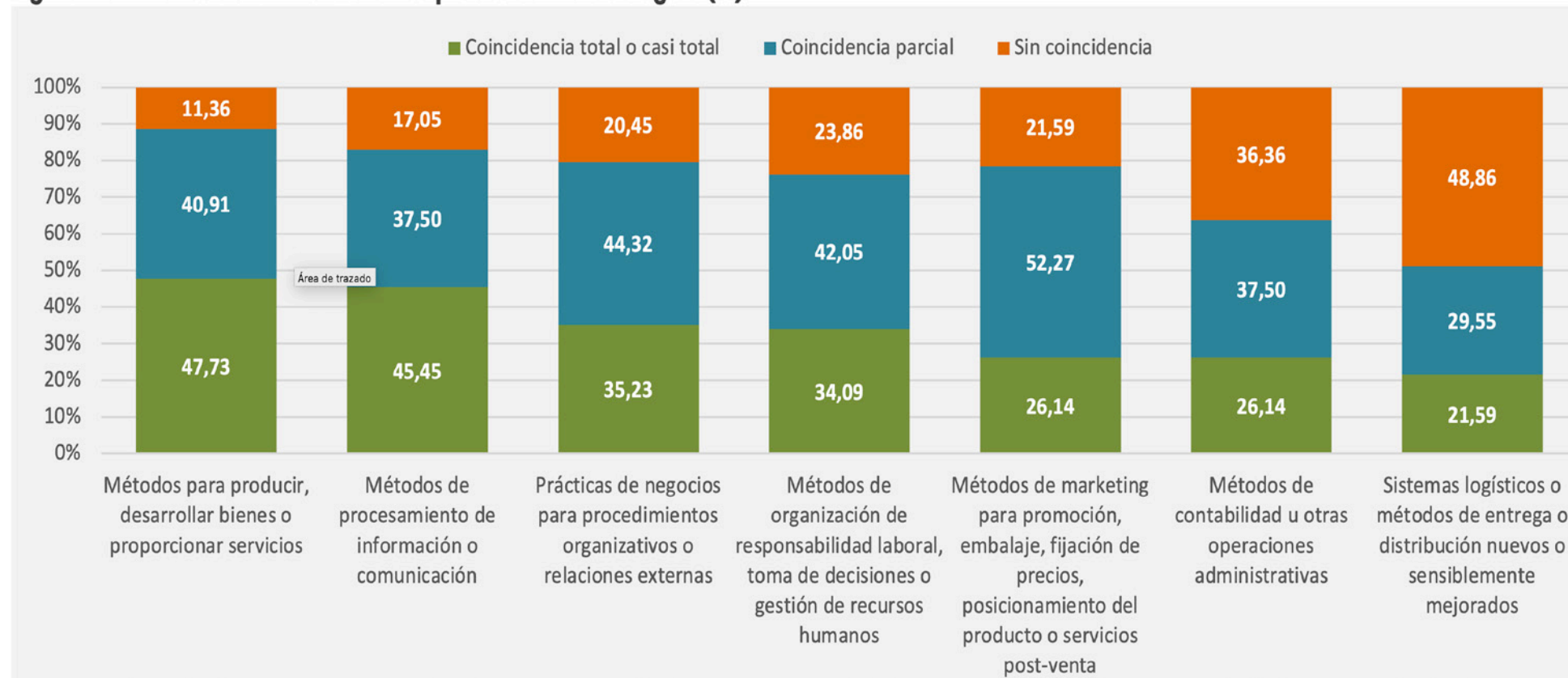
En términos de innovación de procesos o metodológica, los cambios más habituales en el sector van dirigidos a modificar “los métodos de producción, desarrollo de bienes o prestación de servicios”, así como los “métodos de procesamiento o comunicación de la información”.

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 (%)



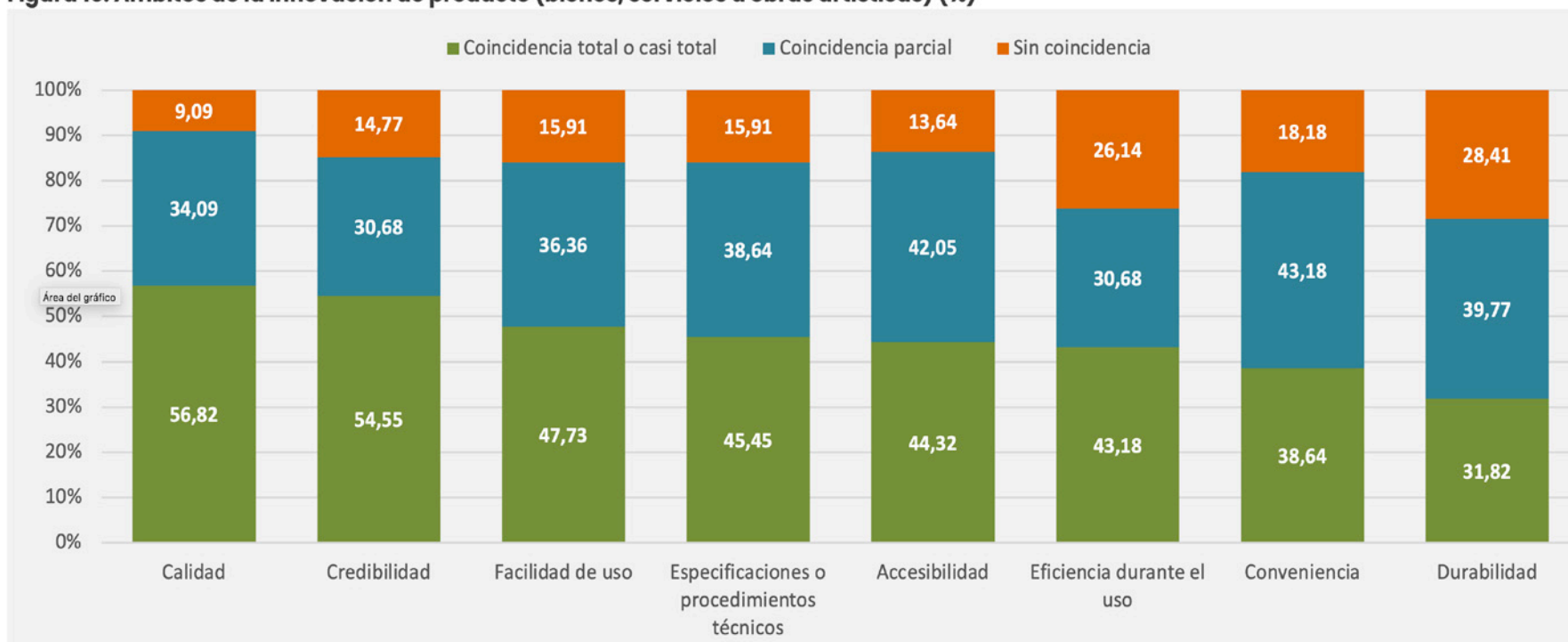
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta (Encuesta a organizaciones Contrast II)

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”.

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”.

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)

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?

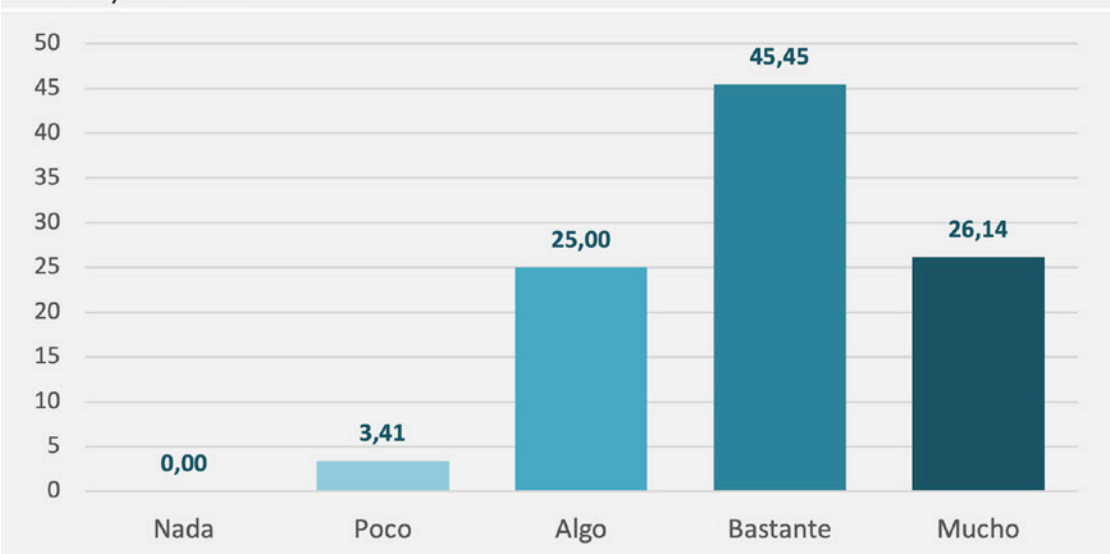
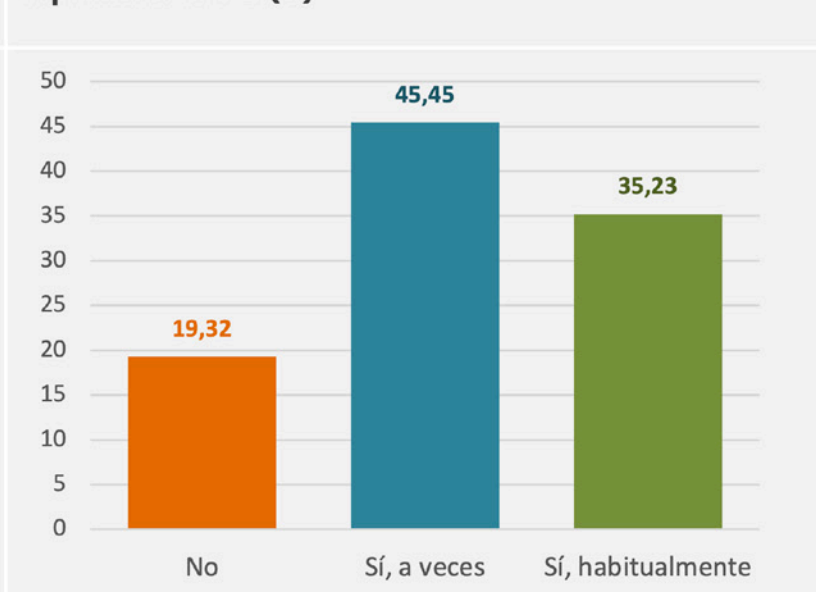


Figura 18. Uso de recursos humanos o económicos específicos de I+D (%)

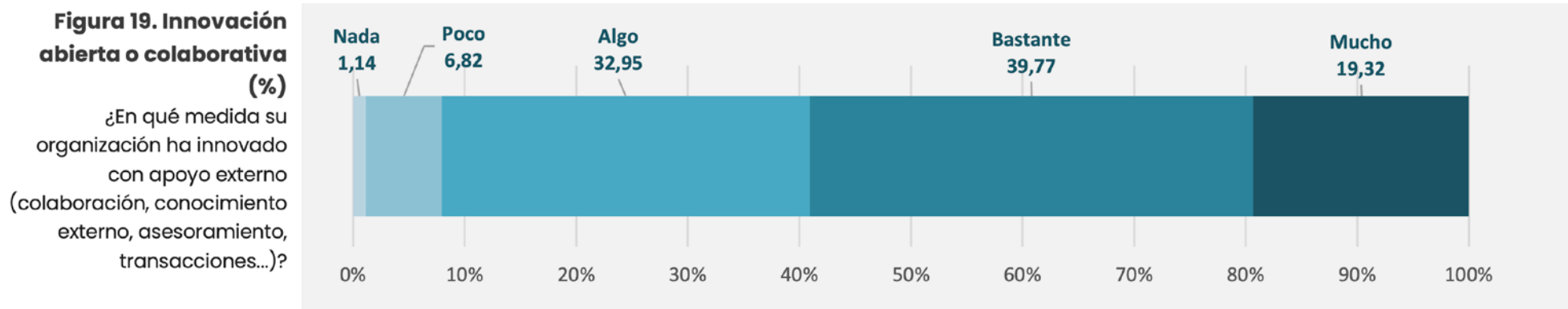


Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta (Encuesta a organizaciones Contrast II)

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.

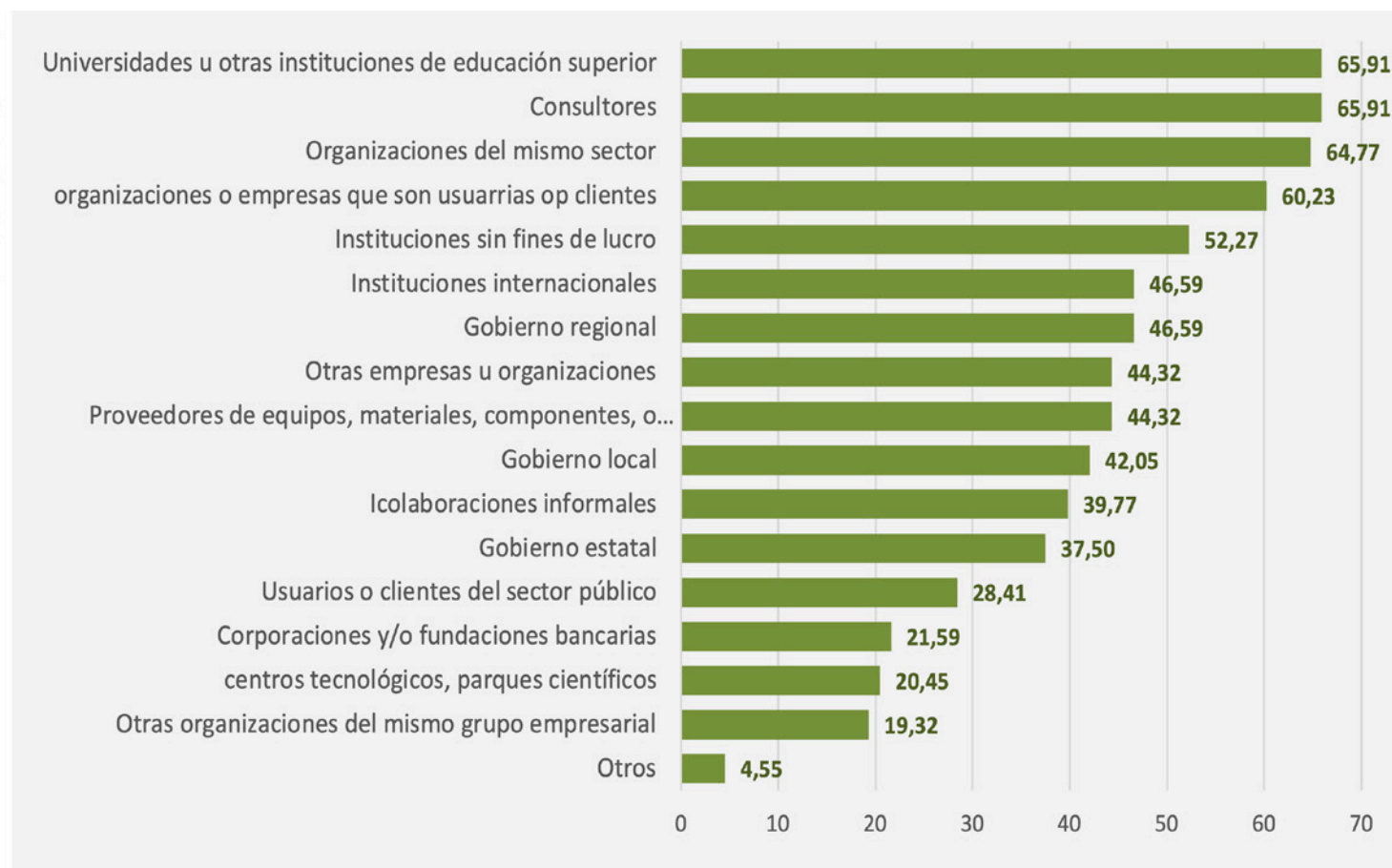
De nuevo, la mirada a los partners o socios con los que se ha colaborado reseña la importancia de las organizaciones usuarias o clientes y las del propio sector, así como de universidades y centros de investigación, pero también de consultores: entre un 60% y un 70% de los casos manifiesta haber colaborado 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).



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

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?

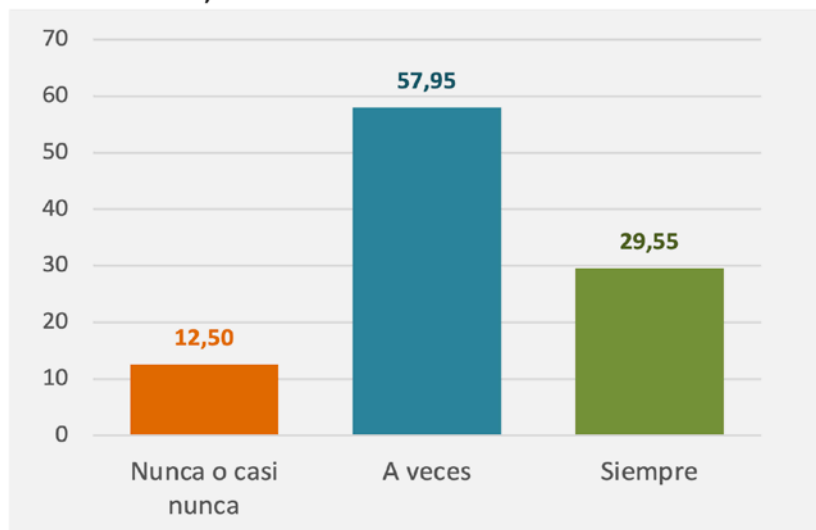
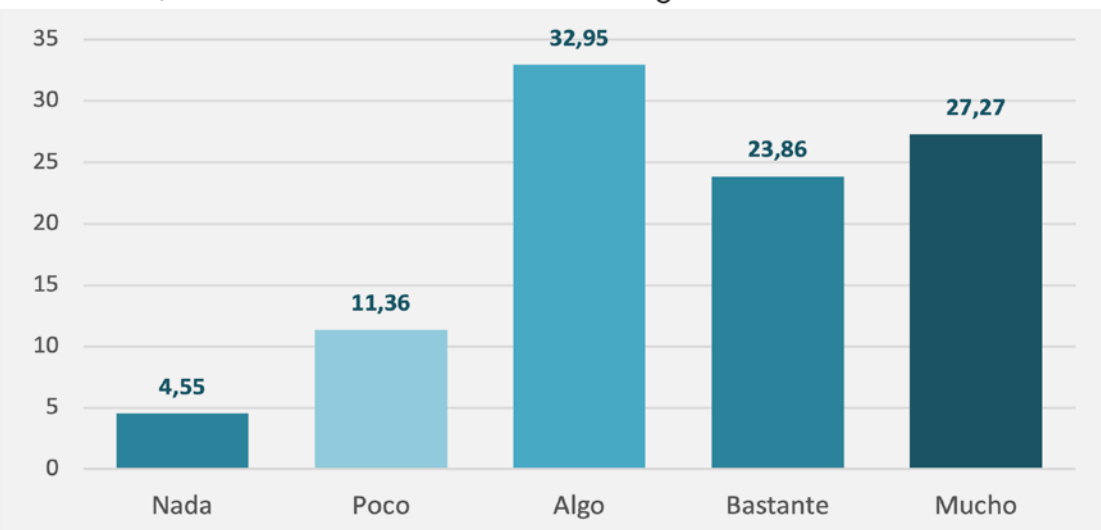


Figura 22. Innovación de base tecnológica (%)

¿En qué medida su organización ha realizado innovaciones mediante la aplicación, renovación, combinación o desarrollo de tecnologías?

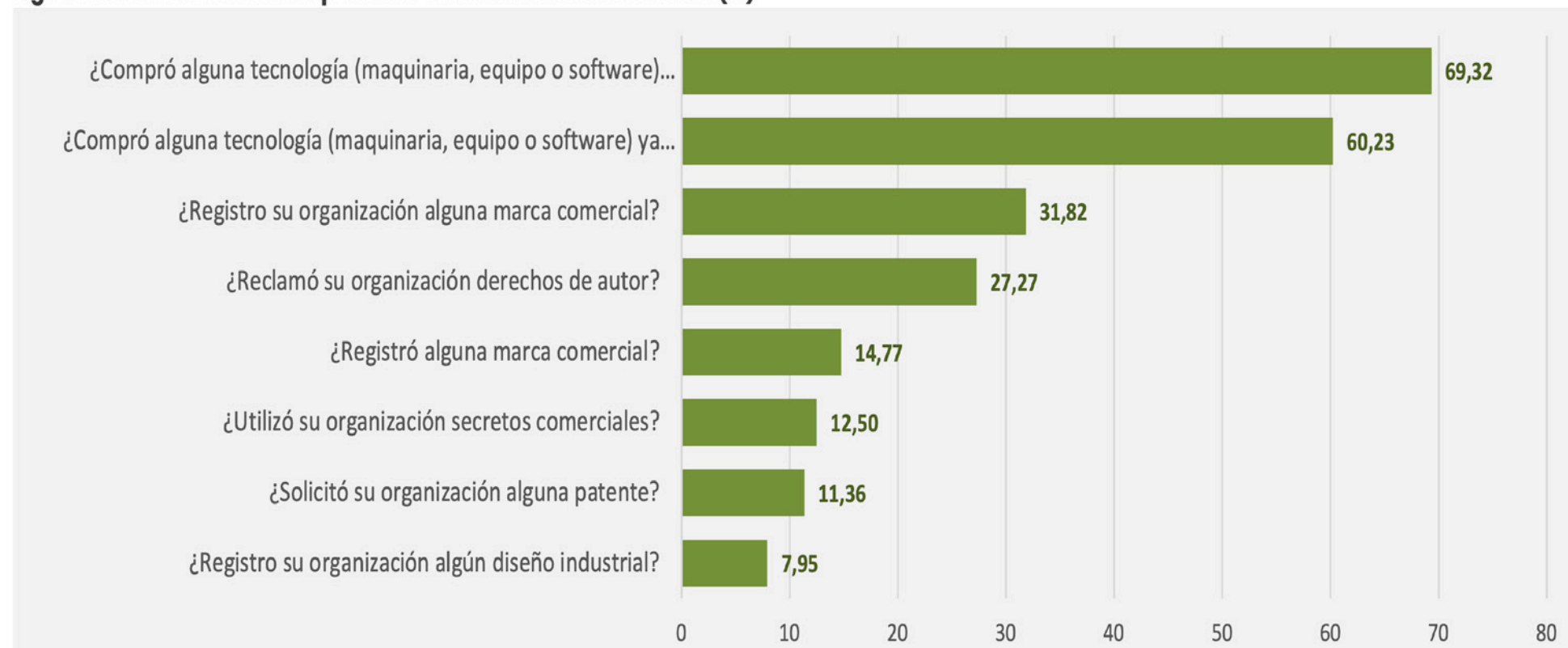


Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta (Encuesta a organizaciones Contrast II)

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.

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



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

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.

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 desde 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)

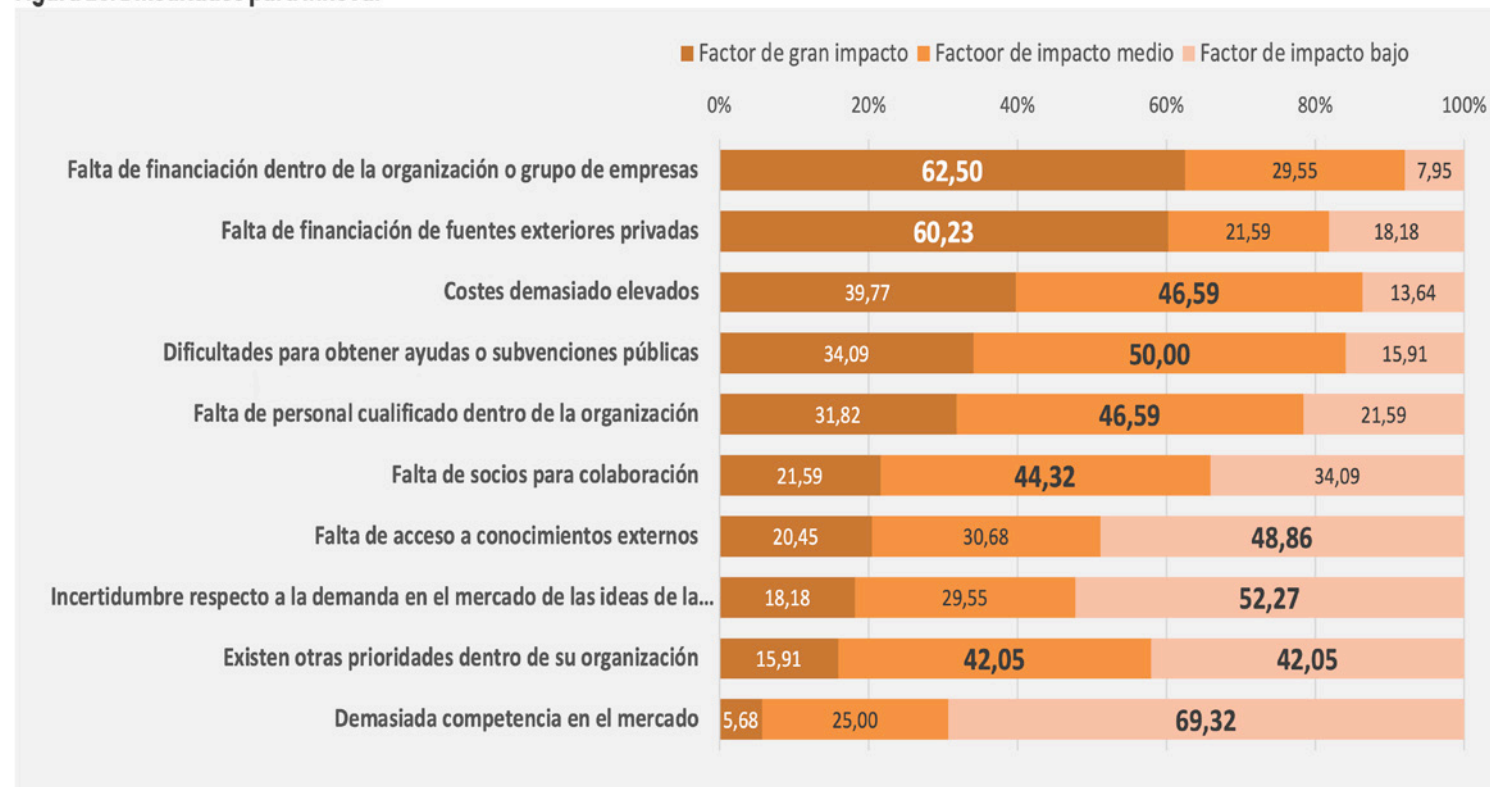
En primer lugar, cabe destacar que la suma de razones adicionales seleccionadas es de 288, un promedio de 3 razones adicionales por cada caso. A pesar de existir dos razones principales para innovar, hay una multidimensionalidad relevante. En esta multidimensionalidad se materializa de forma más clara 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.

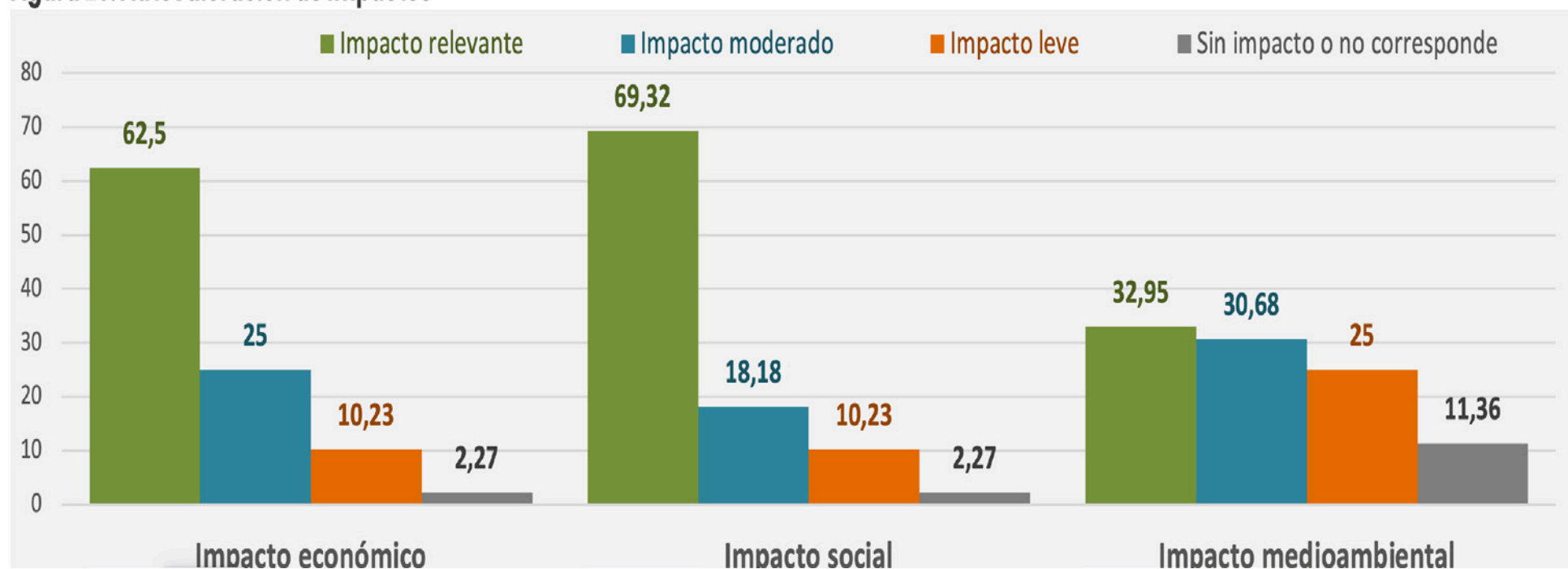
4.5 Medición de resultados, impactos y valor de la innovación

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

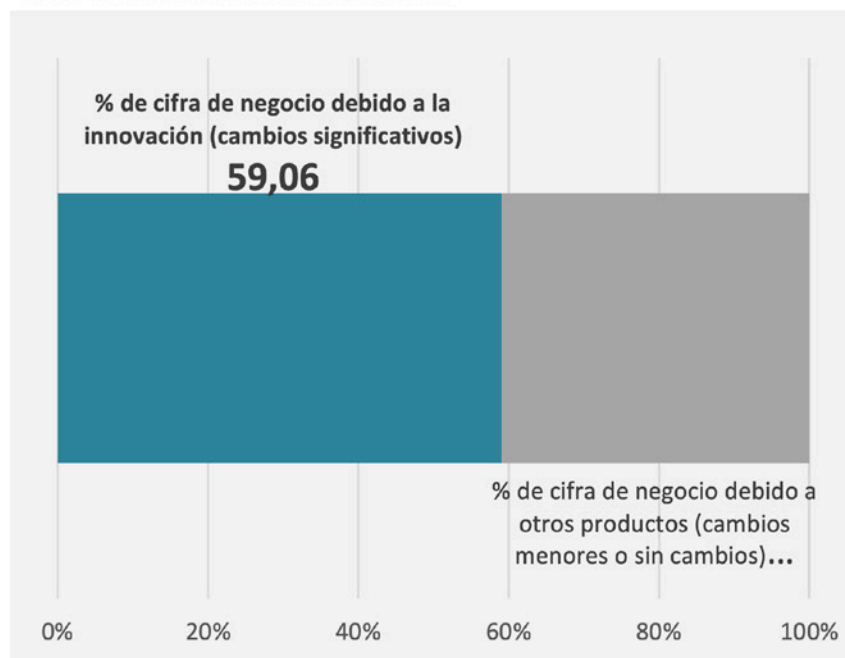
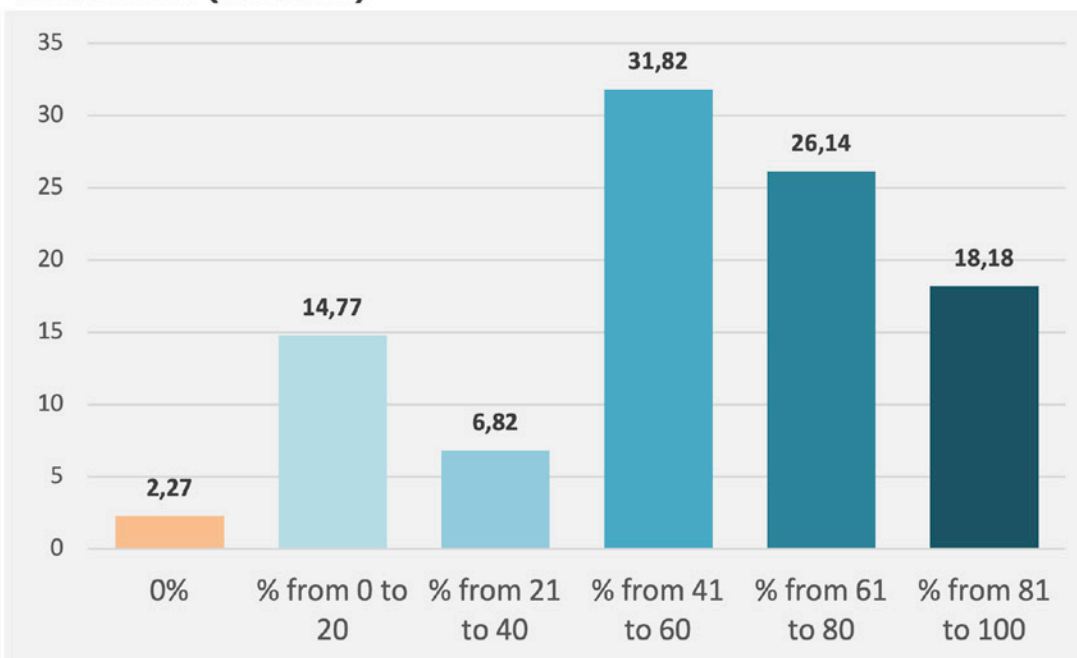


Figura 27b. Porcentaje aproximado de facturación del año 2022 debido a innovaciones (intervalos)

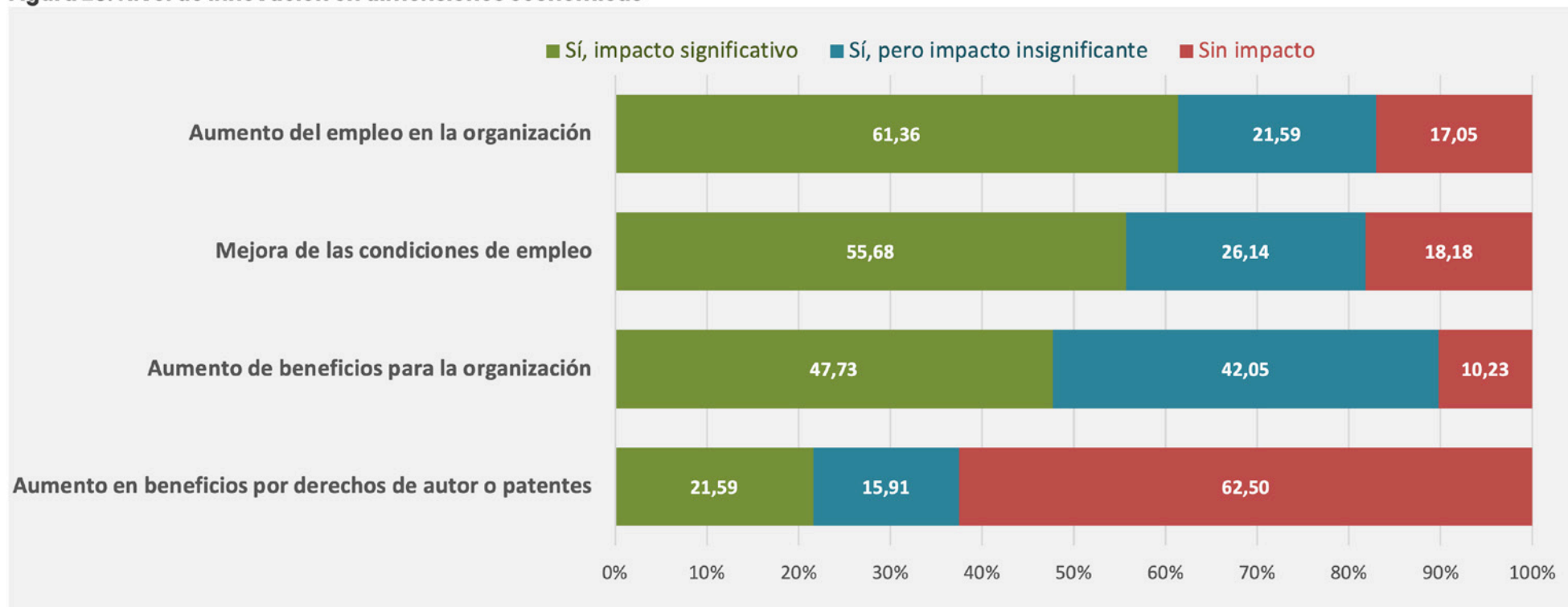


Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta (Encuesta a organizaciones Contrast II)

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



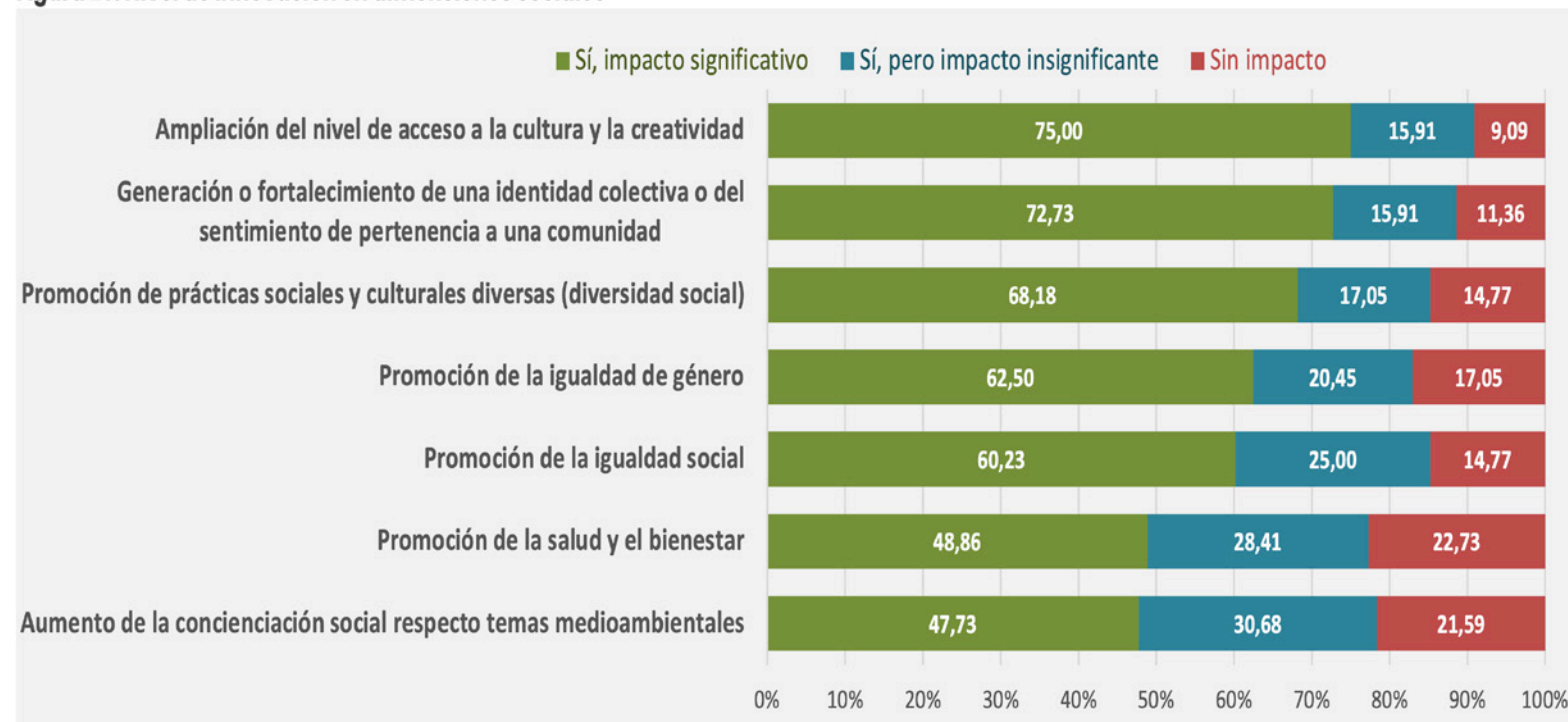
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta (Encuesta a organizaciones Contrast II)

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

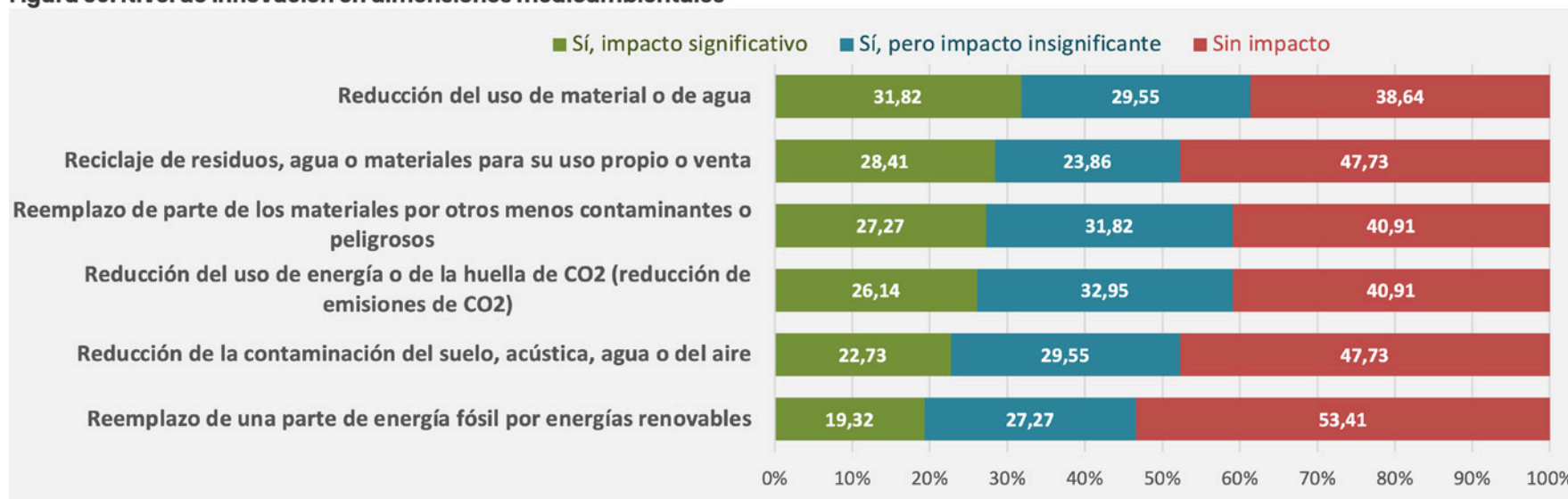


Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta (Encuesta a organizaciones Contrast II)

Dimensión 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.

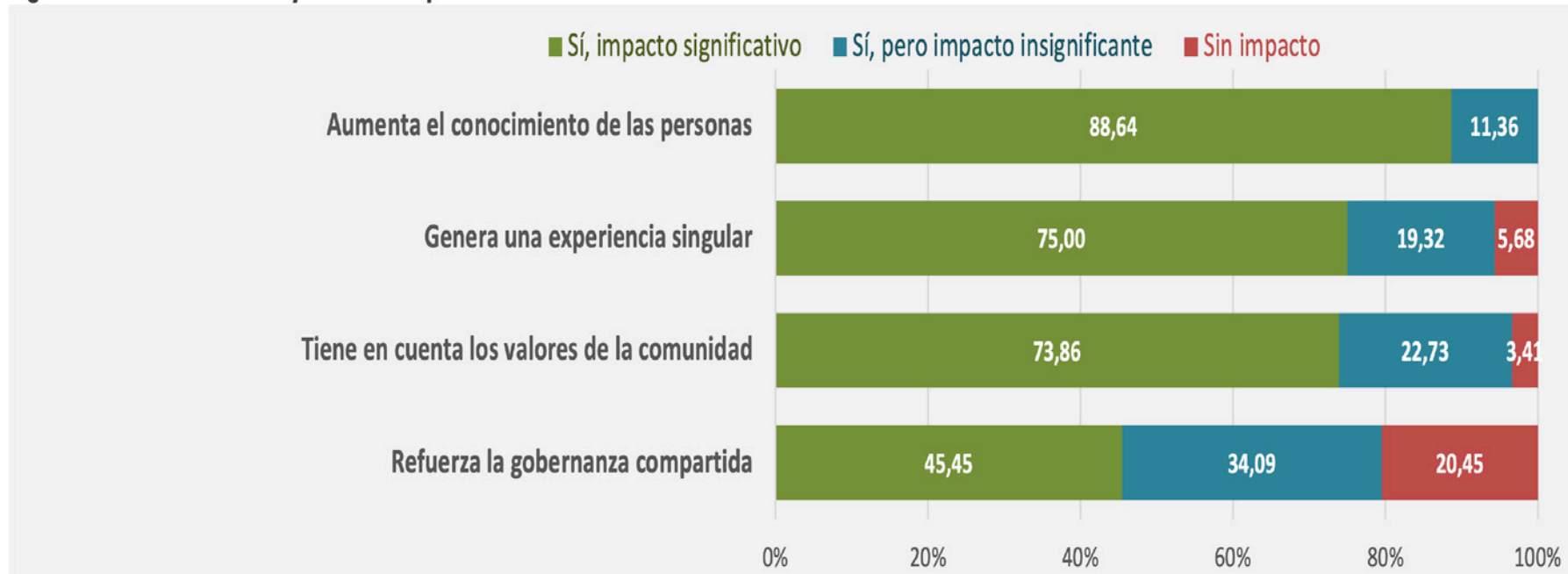
4.5.3 Valor intrínseco y valor social compartido

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, tipologías y singularidades

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

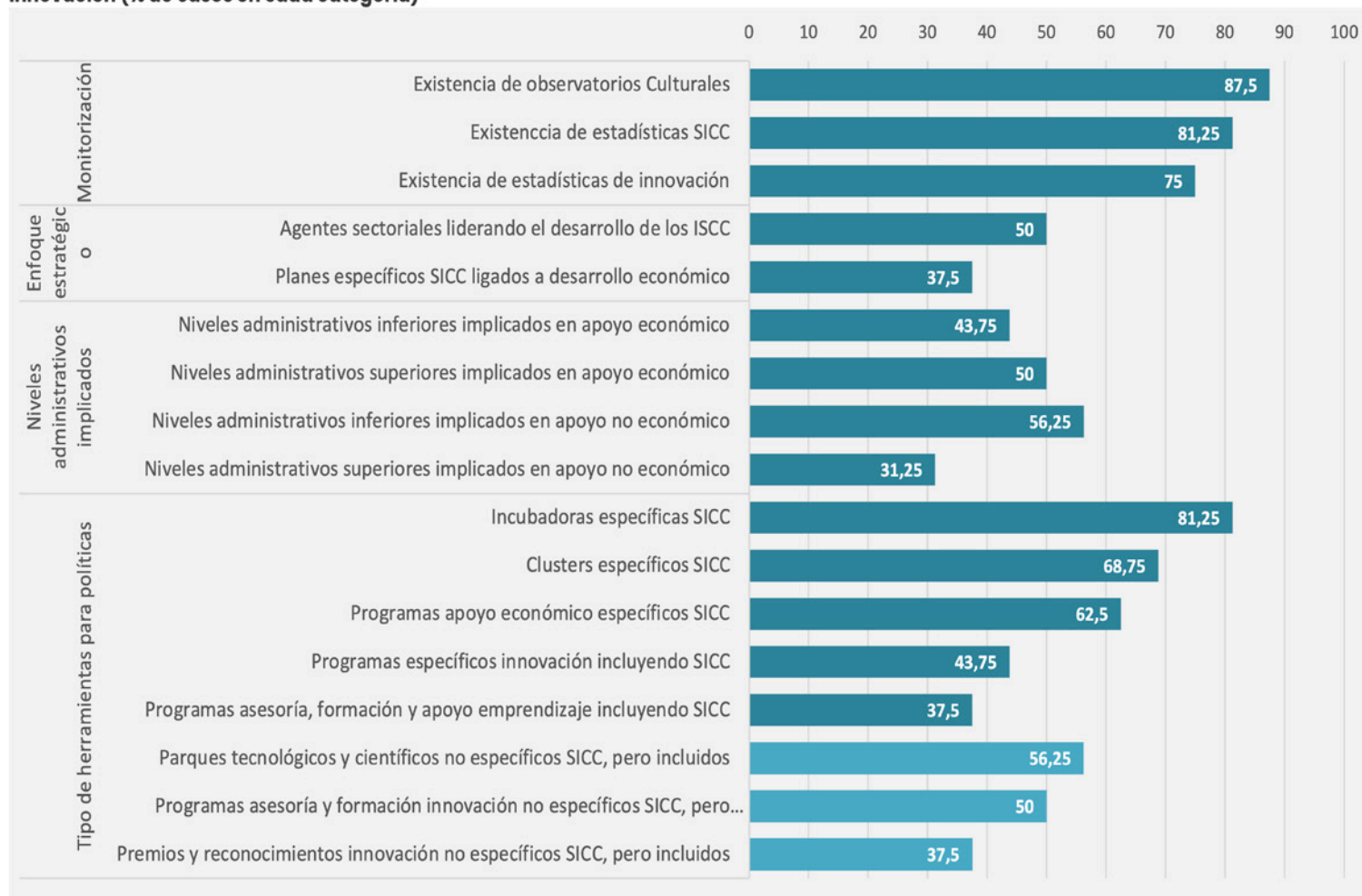
Primero, resumimos los elementos clave para combinar una visión general y sintética de los ecosistemas de innovación⁸.

- › **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.

⁸ 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 una 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)



Source: Own elaboration based on surveys data (Regional Coordinators' survey Contrast II)

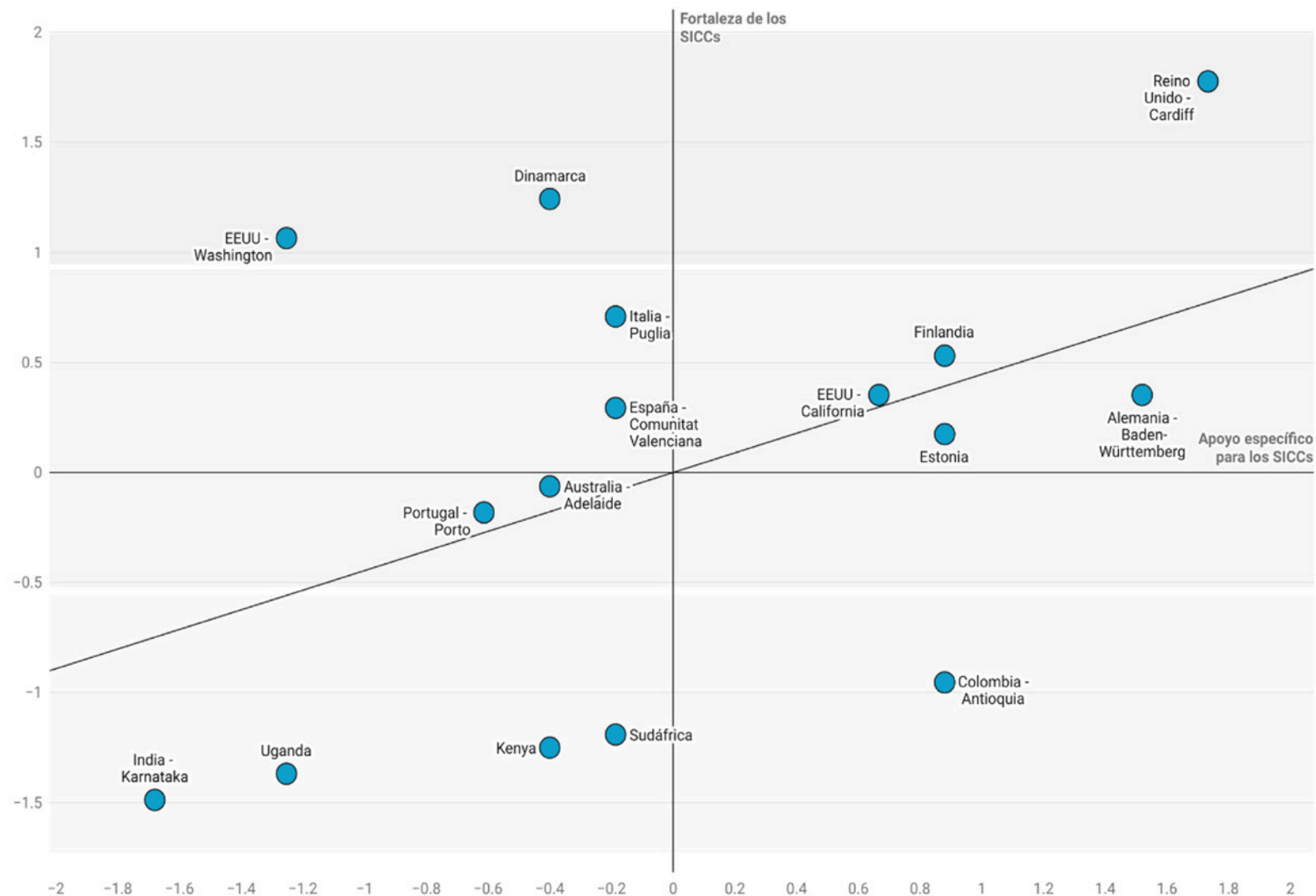
5.1.2 Énfasis en la diversidad vinculada a los ecosistemas de innovación

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 adicionales⁹.

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.

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.

⁹ 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.

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.	<ul style="list-style-type: none"> › UK-Cardiff (CCR) › Dinamarca › EE.UU.-Washington
Zona intermedia derecha	Contexto IIa	Resultados avanzados con ecosistemas altamente adaptados a las especificidades de los SICC.	<ul style="list-style-type: none"> › 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.	<ul style="list-style-type: none"> › 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.	<ul style="list-style-type: none"> › 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.

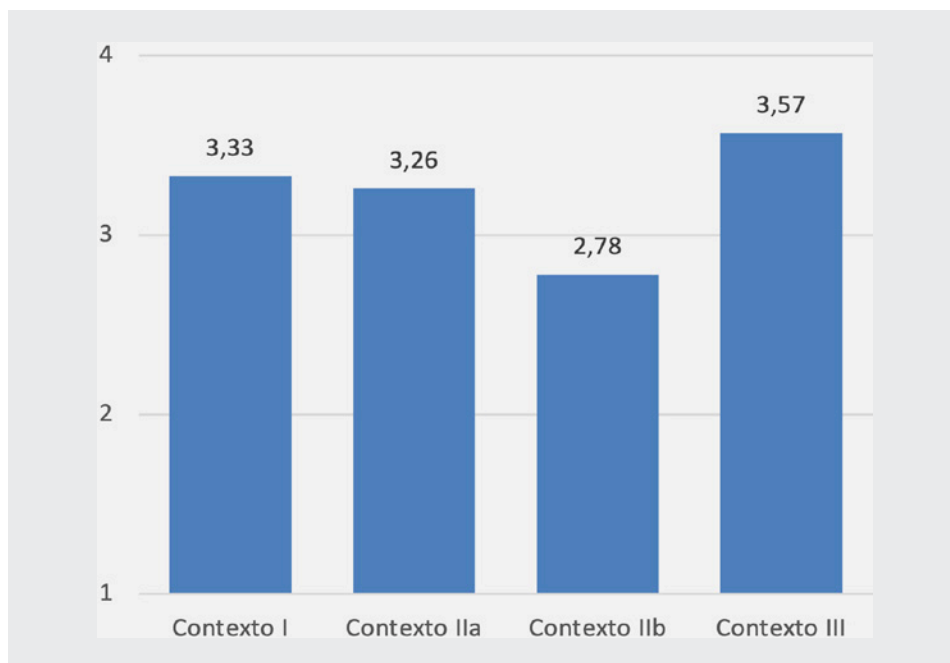


Figura 34. Nivel de innovación de los casos de acuerdo con los contextos de los SICC.

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)

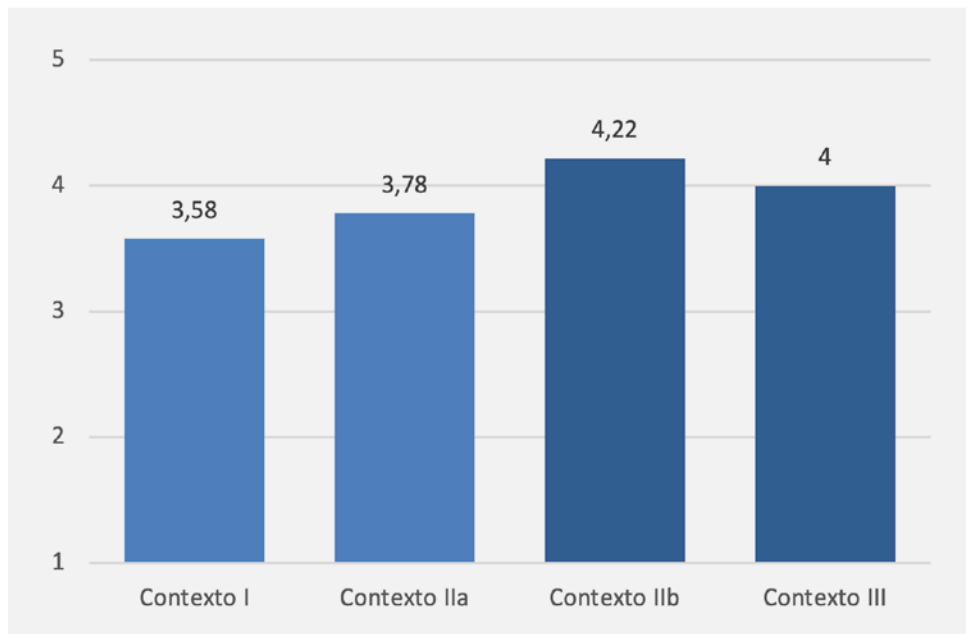
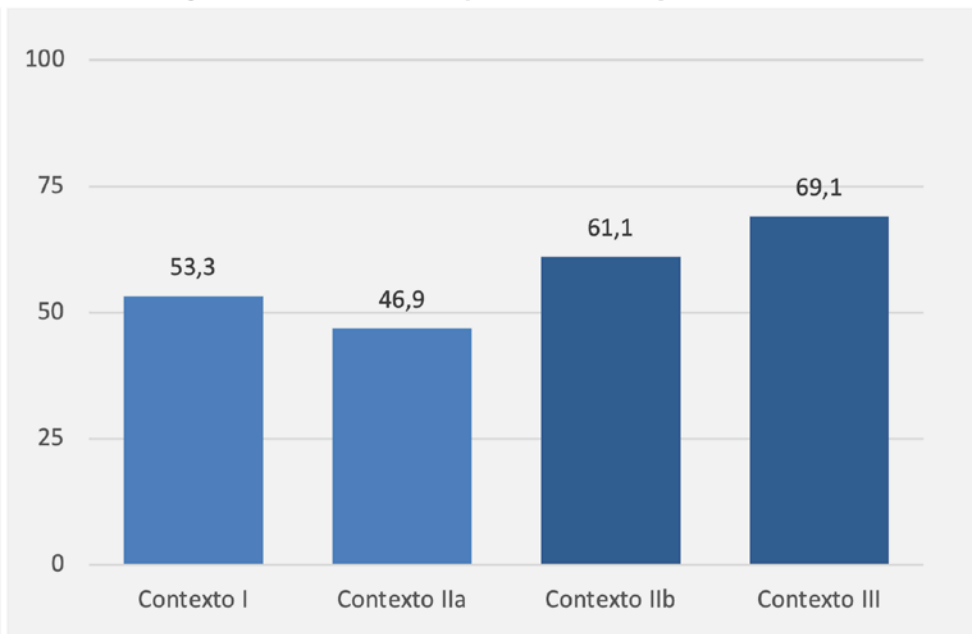


Figura 36. Porcentaje de ingresos derivados de productos innovadores (nuevos o significativamente mejorados) en el periodo 2020-2022.



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 SICCC (Tabla 9, en la parte superior predomina el verde indicando casos con mayor especificidad).

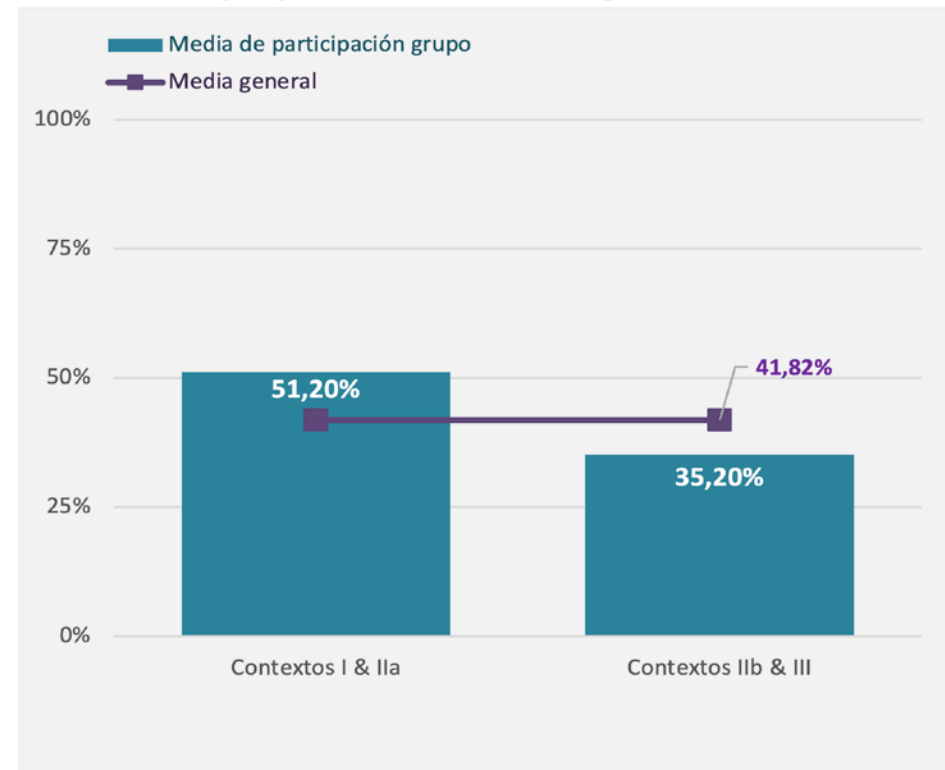
Tabla 9. Suma del número de estrategias o herramientas específicas (mínimo 0, máximo 9) utilizadas por los casos ordenados según la figura Tabla 8 y Figura 33.

Caso	Tipo de Contexto SICCC	Puntuación de especificidad (suma de herramientas específicas de SICCC)
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		6/9
Italia – Puglia	Contexto IIb	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

Escala de rojo (valores bajos) a verde (valores altos)

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).

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**.

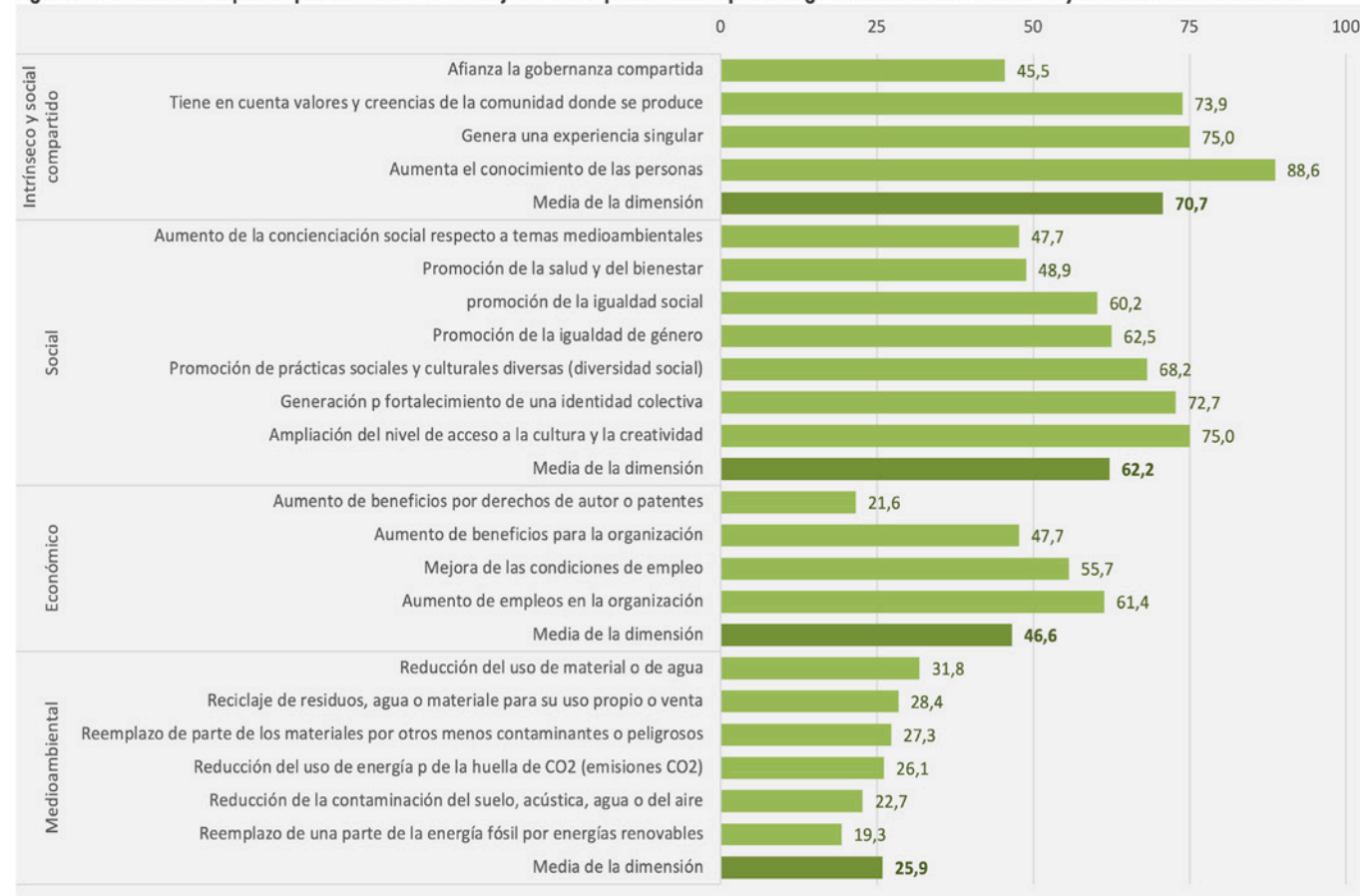
Con menor frecuencia, el 14,8% ha solicitado normas o etiquetas, el 12,5% ha utilizado secretos comerciales, el 11,4% ha solicitado patentes y el 7,9% ha registrado diseños industriales.

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.



Por lo tanto, la innovación en los SICC nosóloproduceresultadosfavorables 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.**

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

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

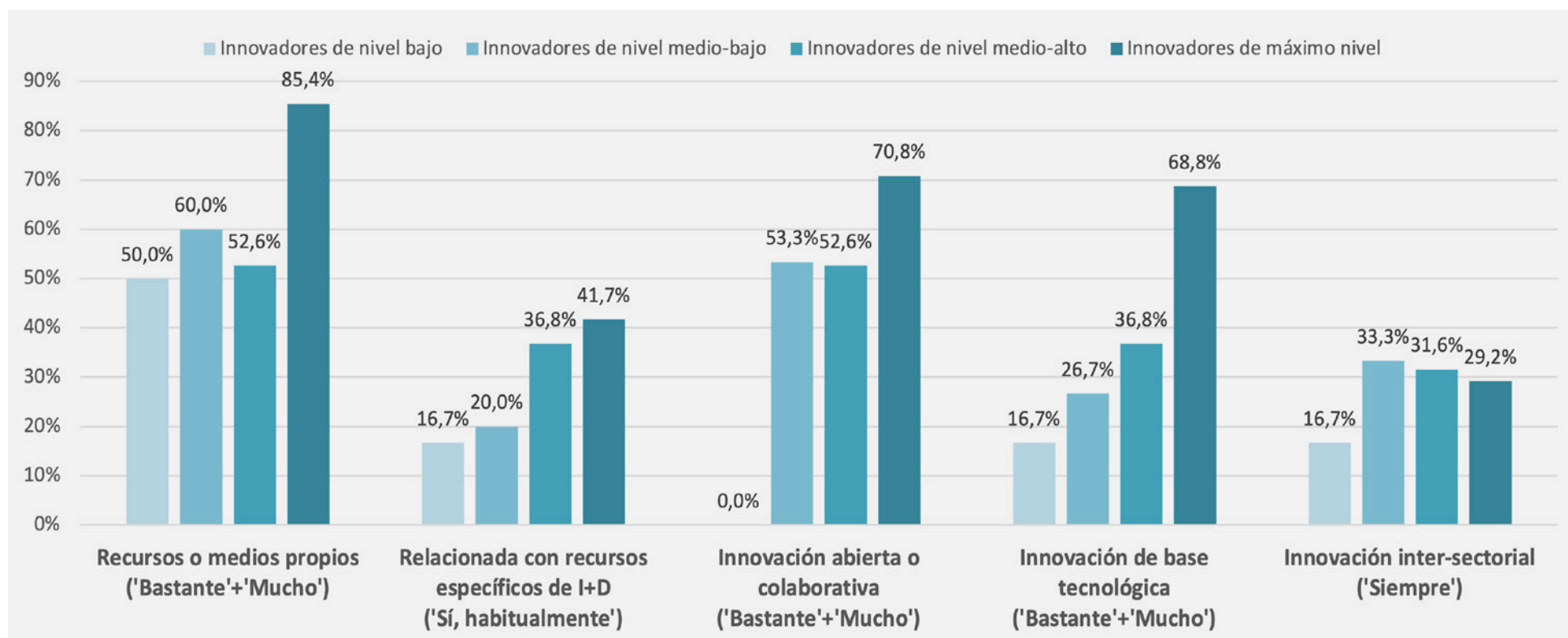
	Negocio (Mejora de estrategias y resultados económicos propios o de terceros)	Culturales (Aumentar la participación o mejorar la experiencia cultural)	Educacionales (Facilitar las tareas educativas y el aprendizaje)	Medioambientales (Contribuir a la sostenibilidad)	Salud (Aumentar los servicios sanitarios)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

Escala de rojo (valores bajos) a verde (valores altos)

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.

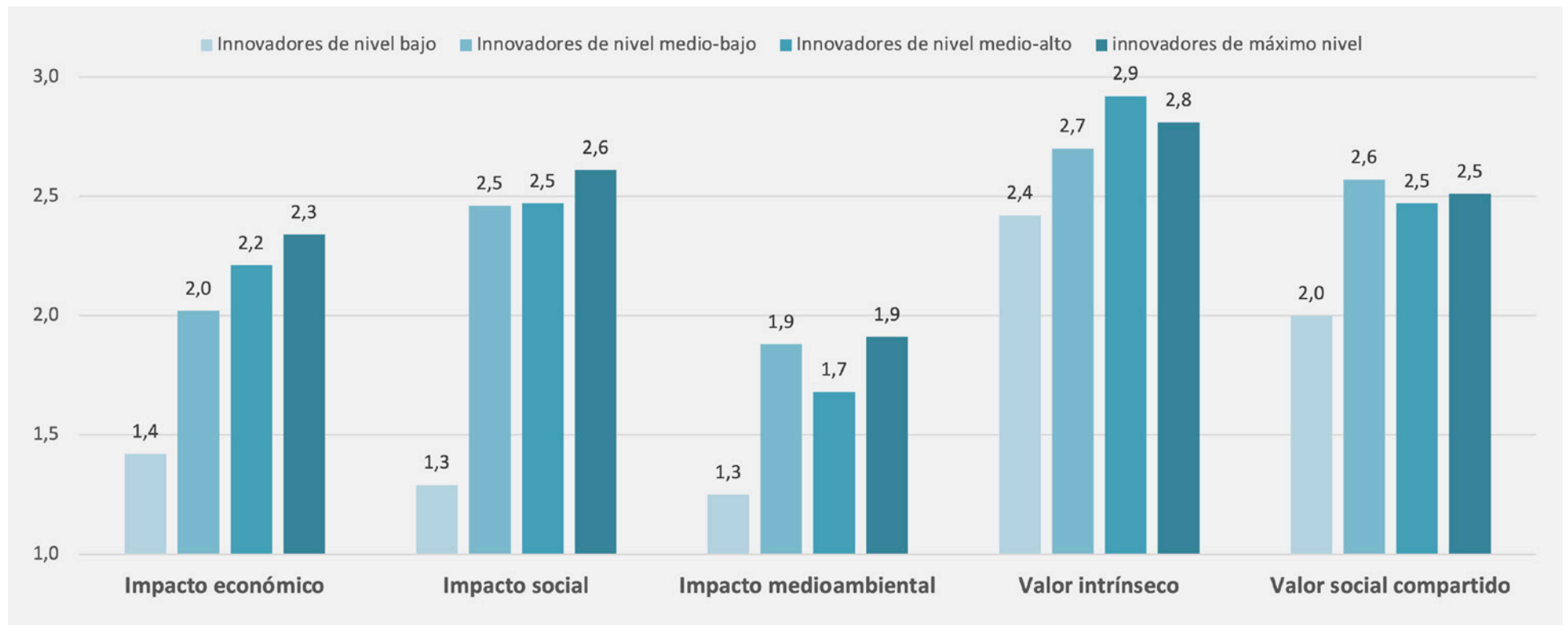
- › Como elemento destacado vinculado al perfil de máxima innovación, se observa finalmente que **el recurso y dominio de la tecnología juega un papel muy relevante: cuanto más intenso es el perfil de innovación, mayor uso de tecnología orientada a la innovación existe.**

- › 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.

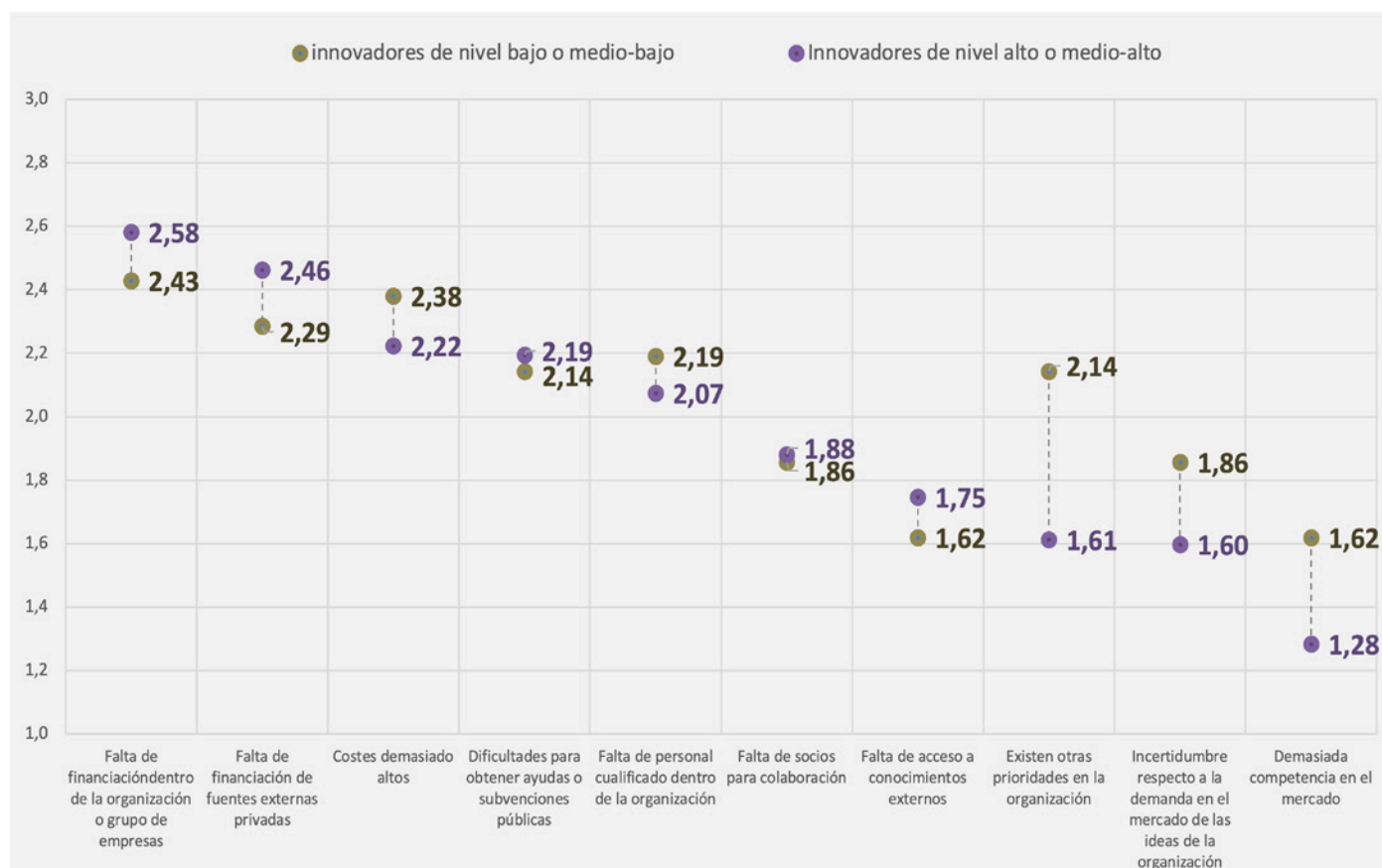


Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la encuesta (Encuesta a organizaciones Contrast II)

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%

Escala de rojo (valores bajos) a verde (valores altos)

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). 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**.

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%

Escala de rojo (valores bajos) a verde (valores altos)

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

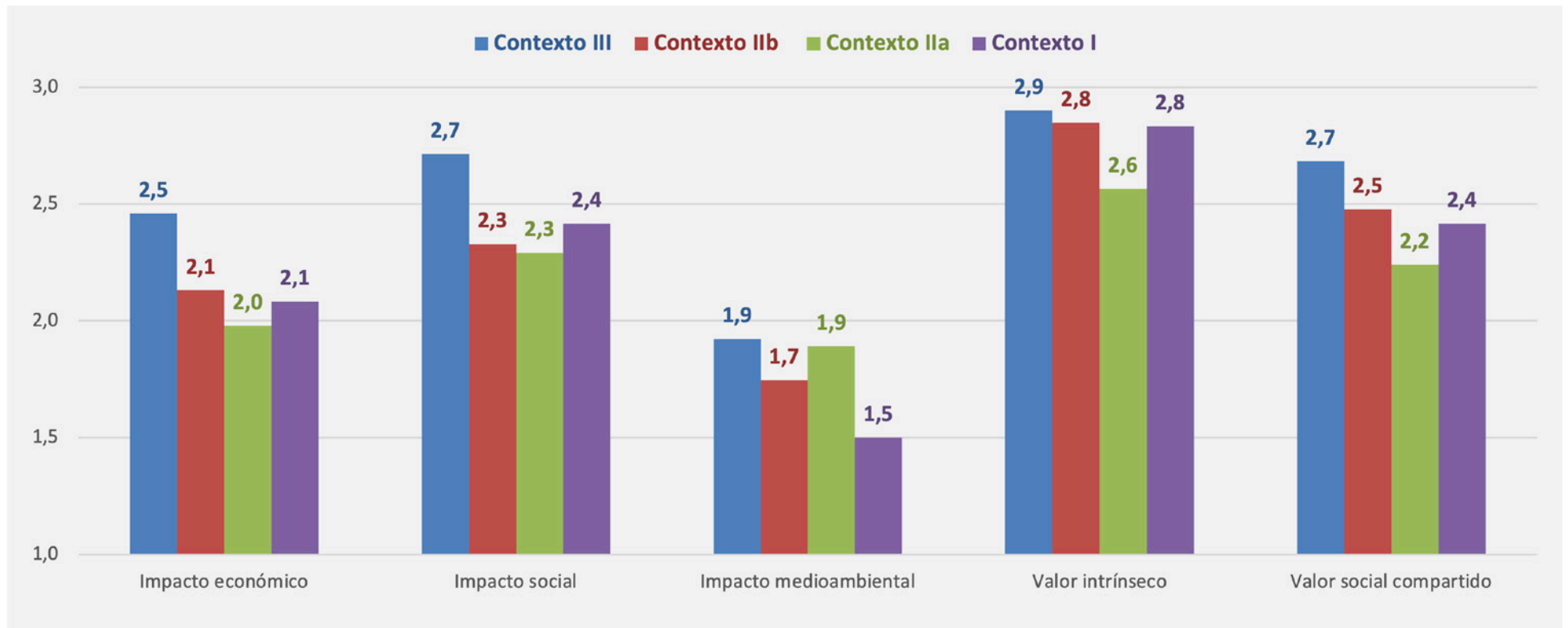
En el caso de **contextos con resultados punteros (contexto I)**, destacan las colaboraciones con consultoras y con otras empresas u organizaciones (de diferentes sectores y que no son clientes). Se trata de dos colaboradores que tienen una presencia en estos contextos muy por encima de la media mundial.

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 Europea¹⁰. 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.

¹⁰ 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_cisl2_esms_an2.pdf

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.

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 SICC.

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 SICC 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 SICC.

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, entendiendo 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 complicitad 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.

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.**

En relación con el valor e impactos de la innovación, es importante mencionar que:

- › 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.**

PARTE IV. INFORME SOBRE LA CONFERENCIA

8. La conferencia

8.1 Un contraste basado en el análisis

La estructura del estudio, organizada en tres grandes apartados dedicados a los contextos regionales y el entorno de innovación, las características de la innovación, y los resultados, impactos y valor de la innovación, guían también los contenidos debatidos en la conferencia abierta. Así, estos tres grandes ejes temáticos han conducido las 3 mesas redondas celebradas el primer día, dejando un tiempo a la presentación de 10 casos de estudio en la sesión de la tarde.

Este planteamiento temático se mantiene en la segunda jornada, con la riqueza añadida que ofrece la visión de especialistas orientada a las políticas.

Por último, cabe añadir que los resultados del estudio se han contrastado tanto con las regiones como los casos, en un proceso de trabajo abierto.

8.2 El programa

DÍA 1 (25 OCTUBRE 2023)

- › **9:00-9:30** Llegada y registro de los participantes.
 - › **9:30-9:45** Bienvenida institucional. Bingen Zupiria, Consejero de Cultura y Política Lingüística del Gobierno Vasco.
 - › **9:45-13:30** Presentación y debate del Proyecto Contrast II: Estudio piloto y ampliación del análisis Contrast II a escala global.
 - › **9:45-10:00** Presentación: Antecedentes, objetivos y metodología.
 - › **10:00-11:00** Mesa redonda 1: El ecosistema como catalizador de la innovación. La innovación en las ICC tiene lugar de manera significativa en todas las regiones observadas, aunque tengan entornos institucionales distintos. Por lo tanto, tiene sentido preguntarse acerca de las herramientas para las políticas: por qué son relevantes, cómo se relacionan con los resultados, qué otros factores externos (sociales y económicos) son relevantes, o cómo las políticas se ajustan a los contextos en los que pretenden indicir.
- Justin Lewis: Responsable académico y cofundador - Creative Cardiff (Cardiff).
 - Susanne Ast: Subdirectora - Ministerio de Asuntos Económicos, Trabajo y Turismo, Unidad de Tecnologías de la Información y Economía Creativa (Baden Wurttemberg).
 - Faisal Kiwewa: Director artístico - Bayimba Foundation (Uganda-East Africa).
 - Cinzia Lagioia: Directora - Distretto Produttivo Puglia Creativa (Puglia).
 - Daniela Trejo: Secretaría de Productividad y Competitividad - Gobierno de Antioquia (Antioquia).
- Moderadora: Camila de Epalza, Técnico en políticas de la UE - Delegación del Gobierno Vasco en la UE.
- Apoyo en contenidos: Xavier Fina y Elisenda Juanola- ICC Consultors Culturals.

› **11:00–11:30** Pausa café.

› **11:30–12:30** Mesa redonda 2: Profundizando en el concepto de innovación en los SICCs.

Para entender la innovación en las ICC es importante prestar atención a sus razones, condiciones y procedimientos. Esta mesa redonda profundizará en el funcionamiento de un proceso de innovación: los recursos humanos, económicos y materiales necesarios; el proceso como plan de trabajo o etapas de innovación; el sentido de colaborar para innovar y los obstáculos que pueden surgir.

- Adam Fowler: Socio fundador – CVL Economics (California).
- Kendi Kamwamba: Socia y Responsable de Inversiones y Cumplimiento – Heva Fund (Kenia).
- Nic Mercer: CEO – Light ADL (Adelaide).
- Anu-Katriina Perttunen: Responsable de relaciones – Creative Finland (Finland).
- Jamagdani Hirisave: Creative Innovation Platform (Karnataka).

Moderador: Luca dal Pozzolo, Director – Piedmont Cultural Observatory.

Apoyo en contenidos: Aintzane Larrabeiti y Elisenda Juanola – ICC Consultors Culturals.

› **12:30–13:30** Mesa redonda 3: Ganando relevancia desde la diferencia.

La innovación en las ICC en términos de resultados tiene aspectos únicos, pero al mismo tiempo es comparable a los enfoques estándar. Su valor económico es importante, y de forma específica, las cuestiones ligadas al valor social e intrínseco adquieren un valor diferencial. Esta mesa redonda propone reflexionar sobre el significado de esta singularidad y en qué medida (y cómo) es posible aprovecharla.

- Shannon Halberstadt: Responsable del sector de Economía Creativa – Washington State Department of Commerce (Washington).
- Unathi Lutshaba: Directora Ejecutiva – South African Cultural Observatory (South Africa).
- Eva Leemet: CEO – Creative Estonia (Estonia).
- Lukas Eedes: Project manager – Creative Denmark (Denmark).
- Francesc Felipe: Subdirector de Audiovisuales y Cinematografía – Instituto Valenciano de Cultura (Valencia).

Moderador: Jabier Retegi, Orkestra – Instituto Vasco de Competitividad.

Apoyo en contenidos: Xavier Guijarro y Elisenda Juanola – ICC Consultors Culturals.

› **13:30–14:30** Pausa almuerzo.

› **14:30–16:30** Sesiones de trabajo (in paralelo).

Workshop 1: Tecnología y Capacidades.

Moderadores: Raúl Tabares, Investigador senior / Industria & Movilidad – Tecnalía and Itziar Vidorreta, Project manager – Basque District of Culture and Creativity (BDCC).

- Liliana Rodrigues, directora ejecutiva y responsable de innovación de 4Humanz (Oporto), startup centrada en el diseño interactivo para personas mayores. Asesoran en tecnología y adaptan interfaces para la inclusión de personas mayores.
- Sr. B.S. Srinivasan, vicepresidente del Toy Cluster (Karnataka), ayuda a organizar a los fabricantes de juguetes clásicos centenarios (de madera local) para que tengan impacto y se expandan integrando nuevas tecnologías en los juguetes.
- Nic Mercer, director ejecutivo de Light ADL (Adelaide), una empresa social revolucionaria con la visión de acoger la excelencia accesible y la innovación en la expresión creativa, las artes, el entretenimiento, la hostelería y las tecnologías relacionadas.
- Erika Elk, directora ejecutiva del Craft Design Institute (Sudáfrica), una agencia de desarrollo del sector de la artesanía y el diseño con la misión de desarrollar personas capaces y construir empresas creativas responsables que vendan en mercados locales e internacionales.

- Eija Tanninen-Komulainen, directora ejecutiva de Design Union (Finlandia), fortalece el papel del diseño en la sociedad y ayuda a las empresas a crear valor añadido a sus negocios a través del diseño. Al mismo tiempo, crea oportunidades para que los profesionales creativos utilicen su experiencia en el mundo empresarial.

Workshop 2: Sostenibilidad e Inclusión Social.

Moderadores: Ruth Mayoral, Responsable de programas de Educación Superior – Euskampus Fundazioa y Gotzon Bernaola, Coordinador General de Innovación empresarial – Innobasque.

- Reet Aus, fundadora de Aus Design (Estonia). Han desarrollado un modelo de negocio basado en la economía circular para las industrias textiles. Esto implica producir ropa a partir de restos de telas de preproducción.
- Sarah Horner, directora ejecutiva de Hijinx (Cardiff), una compañía de teatro profesional que trabaja para ser pionera, producir y promover oportunidades para que actores con problemas de aprendizaje y/o autismo creen producciones excepcionales.
- Matthew Richter, asesor principal de Cultural Space Agency (Washington). Esta agencia de desarrollo inmobiliario cuya misión consiste en comprar espacio cultural en el competitivo mercado inmobiliario de Seattle, dirigido especialmente a las necesidades de las personas negras e indígenas.

- Sarah Brown, Directora Ejecutiva de Twispworks (Washington), que incrementa la vitalidad económica y cultural del valle de Methow. Pretenden impulsar una comunidad colaborativa dondese generen oportunidades. TwispWorks acoge en su campus de 6,4 acres a empresas, organizaciones sin ánimo de lucro, artistas, artesanos y a la comunidad en general para compartir, colaborar y disfrutar de la vibrante cultura que hace del valle de Methow un lugar especial para vivir, trabajar y visitar.
- María del Rosario Escobar, Directora del Museo Antioquia, un museo de arte contemporáneo que se compromete y comunica de forma constante, crítica y ética, de diferentes maneras, contenidos y objetos de arte a todas las comunidades de su contexto, con el fin de tener un impacto en ellas.

DÍA 2 (26 OCTUBRE 2023)

- **9:00-9:30** Llegada y registro de los participantes.
- **9:30-10:30** Mesa redonda de presentación de las conclusiones de los Workshops.
- **10:30-13:00** Conclusiones de los expertos:
- **10:30-11:10** ECOSISTEMAS INNOVADORES Y TIPOS DE INNOVACIÓN.

Cinzia Lagioia, Directora - Distretto Produttivo Puglia Creativa.
Jenny Kornmacher, Directora interina de Innovación - EIT Culture & Creativity.

➤ **11:10-11:40** Pausa café.

➤ **11:40-12:20** MEDICIÓN DE LA INNOVACIÓN.

Valentina Montalto, consultora independiente & experta de la UNESCO.
Nico Degenkolb, Director interino del Programa de Acción - EIT Culture & Creativity.

➤ **12:20-13:00** INNOVACIÓN RELACIONADA CON LAS POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS.

Pier Luigi Sacco, Director interino AP 10 - EIT Culture & Creativity and Senior advisor- OECD Centre for Entrepreneurship, SMEs, Regions & Cities.
Luca dal Pozzolo, Director - Piedmont Cultural Observatory.

➤ **13:00-13:30** Observaciones finales. Andoni Iturbe, Viceconsejero de Cultura del Gobierno Vasco. Euskadi como territorio colaborativo en/desde los SICCs. Invitación al CWF2024.

8.3 Relatoría de las mesas redondas

Las mesas redondas celebradas a lo largo de la mañana del primer día tienen un doble objetivo: por una parte, conocer en detalle las claves de los ecosistemas de innovación de las regiones participantes, y por otra parte, debatir en torno a temas comunes formulados previamente a las personas

participantes. Con un formato de pregunta-respuesta, el planteamiento permite alinear las ponencias en torno a las cuestiones centrales detectadas en el estudio. En los tres casos precede al debate una breve síntesis de los resultados más relevantes del estudio relativos a cada temática planteada.

8.3.1 Mesa redonda 1 – El ecosistema como catalizador de la innovación

La innovación en los SICCs tiene lugar de manera significativa en todas las regiones observadas, aunque cuenten con diferentes entornos institucionales. Por lo tanto, tiene sentido preguntarse sobre la importancia de las herramientas para las políticas: por qué son relevantes, cómo se relacionan con los resultados, qué otros factores externos (sociales y económicos) son relevantes, o cómo las políticas se ajustan a los contextos en los que se pretende influir.

Cinzia Lagiorgia de Puglia Creativa, reflexiona en torno a la **relación dinámica** entre política y contexto, sobre cómo se van adecuando

los instrumentos a los distintos entornos o momentos. Desde su experiencia, subraya que para el desarrollo de políticas que faciliten la innovación los contextos pre-existentes son importantes, pero hay otro factor clave: **la visión y la voluntad**. Debe ser una prioridad. Así lo muestra por ejemplo el caso de Puglia con su estrategia de especialización inteligente (Smart Specialisation). Tras la pandemia las prioridades cambiaron, pero ellos mantuvieron la apuesta alineándola con los temas centrales en el contexto europeo: un sistema productivo acorde con la sostenibilidad y la economía circular, un crecimiento basado en la cohesión e inclusión social y el medioambiente, y la apuesta por la salud y el bienestar en la región.

La creación de un clúster de SICCs en la región, el primero en Italia, fue la herramienta clave para que el sector madurase tras la pandemia. A destacar también el uso de medidas no estrictamente económicas como la formación y la mejora de habilidades, la colaboración para avanzar como sector de forma autónoma, la definición de modelos de negocio propios y las herramientas para desarrollar capacidades.

Desde **Creative Cardiff**, **Justin Lewis**, responde a la pregunta de hasta qué punto contar con un ecosistema variado y robusto garantiza la generación de innovación. En su caso, con una red de 4.000 agentes, el aprendizaje adquirido al gestionarla permitió desarrollar programas de innovación exitosos en las industrias creativas de la región y recaudar alrededor de 70 millones de euros para crear un ecosistema de innovación en Gales. *Creative Cardiff* es, pues, una palanca de desarrollo. Apunta tres ideas clave:

- › Tuvieron que **repensar las ideas tradicionales sobre I+D+i para que fuera parte del proceso creativo**. Esto puede implicar tecnología, pero también nuevas narrativas o modelos de negocio.
- › Diseñar herramientas adecuadas al tejido creativo: el 96% de las empresas tienen menos de 10 personas. La mayoría no tienen tiempo, recursos o capacidades para dedicarse a la I+D+i. Necesitan financiación (tiempo y el espacio para hacer I+D), una estructura de apoyo que los oriente, conexiones con experiencias y desarrollar habilidades comerciales. **La innovación exitosa en las industrias creativas requiere estructuras de apoyo complejas.**

- › La **importancia de la formación y la capacitación no solo del tejido, sino de quienes trabajan con el sector**. Es necesario un equipo con habilidades para mapear, construir e implicar al ecosistema, una mezcla de investigadores, productores de I+D, especialistas en comunicación y en participación que provienen de entornos académicos e industriales.

Susanne Ast, desde Baden Wurttemberg, describe las claves de éxito de una política de innovación para los SICCs. En su región la industria y la ingeniería tienen un peso importante, con un fuerte componente innovador. En este contexto, la creatividad está muy presente, aunque es poco visible. El valor de los SICCs tiene que ver con su apertura mental y su capacidad para generar nuevas ideas. Destaca su **poder transformador en tanto que proveedores de ideas**. En este sentido, destaca cuatro claves para las políticas:

- › Comprensión del **importante papel de los SICCs en el proceso de innovación**. También para las industrias tradicionales (como la ingeniería mecánica), desde el principio de un proceso, la creatividad debe tenerse más en cuenta en la evaluación de los procesos de innovación. Es importante subrayar que los estudios dejan claro que las ICC tienen la dinámica de innovación más fuerte, pero no sabemos mucho sobre su papel en el proceso de innovación de otros sectores.
- › Apoyar la **concertación entre las ICC y las PYME**, lo que requiere un conocimiento mejor de las amplias competencias de las ICC y de las necesidades de la economía, además de incentivos y mecanismos de financiación adicionales, así como contar con ejemplos de casos de éxito.

- › Los SICCc cobran **especial importancia en la década de la digitalización y la IA**. Ayudan a desarrollar nuevos modelos de negocio y a poner en práctica tecnologías.

Insiste en que las ICC necesitan una sociedad y una economía abiertas para prosperar. Una economía creativa fuerte es una condición previa para un cambio y una transformación económicos exitosos y sostenibles.

Es difícil comparar ecosistemas, pero destaca aspectos que presupone claves para el desarrollo de los SICCc: promover la competitividad y la visibilidad; fortalecimiento también en las áreas rurales; creación de redes intersectoriales especialmente para temas de diseño; impulsar start-ups innovadoras; capacitación e I+D; facilitar el encaje de los servicios creativos en los programas de financiación existentes; generar medidas de apoyo a medida. En cualquier caso, fortalecer la colaboración de agentes de los SICCc, muy pequeños, con otras industrias de mayor tamaño, plantea un reto que no se debe obviar.

Faisal Kiwewa, desde Uganda, aporta elementos que ayudan a comprender el papel de la innovación en los SICCc en entornos sin apoyos. En los últimos 15 años los SICCc se han podido desarrollar en la región, aunque conviene tener presente que:

- › En su caso no solo hay un contexto que no ofrece soporte a los SICCc, sino que tiene limitaciones más globales, externas (sociales

y económicas, de nivel macro y supranacional), que tienen que solucionarse. En el caso de los países de África del Este, el proyecto de institucionalización y de ampliación de la región ofrece una oportunidad para estos sectores.

- › Trabajar en redes informales comporta el problema de tener datos. En entornos donde no hay conciencia sobre la capacidad de los SICCc todo queda a merced de los agentes individuales. Dependen de su compromiso, de su responsabilidad y de su implicación individual. Tienen que ser creativos en este esfuerzo: no hay datos ni será fácil conseguirlos; ni hay recursos económicos, por lo que hay que plantear herramientas no económicas.

Desde este contexto destaca la necesidad de constituirse como un lobby, con la confianza de que las ICC siempre encontrarán una manera de sobrevivir. Independientemente de que el entorno sea propicio o no, las partes interesadas tienen la responsabilidad de mitigar cualquier riesgo y encontrar medios para influir en las políticas y las inversiones locales, regionales e internacionales; empezando por vincular sus capacidades, redes y conexiones individuales, con oportunidades que empoderarían a grupos que se ven afectados desproporcionadamente por un entorno desfavorecido. La agenda debe construirse teniendo en cuenta:

- 1. Redefinición de las narrativas** sobre las ICC – haciendo que se escuche la voz de todos, incluidos los grupos de titulares de derechos.

2. Distribución justa de información, recursos y fortalecimiento de soluciones locales mediante la promoción del **acceso equitativo** a las finanzas, la tecnología y los mercados de las ICC.

3. Ganar poder e influencia para que los innovadores no sean ignorados por el status quo.

Daniela Trejo, de Antioquia, relata el camino que están recorriendo para consolidar el ecosistema creativo de la región. En su caso, están viviendo un boom de los SICCs después de la pandemia que está cambiando la imagen de marca de la ciudad de Medellín, antes asociada a la violencia; ahora a la cultura y la creatividad, en buena parte por el boom de la música.

Cuentan con una **estrategia** para fortalecer las industrias creativas y culturales que busca dinamizar la cultura, el emprendimiento, el desarrollo y a su vez fomentar las industrias culturales y creativas en el Departamento. Actualmente su plan de acción está enfocado en:

- › Caracterización de agentes y organizaciones culturales en todo el departamento.
- › Fortalecimiento para emprendimientos culturales: formación, formalización y entrega de incentivos.
- › Ferias de emprendimiento.

› Microcréditos para el sector cultural y creativo, a través del Banco de la Gente. Especialmente destacado por su impacto.

› Conexiones comerciales a través de ferias de emprendimiento, eventos nacionales e internacionales.

Se apoyan en un modelo de gobernanza compartida, espacio de encuentro entre la universidad, la administración y las compañías para compartir, entender y colaborar. Entre sus **retos** señala:

- › Financiación y mercado: Disponer de financiación pública y privada para el emprendimiento y la innovación y acceso a mercados (consumidores de innovación).
- › Comunidad: Coordinar y promover la colaboración entre actores.
- › Ambiente de negocios: Aumentar la eficiencia en los procesos para hacer negocios y promover la estabilidad política y regulatoria del entorno.
- › Talento: Asegurar que el ecosistema cuente con población con un nivel básico de inglés y formación técnica (incluyendo digital y de emprendimiento).
- › Cultura: Promover una mentalidad de agilidad y emprendimiento.

En el debate abierto sobre el tipo de políticas necesarias para los SICCs, genéricas para todos los sectores o a medida, **no hay una posición definitiva**. Es necesario distinguir entre la innovación para los SICCs, que requiere políticas a medida dadas las especificidades del tejido (micro-empresas, dificultades de acceso a financiación, simplificación de los mecanismos de acceso...); y **la innovación con** los SICCs, donde resultaría útil introducir el concepto de **innovación creativa** más allá de lo tecnológico y digital, estimulando **métodos de colaboración cruzada** y la **humanización** de la investigación tecnológica.

En cualquier caso, las políticas específicas son una condición necesaria para que las políticas genéricas sean útiles también para los SICCs. Las herramientas a medida permiten adecuar el sistema al tamaño de las empresas y a su experiencia en I+D+i, actuando como puertas de entrada diversas a un sistema de apoyo al que, con el tiempo, puedan incorporarse a través de programas generales. El reto está en conectar lo específico y lo genérico.

8.3.2 Mesa redonda 2. Profundizando en el concepto de innovación en los SICCs

Para entender la innovación en los SICCs es importante prestar atención a sus razones, condiciones y procedimientos. Esta mesa redonda profundiza en el funcionamiento de un proceso de innovación: los recursos humanos, económicos y materiales necesarios; el proceso como plan de trabajo o etapas de innovación; el sentido de colaborar para innovar y los obstáculos que pueden surgir.

Antes de comenzar con las experiencias, es necesario tener presente tres aspectos de la innovación:

- › No hay efectos lineales claros: la innovación ocurre en todas partes.
- › Hay multiplicidad de factores, es un escenario complejo.
- › La innovación es un fenómeno emergente e impredecible.

El **californiano Adam Fowler**, aporta su punto de vista desde uno de los hubs creativos e innovadores del mundo tanto en términos de peso económico como por su influencia en la creación de tendencias. En primer lugar, a la pregunta sobre el vínculo entre las políticas de apoyo y el tipo de innovación que se genera, matiza que, aunque la innovación en su contexto depende principalmente de la iniciativa privada, el sector público juega un papel importante a través de programas como Cultural Districts Designation, el porcentaje (1%) que destinan algunas ciudades a proyectos artísticos públicos, los incentivos fiscales a la industria audiovisual, o los programas de becas artísticas.

Respecto a si cuentan con licencia para fallar parece que muchos incentivos no están asociados necesariamente a resultados, aunque en esto EEUU va por detrás de Europa. En cuanto al tipo de resultados, dados los efectos del cambio climático y las desigualdades socioeconómicas en todo el estado, **la innovación está cada vez más orientada hacia la sostenibilidad y la justicia social. Para los sectores creativos que dominan el espacio tecnológico** (cine, televisión, videojuegos, etc.), la atención se centra más en ampliar los límites de lo que es posible. La tecnología de juegos en particular (como Unreal Engine o Unity) está llegando a casi todos los sectores de la economía y cambiando la forma en que diseñamos, producimos y consumimos contenido.

En cuestiones más generales, destaca la importancia de:

- › Recopilar datos para hacerlos útiles para los responsables políticos. Están intentando mapear los trabajos creativos sean donde sean. Hacen falta datos sobre los creativos en campos no creativos.
- › Trabajar para situar personal creativo en compañías no creativas: conectar personas a organizaciones.
- › Formar lentamente equipos focalizados en la innovación dentro de las organizaciones.
- › Más que recursos económicos, un aspecto clave es conectar, asociar. Hacen falta tiempo y contactos.

Nic Mercer, de Adelaide, señala en su intervención aspectos a tener en cuenta en la innovación abierta o colaborativa, poniendo énfasis en:

- › La importancia de los **valores**. Es más importante que exista sintonía en los valores que en compartir objetivos. Puede haber colaboraciones entre empresas de distintos sectores con objetivos diferentes, pero si sus valores están alineados la colaboración será más viable.

-
- › La colaboración no solo produce un impacto diferencial, sino, en algunos casos, mayor. Obviamente, tiene un impacto diferente ya que colaborar con otros brinda diferentes puntos de vista para abordar el mismo problema, pero más colaboradores no necesariamente significa un mayor impacto.
 - › Respecto de las **dificultades** que entraña esa colaboración destaca la velocidad, eres tan rápido como el más lento de tus socios, y establecer un marco para trabajar y afrontar internamente las prioridades contrapuestas.
 - › La proximidad geográfica, los entornos pequeños o clústeres, facilitan la colaboración de forma práctica por el simple hecho de estar juntos.
- Anu-Katriina Perttunen, desde Finlandia,** pone el acento en la **orientación de la innovación hacia la sostenibilidad.**
- › Las estrategias comerciales deben centrarse en la sostenibilidad y debe tener una estrategia empresarial sostenible realista y eficaz. Las empresas que no estén al día en materia de sostenibilidad se quedarán atrás. Podemos compararlo con la revolución digital.
 - › Crear una cultura impulsada por propósitos. Ser rentable está lejos de ser suficiente.
 - › No tener una estrategia de sostenibilidad puede significar perder mucho talento. Ser sostenible también puede hacer que los empleados estén más motivados para trabajar porque ven valor en lo que hace la empresa.
 - › Casi el 90% de todas las innovaciones finlandesas incluyen directamente, o al menos parcialmente, la sostenibilidad entre sus objetivos.
 - › Los equipos diversos donde todas las voces participan y se escuchan, resuelven los problemas mejor y más rápido, creando una ventaja estratégica. Una cultura de apertura y experimentación permite visualizar y probar.
 - › Recursos. Cada vez más las ayudas financieras se condicionan a disponer de un plan de desarrollo sostenible. La sostenibilidad se ha convertido en un requisito importante en la financiación de la investigación.
 - › Se necesita más capital inteligente. La ampliación de las innovaciones a nuevas producciones de alto valor añadido requiere asumir riesgos considerables.
 - › Incrementar la intensidad de I+D de la economía creativa a largo plazo y fortalecer la cooperación entre empresas y organizaciones de investigación en la economía creativa, promoviendo así la renovación.

- › La innovación cruzada tiene numerosas ventajas, empezando por una ventaja competitiva y un mejor rendimiento empresarial, pero también significa mayores niveles de innovación y contribución a soluciones respetuosas con el medio ambiente.
- › Debemos involucrar a personas de diversos orígenes, conocimientos y perspectivas.

En cuanto a las **barreras**, señala que hay una falta de conciencia sobre el potencial de combinar cultura y creatividad con tecnología, ciencia y negocios, así como un intercambio insuficiente de buenas prácticas. En particular, todavía se subestima e infrutiliza el efecto catalizador de las industrias culturales y creativas sobre la innovación en todos los sectores.

Los **sectores y las políticas a menudo todavía están organizados en silos**, lo que limita las sinergias y la creación de soluciones innovadoras.

- › Falta de modelos y plataformas de cocreación que puedan utilizarse para combinar diferentes conocimientos y soluciones, al menos en Finlandia.
- › Falta de ganas de cambio, capacidad de aprender y renovarse.
- › Probar algo nuevo requiere coraje y voluntad de correr riesgos. No debes correr riesgos estúpidos, pero las sorpresas son parte del aprendizaje.

- › Equipos homogéneos. Debemos aumentar la diversidad en los lugares de trabajo: género, raza, edad, etnia, religión tanto en los grupos de trabajo como en la junta directiva.

Jamaddani Hirisave, de Creative Innovation Platform de Karnataka, habla de la relación entre los SICCs y la innovación tecnológica identificando los desafíos que presenta en términos de:

- › Madurez de la tecnología: varía según el dominio y el ecosistema local.
- › Las inversiones en nuevas tecnologías pueden ser un obstáculo.
- › La experiencia técnica generalmente radica en las universidades y las startups.
- › Rápida absorción de tecnologías: cambian rápidamente, hay que contemplar la obsolescencia. Al mismo tiempo hay que estar al tanto de las nuevas tecnologías emergentes.

Respecto de las diferencias de la investigación entre las universidades y las industrias señala que:

- › A diferencia de la industria, a la universidad le interesan los temas candentes, no necesariamente basados en los mercados con potencial.

- › En relación con la curiosidad, la ciencia se caracteriza por abordar problemas fundamentales; la industria se decanta por cuestiones de nicho.
- › La universidad tiene enfoques profundos de un problema; la industria tiene ciclos de producto rápidos, no necesariamente profundos.
- › En cuanto a los plazos, la universidad trabaja normalmente a largo plazo. La industria a corto.

En cuanto a las barreras:

- › Las diferencias son culturales, de incentivos y comunicativas.
- › La ciencia básica establece prioridades en el enfoque “de abajo hacia arriba”; La industria adopta un enfoque “de arriba hacia abajo”.
- › Cuestiones de propiedad intelectual.

Esto requiere que aprender a relacionar la investigación con las necesidades de la industria, pensando en rutas desde el aula hasta el producto. Por su parte, la industria debería considerar seriamente la investigación actual en las universidades y estas deberían conocer más profundamente los procesos industriales.

En cuanto al debate, se centra en dos cuestiones:

- › La dificultad de **acceso a la financiación**: A diferencia de los sectores con importantes activos tangibles (como los bienes raíces o la manufactura), la economía creativa a menudo se ocupa de activos intangibles, como la propiedad intelectual. Esto puede complicar el proceso de valoración y dificultar la obtención de préstamos tradicionales. Otra de las cuestiones apuntadas es que, aunque exista un apoyo público sostenido, puede generar una dinámica de competencia entre empresas del mismo sector. Otra de las cuestiones que surgen es la falta de iniciativas rápidas por ejemplo de capital riesgo.
- › La **Propiedad intelectual**. El concepto evoluciona rápidamente. Los mecanismos legales están muy atrasados (especialmente con respecto a las implicaciones para la inteligencia artificial), y los creativos de casi todos los sectores están muy preocupados por mantener la propiedad de las ideas que generan y el contenido que producen. En cualquier caso, tampoco se tiene plena conciencia de su valor dentro de los SICCs, aunque vaya en su propio detrimento. Es un tema muy complejo para el que se necesitan especialistas. Finlandia tiene como objetivo aumentar la conciencia sobre la importancia de la protección de la propiedad intelectual, la gestión de la propiedad intelectual y las estrategias de propiedad intelectual para las empresas. La visión del Gobierno es garantizar que, para 2030, Finlandia tenga un entorno de derechos de propiedad intelectual que respalde eficazmente la innovación y el trabajo creativo.

8.3.3 Mesa redonda 3. Ganando relevancia desde la diferencia

La innovación en los SICCs tiene aspectos únicos en cuanto a resultados, pero al mismo tiempo es comparable con los planteamientos estándar. Su valor económico es importante, y de manera singular, las cuestiones ligadas al valor social e intrínseco adquieren un valor diferencial. Esta mesa redonda propone reflexionar sobre el significado de esta singularidad y en qué medida (y cómo) es posible aprovecharla.

Unathi Lutshaba del South African Cultural Observatory, inicia el debate argumentando en torno a la importancia de **la homologación con otros sectores y a la aceptación de la singularidad de los SICCs**. La cuestión radica en la búsqueda de un equilibrio crítico entre ambas, porque homologarse es esencial para identificar temas comunes, facilitar la comunicación y permitir la colaboración intersectorial. Puede ser también una oportunidad para tener acceso a un rango mayor de recursos al alinear el lenguaje y los datos con los sectores tradicionales y, finalmente, garantiza la igualdad de condiciones y facilita la evaluación comparativa con industrias establecidas, lo que ayuda en la evaluación del desempeño.

Las ventajas de destacar lo específico de los SICCs radican en que tienen características únicas, como la creatividad artística, la preservación cultural y el impacto social, que las diferencian de las industrias tradicionales. Aceptarlas es vital para preservar el valor intrínseco de las CCSI y mantener su carácter distintivo. Y destacarlas permite poner en valor su importancia social y cultural, impulsando

la innovación, la creatividad y la diversidad dentro de la sociedad. Los SICCs están en el núcleo de nuestras sociedades. Nos dan sentido.

Shannon Halberstadt, de Washington, explica la situación de la economía creativa en su estado, líder de innovación en EEUU, y pone sobre la mesa una realidad que a futuro puede vivirse en otros contextos. La pregunta que se le había formulado previamente hacía referencia a **la relación entre el valor económico y el valor social**. No hay que olvidar que el estudio revela que en torno al 60% de los beneficios de las organizaciones innovadoras se deben a productos en los que han aplicado esa innovación. Y que, además, no se contradice con el importante impacto social que generan. Su caso es paradigmático por la fortaleza y el crecimiento que está viviendo la economía creativa impulsada por la tecnología (10,8% del PIB). La tecnología creativa es, con diferencia, la industria más sólida de la economía creativa de Washington. Cuentan con la segunda industria de videojuegos más grande del país y con gigantes tecnológicos como Amazon y Microsoft. Estas empresas dependen del talento creativo para desarrollar nuevos productos y soluciones, superando los límites de la innovación. La economía creativa de Washington también proporciona valor social, moldea la identidad cultural, fomenta un sentido de comunidad y orgullo y mejora la calidad de vida en general. La oferta cultural es atractiva para los trabajadores del sector tecnológico que aprecian las experiencias culturales y artísticas. Pero se están encontrando con un problema derivado de esa presencia de los gigantes tecnológicos: la **desigualdad**.

Si bien la economía creativa está creciendo en términos generales, los artistas e instituciones culturales de la región no han experimentado el mismo crecimiento económico, lo que altera el ecosistema cultural. El auge económico del sector tecnológico ha generado el aumento del coste de vida más rápido en los EE. UU., lo que hace que la asequibilidad sea un gran problema para los artistas y las instituciones culturales. Este problema se ve acrecentado por el bajísimo apoyo a las artes; Washington ocupa el puesto 32 a nivel nacional en términos de apoyo gubernamental per cápita a las artes. A esto se suma el impacto significativo de la pandemia de COVID-19 en las organizaciones culturales, con cierres, audiencias reducidas y dificultades financieras que afectan su sostenibilidad. Los artistas e instituciones culturales de nuestra región históricamente han operado con un margen financiero estrecho y ahora les resulta casi imposible permitirse el lujo de vivir y trabajar en nuestra región. Se corre el riesgo real de perder el tejido cultural.

Están **focalizados en crear un ecosistema de economía creativa saludable**, aprovechando el valor comercial y social en todas las industrias de la economía creativa. Cuentan para ello con programas que tratan de equilibrar esa disparidad y a punto de publicar un plan estratégico que identifique políticas y programas que puedan hacer crecer y proteger el sector, incluido el desarrollo de la fuerza laboral, el apoyo empresarial y el desarrollo de infraestructura. **La situación de Washington plantea una cuestión de calado: la necesidad de distribuir, en el sentido de aprovechar, la prosperidad que crean los grandes agentes.**

Eva Leemet, de Estonia, centra su intervención en la **sostenibilidad**.

Cabe recordar que en el estudio los impactos de los casos analizados lo señalan en tercera posición, por detrás de los impactos sociales y económicos. Estonia es un estado pequeño, lo que necesariamente les lleva a pensar en mercados globales. La intensa competencia de las empresas hace que solo prevalezcan las mejores y esa es una fuerza de arrastre para ser mejores.

En términos de sostenibilidad, explica que los más avanzados son el diseño y la moda. En cualquier caso, el tejido creativo es muy sensible a la sostenibilidad y hay que aprovecharlo. Pero es necesario que el mercado demande sostenibilidad para tirar de la oferta. Deberíamos aumentar la demanda de productos sostenibles a través de una mayor conciencia sobre estilos de vida ecológicos y sostenibles. La visión de la marca SICC será reducir la huella para que los clientes valoren un diseño más sostenible y los productos reciclados/rediseñados sean más competitivos.

En esto **las instituciones deben jugar un papel de intermediación**. Para apoyar los procesos de innovación de las ICC se necesitan intermediarios, ya que la mayoría de las ICC son microempresas y carecen de recursos (humanos, financieros, habilidades y conocimientos). Esa función consistente en ofrecer servicios para introducir nuevas tecnologías y abrir puertas para establecer contactos con científicos y otros sectores económicos, para colaborar en nuevos materiales y desarrollo de productos, ayudaría a iniciar los procesos de innovación.

Las personas creativas son socialmente sensibles y actuarán como pioneras en la búsqueda de las mejores soluciones para resolver los problemas globales.

Lukas Eedes, de Creative Denmark plantea la relación entre los SICCs y la competitividad regional. Comienza diciendo que hay acuerdo en que los SICCs pueden desempeñar un papel crucial en la mejora de la competitividad regional, dado que las actividades culturales y creativas pueden atraer talento, turistas y empresas, contribuyendo al crecimiento económico. Además, estos sectores actúan como catalizadores de la innovación y el espíritu empresarial, lo que conduce a la creación de empleo y la diversificación económica.

Dicho esto, es relevante destacar que hacen una **contribución singular**, porque las actividades culturales y creativas tienen el potencial de crear identidad local, distinguiendo una región de otra. A menudo se basan en el patrimonio histórico y cultural de una región, creando una ventaja competitiva en el mercado global. En el caso de Dinamarca, la moda y el diseño están contribuyendo a crear una imagen de marca regional. Destaca también la capacidad de los SICCs para promover la inclusión social y la cohesión comunitaria, lo que puede mejorar el atractivo regional.

En cuanto a su impacto económico, va más allá de las industrias tradicionales, ya que generan ingresos a través del turismo, las exportaciones culturales y la propiedad intelectual. Los distritos culturales a menudo conducen al desarrollo de empresas locales que apoyan el ecosistema creativo. En cuanto a innovación, su potencial radica en que fomentan la **colaboración** entre artistas, diseñadores, tecnólogos y empresarios. Sirven como centros para asociaciones intersectoriales, lo que genera nuevos productos, servicios y modelos

de negocio. Este entorno colaborativo contribuye al panorama de innovación único de los SICCs. No hay que olvidar los retos, entre los que destaca la limitada capacidad financiera y la retención de talento.

En conclusión, la relación entre los sectores e industrias culturales y creativos y la competitividad regional se acepta generalmente, pero no siempre se reconoce plenamente su contribución singular. Desempeñan un papel único en la configuración de la identidad de una región, el fomento de la innovación y el impulso del crecimiento económico. Para maximizar esta contribución, es fundamental promover la colaboración, invertir en talento creativo y abordar los desafíos que enfrenta el sector. Dinamarca, con su rico patrimonio cultural y su espíritu innovador, puede ser un excelente ejemplo.

El **valenciano Francesc Felipe**, reflexiona en torno a uno de los conceptos clave y más difíciles de explicar de la aportación de los SICCs: su valor intrínseco. El valor intrínseco es la frontera que separa a los SICCs de otras industrias no creativas pero esta frontera, como cualquier otra, puede cambiar en algún momento. Su relevancia difiere según el radio de acción. La dimensión estética del valor intrínseco de las CCSI tiene relevancia para la universidad y la sociedad civil; la dimensión patrimonial tiene relevancia para la universidad, el gobierno y la sociedad civil; y su dimensión cognitiva incide en la universidad y en la industria. **La complejidad está en su medición.** La adaptación de los criterios de Frascati a estos sectores no es sencilla y genera debate sobre cómo aplicarlo. Sin embargo, tiene sentido buscar y poder medir sus especificidades. La Universidad de Valencia ha participado en la medición y el análisis del Plan estratégico de Cultura.

Cierra su aportación con una interesante **reflexión en torno a la idea del valor intrínseco como límite o frontera**. De hecho, todas las industrias no creativas pueden cruzar esta frontera y generar valores intrínsecos de los SICCs (patrimoniales, estéticos o cognitivos). Por ejemplo, la conectividad y el ecosistema móvil, mediante aplicaciones innovadoras, aumentan exponencialmente las capacidades humanas creativas en la misma medida que la invención de un instrumento musical. Cualquier industria como proceso podría terminar siendo una ICC, cuanto más valor intrínseco tenga más cerca estará de convertirse en ello. De hecho, cada vez más industrias no creativas tratan de acercarse a las creativas porque esta frontera es un área de fertilización cruzada de innovación.

Sobre la cuestión de los **modelos innovadores para evaluar y monitorizar** los SICCs, esenciales para captar todo el espectro de sus contribuciones, desde el **Observatorio Cultural de Sudáfrica** se apuntan cuestiones como:

- **Nuevos indicadores de impacto** no contemplados hasta el momento: no solo económico, sino también social. Considerar herramientas que midan la influencia creativa, la diversidad cultural y las contribuciones al bienestar social. Incorporar datos cualitativos que capturen narrativas e historias de transformación resultantes de los SICCs.
- **Mayor especialización** de los observatorios/instituciones existentes en los campos de los SICCs: las instituciones dedicadas a ellas deberían especializarse más en el análisis de sus características únicas. Pueden crear modelos de evaluación personalizados que consideren los distintos aspectos de la creatividad, el patrimonio cultural y el impacto social. En este sentido, la colaboración entre instituciones especializadas en SICCs y evaluadores tradicionales puede ayudar a cerrar la brecha.

➤ **Adaptación de nuevos indicadores para medir la innovación abierta y la fertilización cruzada:** hay que reconocer que los SICCs a menudo prosperan gracias a la innovación abierta y la fertilización cruzada con otros sectores. Esto implica diseñar indicadores que midan colaboraciones intersectoriales exitosas y procesos innovadores que surjan de esta interacción. Es importante destacar el papel de los SICCs como catalizadores de la innovación en entornos industriales más amplios.

➤ **Potenciación del Sector ICCs en procesos de Innovación:** es preciso asegurarse de que los modelos de innovación consideren su papel como impulsoras de la creatividad y la innovación dentro de la sociedad. Esto requiere desarrollar métricas que reflejen el papel de los SICCs en la configuración de identidades culturales, la estimulación de la expresión artística y el fomento del diálogo cultural, así como su valor como fuente de inspiración para otros sectores.

Como señala Francesc, podemos y debemos repensar siempre los modelos de evaluación y seguimiento de la innovación en los SICCs en todas las direcciones, la cuestión es adaptarnos y encontrar si existen nuevos indicadores para medir la innovación abierta y la fertilización cruzada sin pasar por alto la relevancia de la homologación con otros sectores en términos de enfoques estándar. De hecho, encontrar indicadores comunes en diferentes centros de fertilización cruzada alrededor del mundo (un ejemplo es HíbridaLab, en Araba) podría ayudar a repensar si es necesario o no cambiar los modelos de evaluación y seguimiento de la innovación en los SICCs.

8.4 Conclusiones de los workshops

Tecnología y habilidades	Sostenibilidad e inclusión social
Liliana Rodrigues, CEO y responsable de innovación de 4Humanz (Oporto), start-up centrada en el diseño interactivo para personas mayores. Asesoran en tecnología y adaptan interfaces para la inclusión de personas mayores.	Reet Aus, Fundadora de Aus Design (Estonia), ha desarrollado un modelo de negocio basado en la economía cíclica para las industrias textiles. Esto significa producir ropa a partir de telas sobrantes de preproducción.
Mr. B.S. Srinivasan, vicepresidente de Laghu Udyog Bharati -división de Karnataka y líder del equipo de innovación en Toy Clusters (Karnataka), que ayuda a los fabricantes de juguetes clásicos centenarios (de madera local) para que tengan impacto y se expandan integrando nuevas tecnologías en los juguetes.	Sarah Horner, Directora ejecutiva de Hijinx (Cardiff), una compañía de teatro profesional que trabaja para ser pionera, producir y promover oportunidades para que actores con discapacidades de aprendizaje y/o autismo creen producciones sobresalientes.
Nic Mercer, CEO de Light ADL (Adelaide), una empresa social revolucionaria con la visión de brindar un hogar para la excelencia accesible y la innovación en la expresión creativa, las artes, el entretenimiento, la hotelería y las tecnologías relacionadas.	Matthew Richter, Asesor de Cultural Space Agency (Washington), agencia de desarrollo inmobiliario que adquiere espacio cultural en el competitivo mercado inmobiliario de Seattle, especialmente enfocada a las necesidades de las personas negras e indígenas.
Erika Elk, CEO del Craft Design Institute (Sudáfrica), una agencia de desarrollo del sector de la artesanía y el diseño con la misión de desarrollar personas capaces y construir empresas creativas responsables que comercialicen en los mercados locales e internacionales.	Sarah Brown, Directora ejecutiva de TwispWorks (Washington) TwispWorks aboga por un Methow Valley habitable a través de las artes, la educación y el desarrollo económico. TwispWorks ofrece un campus para empresas, artistas, educadores y eventos comunitarios, y brinda apoyo empresarial a través de una variedad de programas, incluida una red de inversión local.
Eija Tanninen-Komulainen, Directora Ejecutiva de Design Union (Finlandia), Fortalece el papel del diseño en la sociedad y ayuda a las empresas a crear valor añadido a su negocio a través del diseño. Al mismo tiempo, creamos oportunidades para que los profesionales creativos utilicen su experiencia en el mundo empresarial.	Maria del Rosario Escobar, Directora del Museo de Antioquia , un museo de arte contemporáneo que de manera constante, crítica y ética involucra y comunica, de diferentes maneras, contenidos y objetos de arte a todas las comunidades de su contexto, con el fin de tener un impacto en ellas.

Tecnología y habilidades Temas tratados	Sostenibilidad e inclusión social Temas tratados
Enfoques tecnológicos Tecnología como herramienta o en el centro Los SICCs contribuyen con contenidos La innovación tiene lugar fuera de la tecnología	Foco en las necesidades Apoyo a medida dependiendo de las necesidades Proyectos ganar-ganar Narrativa para ser significativos
Apertura Curiosidad Pensamiento crítico + Autocrítica Colaboración/Trabajo en red Colaboración, diferente de conexión, conversación o empatía	Importancia del proceso Los procesos de abajo arriba son más lentos pero más sostenibles Permeabilidad hacia la comunidad. Cocreación La confianza es crucial Liderazgos inclusivos
Creatividad Como una habilidad que debe promoverse Naturaleza transversal de la creatividad, presente en los SICCs Como forma de pensar diferente	Creatividad y resiliencia Emergencia climática global: no hay un planeta B Necesidad de pensar distinto Promover la sostenibilidad + hacerla rentable Manera radical de cambiar la realidad
Realidad dinámica La sociedad evoluciona rápido, la tecnología también Mantenerse actualizado	Diseño de políticas Inclusión de requisitos de crecimiento verde-local-justo Condiciones para incrementar la innovación liderada por mujeres Transformaciones regidas por el mercado vs. Regidas por las políticas
Habilidades Procesos de aprendizaje mutuo: habilidades creativas a desarrollarse entre sectores	Colaboración Mejora de habilidades bidireccional
Orientación a la resolución de problemas	Lenguaje compartido: ejercicio de traducción entre los SICCs y otros sectores Cuidar los diferentes ritmos y los espacios intermedios
Valor de la tecnología Fortalece el negocio Conecta e implica a las comunidades Enriquece los procesos	

8.5 Ponencias principales

El foco de atención de la segunda jornada se centra en las ponencias de los oradores principales, organizadas en duplas y manteniendo el hilo conductor en torno a las tres cuestiones principales: ecosistemas innovadores y tipos de innovación, medición de la innovación,

e innovación vinculada a las políticas y las estrategias. Cabe destacar la oportunidad de poder contar con personas expertas de reconocido prestigio en el ámbito europeo en SICCs e innovación, cuyas conclusiones enriquecen el proyecto.

8.5.1 Ecosistemas innovadores y tipos de innovación. Cinzia Lagiorgia y Jenny Kornmacher

Para comenzar su intervención, presentan algunos datos globales y europeos para contextualizar el peso de los SICCs en términos económicos y de empleo.

Creative Economy Outlook 2022 Report		Single Market Report 2022 EU	
3,1% del PIB mundial (2022)	3% de las exportaciones mundiales de productos (2020)	8,02 millones de empleos	3,95% del Valor Añadido
6,2% del empleo (2022)	21% de las exportaciones mundiales de servicios (2020)	1,2 millones de empresas (99,9% PYMEs)	

En cuanto a los retos comunes a los SICCs identifican:

- › Dimensión: elevado número de empresas pequeñas, microempresas y profesionales independientes.
- › Necesidad de desarrollar nuevos contenidos y modelos de negocio.
- › La crisis ha acrecentado la fragmentación, la fragilidad financiera y la falta de habilidades. Se necesitan también habilidades digitales, así como de emprendizaje y de gestión.
- › Norteamérica lidera el mercado audiovisual y musical; Asia, los videojuegos; Europa la prensa está bien posicionada en la edición.

- A falta de una política robusta para superar la fragmentación de la industria, las enormes inversiones en contenidos de las grandes plataformas ponen en riesgo de relegar a los agentes independientes a ser meros proveedores de servicios.

Para reforzar el ecosistema, es preciso actuar en todos estos 5 factores clave: innovación, inversión, talento y habilidades, exportación y un contexto empresarial más amplio.

Un **ecosistema de innovación se define como conjunto que incluye actores, actividades, artefactos, instituciones y relaciones, incluidas las relaciones de colaboración y competitivas, que son importante para el desempeño innovador de un actor o grupo de actores.**

Bajo este marco, la lectura que cabe hacer del estudio Contrast II es que **la mayoría de los componentes de la innovación están presentes en las regiones estudiadas**; todas ellas son conscientes de que la innovación es la semilla que alimenta el sector y de que las inversiones fertilizan el ecosistema dado que en todas ellas existen programas de ayudas financieras, en algunos casos, específicas para los SICCs. No obstante, **se echa en falta una mayor presencia de las ayudas no económicas** (solo un tercio de los casos cuentan con este tipo de medidas dirigidas al sector), y **una colaboración mayor entre agentes.**

En cuanto a las claves que se deducen del estudio, cabe destacar que la influencia del contexto es importante, pero hay otro elemento esencial, más intangible: la visión. **La suma de contexto y visión marca la diferencia.** Al respecto, señalan como referencia la estrategia británica [Creative Industries Sector Vision 2030](#) (junio 2023), con objetivos relativos al crecimiento, la fuerza de trabajo y los

impactos. La visión europea se plasma en las [Conclusiones del Consejo para crear una estrategia europea para el ecosistema de los SICCs](#) (2022/c 160/06).

Con respecto al tipo de innovación, plantean la necesidad de poner en valor el concepto de innovación creativa y, más concretamente, la innovación impulsada por el arte (art-driven innovation), metodología de generación de ideas desarrollada por In4Art, que combina tecnologías innovadoras, objetivos de desarrollo sostenible y obras artísticas para crear un nuevo campo de juego para la innovación abierta y decisiones estratégicas. Cuestiona y humaniza la tecnología, saca a la ciencia del laboratorio llevándola a escala humana, dibuja nuevos escenarios y explora nuevos territorios.

Ponen también énfasis en la **innovación cruzada**, donde se están aplicando herramientas como las oficinas pop-up (crear red entre profesionales), las clases de innovación cruzada (crear prototipos con estudiantes), y los laboratorios (juntar equipos de compañías con personas expertas de los SICCs). Es un planteamiento más fresco, más diverso, centrado en el usuario, que busca la implicación de la comunidad, basado en el análisis de tendencias del mercado, las narrativas y la creación de marcas, el prototipado y la visualización, así como la asunción de riesgos y la experimentación.

Ante esto, la gran pregunta es cómo puede el sector público ejercer de intermediario o promotor. Programas como la New European Bauhaus y el EIT Cultura y Creatividad están concebidos como marco de colaboración en este terreno. Los sectores e industrias culturales y creativas tienen una enorme necesidad de nuevas soluciones y apoyo para la innovación. Hay que destacar que juegan un papel clave en la transformación de nuestra sociedad.

8.5.2 Medición de la innovación. Valentina Montalto y Nico Degenkolb

En primer lugar, la reflexión se plantea desde la conciencia clara de que la **innovación es un concepto multifacético y dinámico**, por lo que es complicado encontrar indicadores completos o variables proxy adecuadas. Si se hace un ejercicio de correlación entre el nivel de innovación en términos de propiedad intelectual y la vitalidad cultural de las ciudades europeas presentes en el Cultural and Creative Cities Monitor, queda patente que la correlación es muy débil. Entre las razones posibles, están que a cultura puede impedir la innovación, o al menos relegarla a un segundo plano; puede deberse también a que al pertenecer a dos áreas distintas las políticas conjuntas son ineficaces y poco efectivas; o bien, que hay poca relación entre los indicadores que miden una y otra, y llegan a medir solo lo que puede ser medido.

En esta tesitura es evidente que debería extenderse la medición de la innovación, pero siempre teniendo en cuenta que:

- › Primero, es necesario tener clara la **estrategia**: atender retos sociales actuales.
- › Segundo, tener claro el **propósito**.
- › Tercero, ahora sí, **medir**.

En segundo lugar, se cuestiona la utilidad de la definición estándar de innovación que plantea el Manual de Oslo. Se observa que la definición tiene un sesgo schumpeteriano, al vincular la innovación al mercado. Desde esta posición, el mercado es el único actor posible para la innovación, dejando fuera mucha de la innovación que se está haciendo. Hay que pensar, por lo tanto, en nuevos indicadores. La cuestión es cómo y por dónde empezar.

Lo primero es repensar la estrategia. Las métricas necesitan vincularse a objetivos definidos previamente a la acción, y no posteriores. Objetivos ex ante en lugar de mediciones ex post.

Definir una idea de **innovación social**, tanto en términos de objetivos como de medios. En este sentido, Mulgan señala que las innovaciones son sociales en sus fines porque están motivados por el objetivo de satisfacer una necesidad social. Y son sociales en sus medios porque dejan tras de sí una capacidad social más fuerte para actuar.

Los impactos de la innovación cultural cruzada pueden incidir en las tecnologías, la salud y el bienestar, la cohesión, la sostenibilidad, el emprendizaje, el aprendizaje, la identidad local y la diplomacia blanda o softpower.

En cuanto a la innovación vinculada al arte, White indica que puede tratarse de innovación artística, consistente en crear, difundir y apoyar nuevas formas artísticas; puede ser una innovación del movimiento artístico, consistente en introducir, difundir y aceptar una ideología que guíe un nuevo movimiento artístico; o puede tratarse de innovación en la experiencia artística, si se trata de un diseño de experiencia estructurada para audiencias de artes visuales, literarias o escénicas.

Por último, y pensando en el recorrido futuro en torno a la medición de la innovación en los SICCs, se proponen tres vías de trabajo:

- **Diseñar sistemas de Innovación hacia el cambio positivo en la triple transición** (Objetivos Ex Ante, Key Performance Indicators (KPIs) y Medición).
- Desarrollar **índices de innovación integrales** para los SICCs más allá de la innovación tecnológica, teniendo en cuenta la innovación cruzada.
- **Agregar perspectivas a la medición** de la innovación, como los ODS, el Freedom House Index, que mide las libertades individuales y civiles en el mundo, el Informe de la felicidad del mundo de la ONU, o el propio Monitor.

8.5.3 Diseñando políticas y estrategias para la innovación y los SICCs. Pier Luigi Sacco y Luca dal Pozzolo

Un contexto creativo supone un recurso importante para la innovación, aunque no sea en términos lineales. En este sentido, no existe una política o una herramienta específica que sea decisiva para la innovación, sino que **las condiciones favorables son fruto de la combinación de diferentes factores**: universidades, existencia de incubadoras, consultores capacitados, clusters de actividades innovadoras. La relación es mucho más indirecta, no es una dinámica de causa-efecto vinculada a un solo factor.

El surgimiento la innovación parece seguir el paradigma de Schumpeter. Para gran parte de los casos analizados en el estudio Contrast, el factor o dinámica de innovación es el resultado de una única organización, que depende de propia creatividad y de sus propios recursos económicos. Esté o no esté impulsada por la tecnología, parece depender de una especie de “concentración” en un producto o proceso, el “núcleo” de la “fase empresarial” según la teoría de Schumpeter.

Aunque **contar con un entorno adecuado es importante en la fase inicial** (por ejemplo, las relaciones con las universidades, las incubadoras, etc.), el desencadenante de un proceso de innovación es independiente, lo que hace suponer que se requieran **políticas y herramientas concretas de apoyo** para los siguientes pasos, para la explotación comercial de la innovación y para que la empresa crezca, tales como:

- › Ayudas financieras y económicas adaptadas al tipo y dimensiones de las empresas: muchas de ellas son pequeñas y tienen menos de 10 empleados;
- › Políticas específicas y ayudas financieras para aquellas actividades e industrias capaces de comprar innovación de las ICC innovadoras;
- › Ayudas para mejorar la comunicación, la fase comercial y la ampliación de la demanda social;

Sintetizando mucho, las políticas pueden dividirse en dos tipologías:

1. Herramientas y ayudas para construir mejores condiciones para un entorno social creativo: inversión en universidades, I+D, incubadoras, alfabetización digital, educación empresarial.

2. Herramientas dirigidas directamente a las organizaciones y empresas en términos económicos y empoderando al personal y a los líderes.

En definitiva, los SICCs no son “un sector” sino “un dominio”: la consecuencia es que **es imposible proporcionar una única política, sino que se requiere un conjunto de políticas** adecuadas al tema, al modelo de negocio y a las características de la organización en cuanto a tamaño y tipo de liderazgo. Y, por supuesto, aplicar un enfoque acorde al entorno geográfico concreto.

En términos procesuales, la innovación debe responder a una estrategia previa: identificar un problema, definir una estrategia y después innovar. Una vez realizada, se plantea la cuestión de cómo explotarla.

Con respecto a la medición, se reflexiona acerca de la confusión frecuente entre medición y objetivos: el riesgo de adaptar la acción a los indicadores, y no viceversa. Se requiere una mirada y evaluación global, holística, combinando diferentes fuentes para cada dimensión. Otra reflexión es la diferencia entre valor e impacto. El valor es una condición, es generativo por naturaleza. A diferencia del impacto, vinculado al logro, el valor debe ser considerado un proceso.

Otro ámbito de reflexión a tener en cuenta es que el **paradigma de la creación o producción cultural ha cambiado sustancialmente**. Los artistas ya no son los únicos que crean e imaginan, de hecho, la idea de la creatividad es un concepto muy occidental. La gente quiere participar y, de hecho, participa. Esto tiene consecuencias para la innovación y para

el diseño de las políticas: hay que dar prioridad al papel de la **inteligencia colectiva**, cuestión vital por su potencial, y a la inclusión de forma práctica y no solo teórica, habida cuenta de que quienes participan y se benefician de las políticas frecuentemente no son los que más lo necesitan.

Las políticas culturales deben empezar a repensarse en **clave conductual**: entender la cultura de la cultura como plataforma para los cambios de comportamientos, debido especialmente a las respuestas emocionales que genera. Este conjunto de elementos vinculados a los cambios sociales, inciden en las políticas de diversas maneras. Para captarlos, entenderlos y responder de manera adecuada, es necesario recurrir a nuevas herramientas.

Desde la perspectiva del **diseño de las políticas**, se plantean herramientas como:

- › Living labs.
- › Simulación computacional.
- › Experimentos conductuales creando escenarios condicionales.

Desde la perspectiva de la **implementación de las políticas culturales**:

- › Crear comunidades de encuentro entre responsables de las políticas y ciudadanía.
- › Realizar planes de contingencia: integrar novedades, ajustar, tener flexibilidad, dejar espacio al debate.

Desde la perspectiva de la **medición**:

- › Monitorización descentralizada y agregando fuentes distintas.
- › Distinguir entre causa y efecto, plantear evaluaciones causales.
- › Incluir la participación en la evaluación.



Innovación en los sectores e
industrias culturales y creativas

\$ 1,105.97

825 246 6263 22
5673 32673 2672
LMMVV WXUW



LOADING.....

\$ 768

01 03 04 06 05 00
12 14 16 18 19 12 11
36 35 39 30 33 38 31

744 005 5135 5951
1248 1396 9754 345 9612
4562 2992 1556 4661

2 8756 3221 8546 8964
6359 44 98 31 21 875

269 680 0607 66
9017 76017 6016
FGRPP QROQ



PART V. SÍNTESIS FINAL



9. Conclusión final

9.1. Recapitulación

9.1.1 El proyecto

El estudio *Contrast II*, supone una ampliación y una depuración del análisis de los contextos regionales de innovación en los SICCs iniciado en el proyecto [Contrast I](#). Su escala mundial y su diseño metodológico añaden densidad analítica a la investigación al contar con mayor número de ecosistemas y más variedad de casos de estudio.

Mantiene los mismos objetivos (el carácter exploratorio y descriptivo de ecosistemas de innovación) e hipótesis general, pero, al disponer de una muestra de realidades muy distintas entre sí desde el punto de vista geopolítico y socioeconómico, el análisis acerca del efecto del contexto en el desarrollo de la innovación tiene mayor calado.



Los dos pilares sobre los que se erige el estudio de Contrast II son los contextos o ecosistemas de 16 regiones y los casos concretos de innovación (88 organizaciones). 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...).

La aproximación metodológica realizada ha seguido tres pasos:

1. Selección de una persona coordinadora para cada una de las regiones.
2. Las personas coordinadoras responden un cuestionario sobre sus ecosistemas regionales y escogen entre 5 y 10 casos a partir de su criterio informado.
3. Las 88 organizaciones, responden un cuestionario específico sobre su proyecto de innovación y sobre el ecosistema regional.

Cabe destacar que el diseño de los cuestionarios está concebido para probar su idoneidad como herramienta de medición de la innovación en los SICCC.

La estructura del estudio, organizada en tres grandes apartados dedicados a los contextos regionales y el entorno de innovación, las características de la innovación, y los resultados, impactos y valor de la innovación, guiaron también los contenidos debatidos en la conferencia abierta. La conferencia sirvió como presentación y validación de resultados. Esto supuso una mejora y ampliación de resultados, integrando el contenido generado en el estudio.

9.1.2 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 y la realización de una conferencia de presentación y validación de resultados, 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)**.

9.2. Conclusiones

Se extraen a continuación las principales conclusiones del estudio y del debate. La innovación en los sectores y las industrias culturales y creativas es un fenómeno complejo, multifacético y dinámico. Es impredecible y puede aflorar en cualquier contexto. La potencia creativa de estos sectores y su capacidad transformadora son idóneas para vehicular cambios sociales.

1. Contexto. La innovación está presente en todas las regiones analizadas, es parte del ADN de las organizaciones culturales y creativas. Esto no se contradice con su necesidad de contar con apoyos adaptados a sus especificidades. La principal barrera a la innovación es la falta de ayudas financieras. Un contexto favorable ayuda a que se obtengan mejores resultados. Contribuye a generar tejido y mayor densidad de iniciativas innovadoras. En conclusión, la falta de herramientas de apoyo específicas a la innovación, diseñadas y dirigidas a los SICC, no impide que surjan proyectos innovadores, pero contar con un ecosistema propicio incita a avanzar en materia de innovación.

2. Tipos de innovación. La innovación en estos sectores combina mejoras en los productos y en los procesos. El peso de los recursos propios es muy relevante, así como el apoyo en recursos específicos de I+D. Las organizaciones más innovadoras recurren más a la colaboración y usan más la tecnología. Cabe destacar que tres de cada diez casos innovan para otros sectores. En cuanto al valor y los impactos de la innovación se observa que tiene un retorno económico importante y externalidades positivas, especialmente de tipo social y cultural. Esto caracteriza el valor de la innovación en los SICC.

3. Políticas y herramientas. Distintos contextos y estadios de desarrollo precisan políticas e instrumentos diversos. Un ecosistema de apoyo robusto necesita actuar simultáneamente en distintos ámbitos: innovación, inversión, talento, exportación y tejido empresarial. Con sus diferencias, el estudio muestra que esas variables están presentes en todas las regiones. En todo caso, las herramientas de apoyo no económicas tienen un margen de mejora notable. Es necesario llevar

a cabo políticas de apoyo a la innovación para los SICCs, dadas las especificidades del tejido (microempresas, dificultades de acceso a financiación, necesidades de capacitación, simplificación de los mecanismos de acceso...); y políticas con los SICCs destinadas a ganar influencia, donde entraría en juego el concepto de innovación creativa, estimulando métodos de colaboración cruzada y la humanización de la investigación tecnológica. Hay un valor en la propia innovación de los SICCs, y hay también valor en el que llevan a cabo en equipos de sectores externos.

4. Visión. Pero no basta con trabajar desde las políticas en la consolidación de un ecosistema de apoyo a la innovación. El requisito previo es intangible: se necesita visión estratégica y una voluntad decidida. La suma de contexto y visión marca la diferencia. En las regiones más avanzadas, la innovación en los SICCs es una prioridad.

5. Colaboración. Es otra de las cuestiones cruciales. La colaboración añade riqueza y densidad a los procesos de innovación, aunque conlleve retos. Desde el punto de vista del ritmo, ralentiza los procesos; desde el punto de vista de los valores, los complejiza. En los proyectos colaborativos, es más importante (y más difícil) compartir valores que objetivos. Compartir espacios físicos, encontrar un lenguaje común, dar con una narrativa comprensible, entender las necesidades de las partes, son elementos esenciales para promover proyectos de colaboración intra e intersectoriales, entre los SICCs y los sectores tradicionales; entre personas creativas y tecnólogas; entre universidad y empresa; entre industria, universidad y gobiernos. En este marco de la innovación y la fertilización cruzada faltan datos para medir la presencia de los SICCs en otros sectores.

6. Quinta hélice. La innovación en el siglo XXI, más aún en los SICCs, se articula según el modelo de la cuarta hélice, incorporando de lleno a la sociedad civil como actor clave, además del tejido industrial, la academia y las administraciones. Participación, comunidad, inclusión, cambios conductuales e inteligencia colectiva son ejes del ecosistema de innovación en los SICCs. Se ha visto que la sostenibilidad se sitúa en tercer lugar, de momento, en términos de impactos de los casos de innovación analizados. Ahora bien, la urgencia climática y las desigualdades crecientes urgen situar el foco en el modelo de la quintuple hélice, incluso en contextos de marcado predominio del mercado. No se entiende la innovación en los SICCs hoy sin tener en cuenta las 5 hélices.

7. Medición. Entre la homologación con otros sectores y la singularidad de los SICCs, el reto de la medición consiste, una vez más, en la búsqueda de un equilibrio crítico. Homologarse ayuda a identificar temas comunes, facilita la comunicación y la colaboración intersectorial. Al sintonizar el lenguaje y los datos con otros sectores, facilita la evaluación comparativa y el acceso a un rango mayor de apoyos. Destacar lo específico de los SICCs es vital para preservar su valor intrínseco y mantener su carácter distintivo. En cuanto al proceso de medición, se insiste en que es necesario tener clara la estrategia para responder a los retos sociales actuales y los objetivos antes de comenzar a medir. Se trata de diseñar sistemas de seguimiento de la innovación con objetivos ex ante, KPIs y sistemas de medición, pensar en incluir índices compuestos y una combinación de fuentes diversas.

ANEXOS



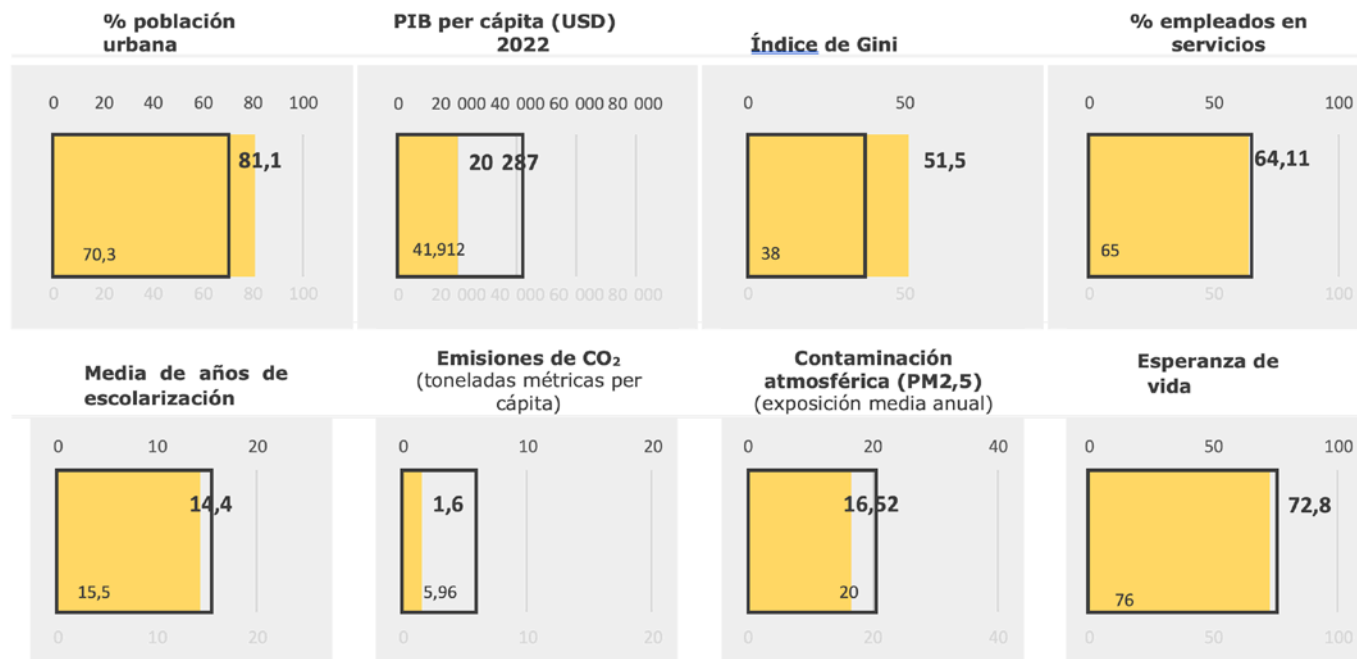
ANEXO 1. Fichas regionales

Antioquia (Colombia)

Fichas regionales

Perfil socioeconómico

[Datos por países, comparados con la media. Información de fuentes secundarias]



Fuente: Naciones Unidas y Banco Mundial

Posición en el Índice Mundial de Innovación (IMI)

[Datos por países, comparados con la media. Información de fuentes secundarias]

	IMI general	Dimensión específica de los «resultados creativos»	
	≡ Posición	≡ Posición	☆ Puntuación
Caso	63	75	17,9
Media de la muestra	36	38	33,1

Fuente: IMI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI)



Perfil general en función de estos datos | **Moderado/Emergente**

El ecosistema de innovación de los sectores e industrias culturales y creativos (SICC)

Los resultados alineados con la tendencia general se muestran en verde.

SICC y seguimiento de la innovación

Observatorios culturales	Estadísticas de las ICC	Estadísticas de innovación
Sí	Sí	Sí

Tendencia general: Sí (87,5 %)

Tendencia general: Sí (81,25 %)

Tendencia general: Sí (75 %)

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Enfoque estratégico para los SICC

Principal tipo de agente estratégico	Nivel administrativo principal implicado en apoyo no monetario	Nivel administrativo principal implicado en apoyo monetario	Estrategia pública de los SICC en el desarrollo económico
Sectorial	Niveles más bajos	Niveles más bajos	Específica de SICC

Tendencia general: Agentes sectoriales que lideran el desarrollo de los SICC (50 %)

Tendencia general: Niveles administrativos más bajos (56,25 %)

Tendencia general: Niveles administrativos más altos (50 %)

Tendencia general: Estrategias específicas de los SICC (37,5 %, tendencia débil)

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Entorno de innovación

[Herramientas adaptadas a los SICC]

Incubadoras	Agrupaciones o plataformas	Parques científicos y tecnológicos	Programas económicos
Específicas de los SICC	Específicas de los SICC	No específicos, pero incluyen a los SICC	Específicos de los SICC
Tendencia general: Específica de los SICC (81,25 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (68,75 %)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (56,26 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (62,5 %)
Programas de innovación específicos de los SICC	Asesoramiento y formación para la innovación	Asesoramiento y formación para el emprendimiento	Premios
Específicos de los SICC	No específicos, pero incluyen a los SICC	No específicos, pero incluyen a los SICC	No específicos, pero incluyen a los SICC
Tendencia general: Específica de los SICC (43,75 %, tendencia débil)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (50 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (37,5 %, tendencia débil)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (37,5 %, tendencia débil)

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Contexto específico de los SICC

Determinado por la interacción entre las herramientas específicas de los SICC (datos de encuestas) y fortaleza de los SICC (datos de encuestas y del IMI)



Contexto III Resultados emergentes, incluidos los ecosistemas adaptados a las particularidades de los SICC

El estudio ha clasificado las 16 regiones en 4 perfiles:

- Contexto I → Resultados destacados, con o sin ecosistemas adaptados a las particularidades de los SICC.
- Contexto IIa → Resultados avanzados con ecosistemas muy adaptados a las particularidades de los SICC.
- Contexto IIb → Resultados avanzados con ecosistemas adaptados moderadamente a las particularidades de los SICC.
- Contexto III → Resultados emergentes, incluidos los ecosistemas adaptados a las particularidades de los SICC.

Organizaciones participantes

Museo de Antioquia

<https://museodeantioquia.co/sitio/>

Es un museo de arte contemporáneo que inquieta y comunica, de diferentes maneras y de forma constante, crítica y ética, contenidos y objetos de arte a todas las comunidades de su contexto con el fin de generar impacto.

Impact Hub Medellín

<https://medellin.impacthub.net>

Es una comunidad de impacto e innovación que sin duda conecta, articula y gestiona el ecosistema, principalmente con el fin de generar valor en el sector del emprendimiento local, nacional y también mundial.

Pantolocos de la Corporación Casa Arte

<https://casaarte.com.co>

Se trata de una compañía de teatro de Medellín con 20 años de trayectoria. Exploramos formas del *clown*, teatro físico y el mimo corporal dramático.

Orquesta Filarmónica de Medellín

<https://filarmed.org>

Es una orquesta profesional, cuyo máximo propósito es transformar el territorio local y nacional con música sinfónica, en condiciones de proximidad. Con base en cuatro ejes de trabajo, formación, circulación, apropiación y emprendimiento, Filarmed democratiza la música sinfónica y promueve el crecimiento, fortalecimiento y competitividad de cada uno de los actores musicales de la ciudad y la región.

diidoo®

<https://diidoo.co>

diidoo® ayuda a encontrar servicios de diseño arquitectónico, topografía, estudio de suelos, diseño estructural, constructores, carpintería y materiales, conectando al público con los mejores profesionales de la construcción en función de su ubicación.

Corporación Hérmessus

<https://www.facebook.com/corporacionhermetus/>

Arte dramático orientado a:

- Experiencia del usuario
- Impacto emocional y estético
- Accesibilidad y diversidad
- Impacto cultural y social
- Sostenibilidad y viabilidad

Más información sobre los SICC

[enlaces proporcionados en la encuesta]

Estadísticas y seguimiento cultural de los SICC

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-satelite/cuenta-satelite-de-cultura-en-colombia>

<https://www.observatorioeccmm.com/qui%C3%A9nes-somos>

<https://geoportal.dane.gov.co/geovisores/economia/economia-naranja-siena/?lt=4.181390112341817&lg=-74.34930964783457&z=6>

Estadísticas de innovación

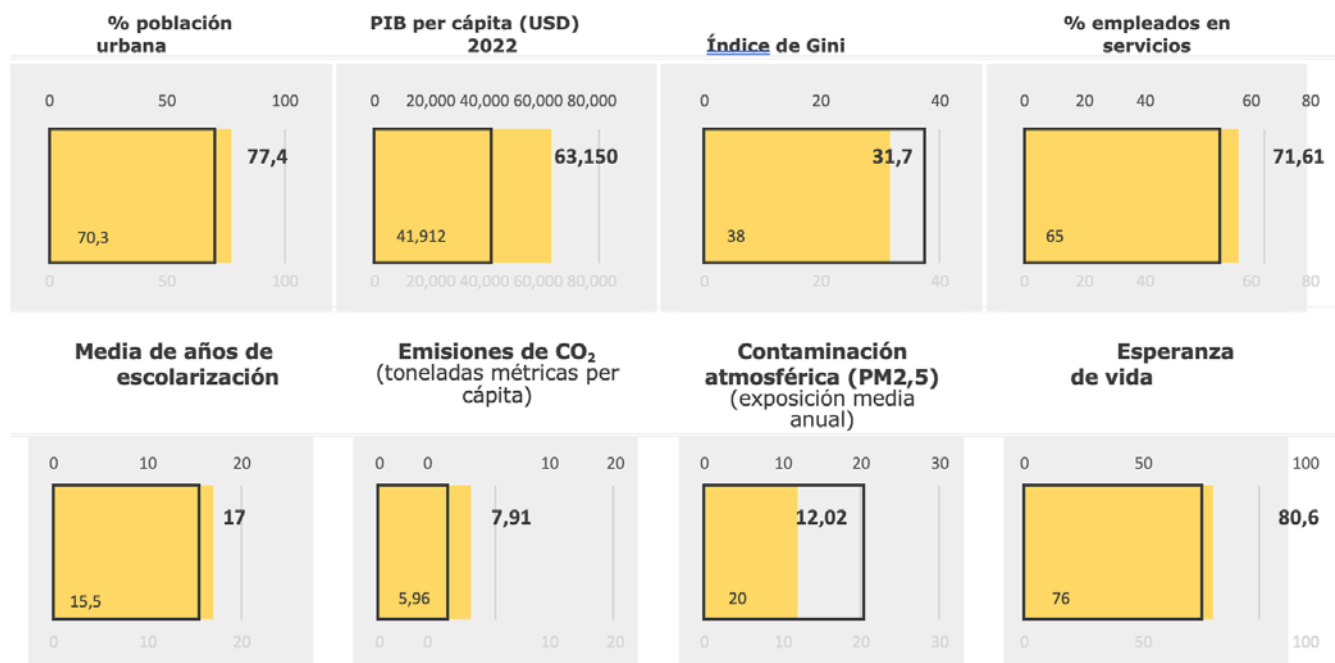
<https://www.udea.edu.co/wps/portal/udea/web/inicio/extension/innovacion/comite-universidad-empresa-estado>

Baden-Württemberg (Alemania)

Fichas regionales

Perfil socioeconómico

[Datos por países, comparados con la media. Información de fuentes secundarias]



Fuente: Naciones Unidas y Banco Mundial

Posición en el Índice Mundial de Innovación (IMI)

[Datos por países, comparados con la media. Información de fuentes secundarias]

	IMI general	Dimensión específica de los «resultados creativos»	
	≡ Posición	≡ Posición	☆ Puntuación
Caso	8	7	52,3
Media de la muestra	36	38	33,1

Fuente: IMI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI)



Perfil general en función de estos datos | **Líder**

El ecosistema de innovación de los sectores e industrias culturales y creativos (SICC)

Los resultados alineados con la tendencia general se muestran en verde.

SICC y seguimiento de la innovación

Observatorios culturales	Estadísticas de las ICC	Estadísticas de innovación
Sí	Sí	Sí

Tendencia general: Sí (87,5 %)

Tendencia general: Sí (81,25 %)

Tendencia general: Sí (75 %)

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Enfoque estratégico para los SICC

Principal tipo de agente estratégico	Nivel administrativo principal implicado en apoyo no monetario	Nivel administrativo principal implicado en apoyo monetario	Estrategia pública de los SICC en el desarrollo económico
Sectorial	Niveles más bajos	Niveles más bajos	No existe (ni específica ni genérica)

Tendencia general: Agentes sectoriales que lideran el desarrollo de los SICC (50 %)

Tendencia general: Niveles administrativos más bajos (56,25 %)

Tendencia general: Niveles administrativos más altos (50 %)

Tendencia general: Estrategias específicas de los SICC (37,5 %, tendencia débil)

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Entorno de innovación

[Herramientas adaptadas a los SICC]

Incubadoras	Agrupaciones o plataformas	Parques científicos y tecnológicos	Programas económicos
Específicas de los SICC	Específicas de los SICC	No específicos, pero incluyen a los SICC	Específicos de los SICC
Tendencia general: Específica de los SICC (81,25 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (68,75 %)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (56,26 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (62,5 %)
Programas de innovación específicos de los SICC	Asesoramiento y formación para la innovación	Asesoramiento y formación para el emprendimiento	Premios
Sin datos	Específicos de los SICC	Específicos de los SICC	Específicos de los SICC
Tendencia general: Específica de los SICC (43,75 %, tendencia débil)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (50 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (37,5 %, tendencia débil)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (37,5 %, tendencia débil)

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Contexto específico de los SICC

Determinado por la interacción entre las herramientas específicas de los SICC (datos de encuestas) y fortaleza de los SICC (datos de encuestas y del IMI)



Contexto Ia

Resultados avanzados con ecosistemas muy adaptados a las particularidades de los SICC

El estudio ha clasificado las 16 regiones en 4 perfiles:

- ☐ Contexto I → Resultados destacados, con o sin ecosistemas adaptados a las particularidades de los SICC.
- ☐ Contexto Ia → Resultados avanzados con ecosistemas muy adaptados a las particularidades de los SICC.
- ☐ Contexto Ib → Resultados avanzados con ecosistemas adaptados moderadamente a las particularidades de los SICC.
- ☐ Contexto III → Resultados emergentes, incluidos los ecosistemas adaptados a las particularidades de los SICC.

Organizaciones participantes

Popakademie Baden-Württemberg GmbH

<https://www.popakademie.de/de/>

Como institución de enseñanza superior y centro de competencia para las industrias musicales y creativas y escenas culturales pop, la Popakademie ofrece una formación académica única en el panorama universitario público alemán.

Hochschule der Medien Stuttgart

https://www.hdm-stuttgart.de/startup-center/en/students/accelerator/sandbox_program

Centro acelerador y de creación de empresas del ámbito cultural y creativo.

Wirtschaft und Stadtmarketing Pforzheim /EMMA - Kreativzentrum Pforzheim

<https://www.emma-pf.de/>

Lugar creativo para las industrias culturales y creativas y un bar en la torre del edificio para exposiciones y actuaciones que causan impresión.

NEXT Mannheim

<https://next-mannheim.de/sections/creative-economy/>

Cultural Place y City Making, distintos centros de creación de empresas para distintas industrias culturales y creativas, por ejemplo, del sector textil (Textilerie), música (Musikpark), tecnología (Mafinex), y las industrias creativas del cine, marcas, etc., además de un *coworking* (C-Hub).

K3 Kultur- und Kreativwirtschaftsbüro Karlsruhe

<https://www.k3-karlsruhe.de/> | https://alterschlachthof-karlsruhe.de/areal_und_nutzer/#nutzer/

Lugar creativo «Alter Schlachthof» en Karlsruhe, la ciudad de las artes audiovisuales de la Unesco, Perfect Futur y FUX, lugares financiados para la creación de empresas y el crecimiento en el sector de las industrias culturales y creativas.

MFG Baden-Württemberg

<https://games-bw.mfg.de/gameshub-heidelberg/>

Innovación que entrelaza la industria de los juegos con las ciencias de la salud y de la vida para ofrecer una terapia de realidad virtual y juegos serios; aceleradora y programa de creación de empresas.

Organizaciones participantes

Virtual Dimension Center (VDC) w.V.

<https://www.vdc-fellbach.de>

Red de ingeniería virtual y servicio piloto de tecnologías y modelos de negocio virtuales.

AMCRS - Animation Media Cluster Region Stuttgart

www.amcrs.de

Un centro único y una red empresarial de animación y efectos visuales, juegos y programación de eventos con una gran cantidad de estudios de animación y de efectos visuales. Desempeña un papel importante en eventos como charlas tecnológicas, conferencias y festivales de animación.

Tinkertank, Interactive Media Foundation gGmbH

<https://tinkertank.de/>

Tinkertank, creada en 2013, es una iniciativa de Creative Office, con gran actividad internacional, y una de las primeras iniciativas de Interactive Media Foundation gGmbH. Organiza talleres y campamentos de verano, con sede en su laboratorio creativo de Luisburgo, pero también de forma móvil con un completo espacio de creación por todo Baden-Wurtemberg.

SkySpirit GmbH

<https://www.skyspirit.com/en/home/>

Empresa privada en el campo de la tecnología y el arte con IA, organización de eventos, investigación, productos y servicios. Sky Spirit explora las nuevas tecnologías e investiga las últimas tendencias, inspirándose en la naturaleza, la robótica y el sueño de poder volar.

Más información sobre los SICC

[enlaces proporcionados en la encuesta]

Estadísticas y seguimiento cultural de los SICC

<https://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de/KUK/Navigation/DE/Home/home.html>

<https://www.destatis.de/DE/Themen/Staat/Steuern/Umsatzsteuer/inhalt.html>

<https://kreativ-bund.de/>

<https://www.prognos.com/de/kultur-kreativwirtschaft>

<https://www.goldmedia.com/en/publications/>

Estadísticas de innovación

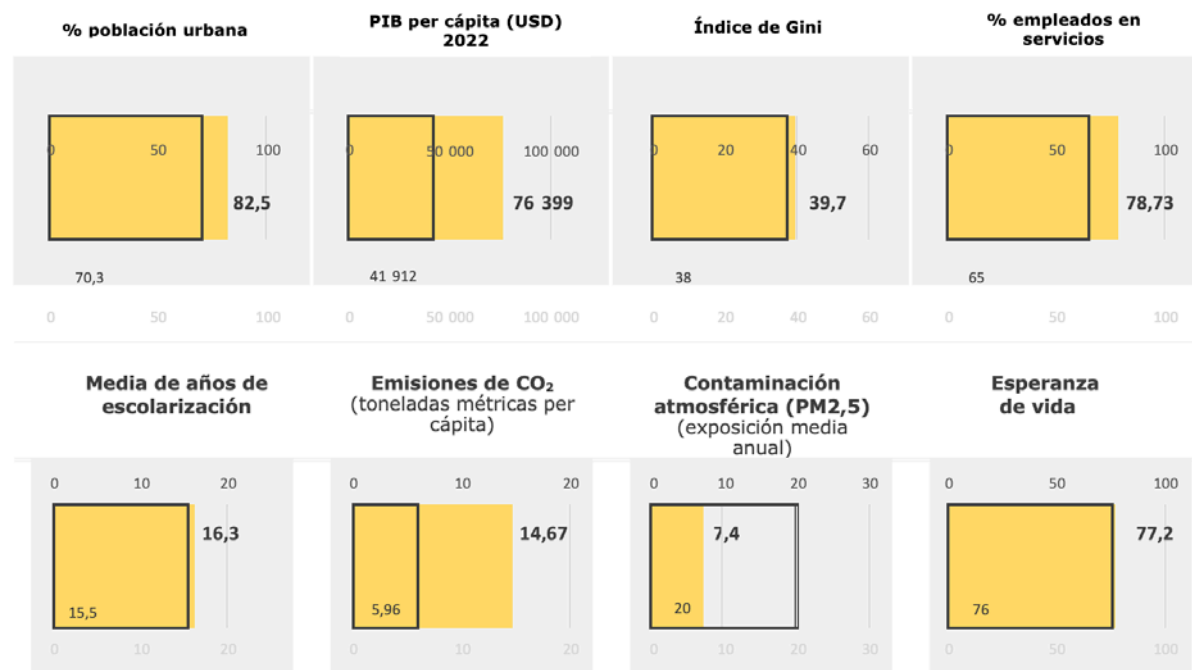
https://www.statistik-bw.de/GesamtwBranchen/ForschEntwicklung/Innovation-I_BW.jsp

California (Estados Unidos)

Fichas regionales

Perfil socioeconómico

[Datos por países, comparados con la media. Información de fuentes secundarias]



Fuente: Naciones Unidas y Banco Mundial

Posición en el Índice Mundial de Innovación (IMI)

[Datos por países, comparados con la media. Información de fuentes secundarias]

	IMI general	Dimensión específica de los «resultados creativos»	
	≡ Posición	≡ Posición	☆ Puntuación
Caso	2	12	48,4
Media de la muestra	36	38	33,1

Fuente: IMI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI)



Perfil general en función de estos datos | **Líder**

El ecosistema de innovación de los sectores e industrias culturales y creativos (SICC)

Los resultados alineados con la tendencia general se muestran en verde.

SICC y seguimiento de la innovación

Observatorios culturales	Estadísticas de las ICC	Estadísticas de innovación
Sí	Sí	Sí
Tendencia general: Sí (87,5 %)	Tendencia general: Sí (81,25 %)	Tendencia general: Sí (75 %)

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Enfoque estratégico para los SICC

Principal tipo de agente estratégico	Nivel administrativo principal implicado en apoyo no monetario	Nivel administrativo principal implicado en apoyo monetario	Estrategia pública de los SICC en el desarrollo económico
Sectorial	Niveles más bajos	Niveles más altos	Específica de los SICC

Entorno de innovación

[Herramientas adaptadas a los SICC]

Fuente: Encuesta a los coordinadores
regionales

Incubadoras	Agrupaciones o plataformas	Parques científicos y tecnológicos	Programas económicos
Específicas de los SICC	Específicas de los SICC	<i>Sin datos</i>	No específicos, pero incluyen a los SICC
Tendencia general: Específica de los SICC (81,25 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (68,75 %)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (56,26 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (62,5 %)
Programas de innovación específicos de los SICC	Asesoramiento y formación para la innovación	Asesoramiento y formación para el emprendimiento	Premios
Específicos de los SICC	Específicos de los SICC	Específicos de los SICC	No específicos, pero incluyen a los SICC
Tendencia general: Específica de los SICC (43,75 %, tendencia débil)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (50 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (37,5 %, tendencia débil)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (37,5 %, tendencia débil)

Fuente: Encuesta a los coordinadores
regionales

Contexto específico de los SICC

Determinado por la interacción entre las herramientas específicas de los SICC (datos de encuestas) y fortaleza de los SICC (datos de encuestas y del IMI)



Contexto Ia

Resultados avanzados con ecosistemas muy adaptados a las particularidades de los SICC

El estudio ha clasificado las 16 regiones en 4 perfiles:

- Contexto I → Resultados destacados, con o sin ecosistemas adaptados a las particularidades de los SICC.
- Contexto Ia → Resultados avanzados con ecosistemas muy adaptados a las particularidades de los SICC.
- Contexto Ib → Resultados avanzados con ecosistemas adaptados moderadamente a las particularidades de los SICC.
- Contexto III → Resultados emergentes, incluidos los ecosistemas adaptados a las particularidades de los SICC.

Organizaciones participantes

Center for Cultural Innovation

<https://ambitio-us.org>

AmbitioUS es una iniciativa del Center for Cultural Innovation que fomenta el desarrollo de economías alternativas florecientes y nuevos contratos sociales para que los artistas y las comunidades culturales puedan contar con libertad financiera.

Arts for LA

<https://www.artsforla.org>

Arts for LA es la única organización de defensa de las artes intersectorial e interdisciplinar del condado de Los Ángeles. Nuestra poderosa comunidad cuenta con 75 000 simpatizantes, 400 intercesores y más de 185 organizaciones afiliadas. Para conectar a los interesados en las artes y la cultura repartidos por toda la amplia región, Arts for LA aplica una estrategia digital de promoción y comunicación que conecta a más de 75 000 abonados de los 88 municipios y 81 distritos escolares del condado de Los Ángeles.

Destination Crenshaw

<https://urbanland.uli.org/public/destination-crenshaw-a-model-for-community-engagement-in-los-angeles/>

Destination Crenshaw es un proyecto transformador de infraestructuras de 2 km cuyo objetivo es impulsar la comunidad de Crenshaw en Los Ángeles mediante el desarrollo económico, la creación de empleo y la recuperación medioambiental, al mismo tiempo que promueve el arte y la cultura de la comunidad afroamericana. Destination Crenshaw es una experiencia artística y cultural al aire libre que incluye pequeños parques urbanos, instalaciones de arte públicas en las que participan más de 100 artistas locales y 12 relatos de temática abiertamente afroamericana que vinculan la historia de la comunidad de Crenshaw con su futuro como barrio.

BRIC Foundation

<https://www.bricfoundation.org>

BRIC Foundation tiene un objetivo principal: aumentar la representación en los sectores del entretenimiento, los juegos, los medios de comunicación y la tecnología. Al colaborar estratégicamente con líderes de estos sectores, junto con socios gubernamentales y educativos, BRIC se esfuerza por romper, reinventar, impactar y cambiar los cimientos de estas empresas y crear oportunidades inclusivas para que las mujeres y las personas infrarrepresentadas logren el éxito.

Más información sobre los SICC

[enlaces proporcionados en la encuesta]

Estadísticas y seguimiento cultural de los SICC

<https://www.icpsr.umich.edu/web/pages/NADAC/index.html>

<https://www.arts.gov/impact/research/arts-data-profile-series>

<https://www.otis.edu/creative-economy>

<https://www.bea.gov/data/special-topics/arts-and-culture>

Estadísticas de innovación

<https://www.statsamerica.org/innovation/>

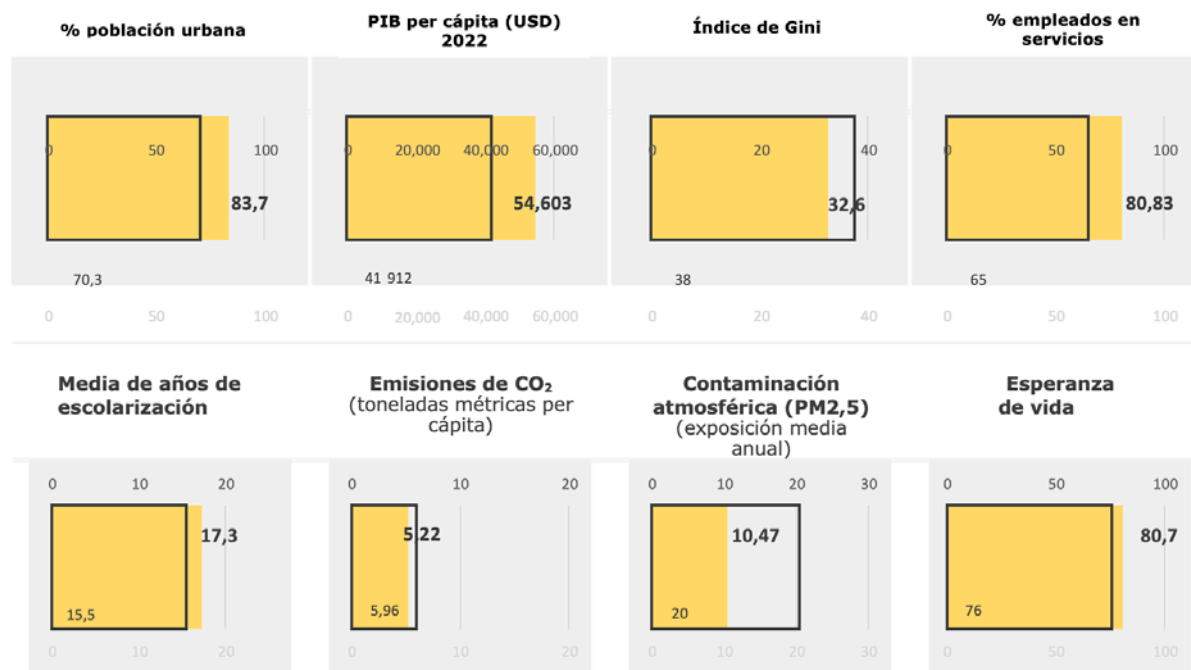
<https://www.nber.org/programs-projects/programs-working-groups/productivity-innovation-and-entrepreneurship?facet=contentType%3Ainterview&page=1&perPage=50>

Cardiff (Reino Unido)

Fichas regionales

Perfil socioeconómico

[Datos por países, comparados con la media. Información de fuentes secundarias]



Fuente: Naciones Unidas y Banco Mundial

Posición en el Índice Mundial de Innovación (IMI)

[Datos por países, comparados con la media. Información de fuentes secundarias]

	IMI general	Dimensión específica de los «resultados creativos»	
	≡ Posición	≡ Posición	☆ Puntuación
Caso	4	3	55,9
Media de la muestra	36	38	33,1

Fuente: IMI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI)



Perfil general en función de estos datos | **Líder**

El ecosistema de innovación de los sectores e industrias culturales y creativos (SICC)

Los resultados alineados con la tendencia general se muestran en verde.

SICC y seguimiento de la innovación

Observatorios culturales	Estadísticas de las ICC	Estadísticas de innovación
Sí	Sí	Sí
Tendencia general: Sí (87,5 %)	Tendencia general: Sí (81,25 %)	Tendencia general: Sí (75 %)

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Enfoque estratégico para los SICC

Principal tipo de agente estratégico	Nivel administrativo principal implicado en apoyo no monetario	Nivel administrativo principal implicado en apoyo monetario	Estrategia pública de los SICC en el desarrollo económico
Sectorial	Igualitario (niveles más altos y más bajos)	Niveles más altos	Específica de los SICC

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Entorno de innovación

[Herramientas adaptadas a los SICC]

Incubadoras	Agrupaciones o plataformas	Parques científicos y tecnológicos	Programas económicos
Específicas de los SICC	Específicas de los SICC	No específicos, pero incluyen a los SICC	Específicos de los SICC
Tendencia general: Específica de los SICC (81,25 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (68,75 %)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (56,26 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (62,5 %)
Programas de innovación específicos de los SICC	Asesoramiento y formación para la innovación	Asesoramiento y formación para el emprendimiento	Premios
Específicos de los SICC	Específicos de los SICC	No específicos, pero incluyen a los SICC	Específicos de los SICC
Tendencia general: Específica de los SICC (43,75 %, tendencia débil)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (50 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (37,5 %, tendencia débil)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (37,5 %, tendencia débil)

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Contexto específico de los SICC

Determinado por la interacción entre las herramientas específicas de los SICC (datos de encuestas) y fortaleza de los SICC (datos de encuestas y del IMI)



Contexto I Resultados destacados, con o sin ecosistemas adaptados a las particularidades de los SICC

- El estudio ha clasificado las 16 regiones en 4 perfiles:
- Contexto I → Resultados destacados, con o sin ecosistemas adaptados a las particularidades de los SICC.
 - Contexto IIa → Resultados avanzados con ecosistemas muy adaptados a las particularidades de los SICC.
 - Contexto IIb → Resultados avanzados con ecosistemas adaptados moderadamente a las particularidades de los SICC.
 - Contexto III → Resultados emergentes, incluidos los ecosistemas adaptados a las particularidades de los SICC.

Organizaciones participantes

BWLB Ltd

<https://www.bwlb.co.uk>

Desarrollo de una patente para un sistema que adapte la duración de los podcast al tiempo disponible e interés. Tamaño: Individual.

Hijinx Theatre

<https://www.hijinx.org.uk>

Compañía de teatro sin ánimo de lucro. Proyecto orientado a las prácticas para mejorar la representación, inclusión y accesibilidad de las personas con discapacidad en las industrias de la pantalla.

Y Pod Cyf

<https://www.ypod.cymru/about/>

Presenta una estrategia útil para mejorar el acceso a los podcast en galés para promover el patrimonio cultural local.

Object Matrix

<https://object-matrix.com>

Mejora tecnológica: uso de algoritmos para mejorar el acceso a los archivos audiovisuales. Recientemente adquirida por una empresa mayor. Gestión de datos.

edge21 studio ltd

<https://www.edge21studio.co.uk>

Desarrollo de nuevas e interesantes formas de narración inmersiva mediante realidad aumentada.

gorilla TV

<https://gorillagroup.tv>

Pruebas del desarrollo de un servicio que aumentó la retención de la producción audiovisual en Gales a través de un conjunto de herramientas que permitieron la edición a distancia de productos audiovisuales.

Más información sobre los SICC

[enlaces proporcionados en la encuesta]

Estadísticas y seguimiento cultural de los SICC

<https://clwstwr.org.uk/publications>

<https://media.cymru>

<https://www.cardiff.ac.uk/creative-economy>

<https://www.gov.wales/sites/default/files/statistics-and-research/2022-10/creative-wales-industry-survey-2022-804.pdf>

<https://pec.ac.uk/news/national-statistics-on-the-creative-industries>

<https://mmd.research.southwales.ac.uk>

Estadísticas de innovación

<https://clwstwr.org.uk/publications>

<https://www.gov.uk/government/collections/uk-innovation-survey>

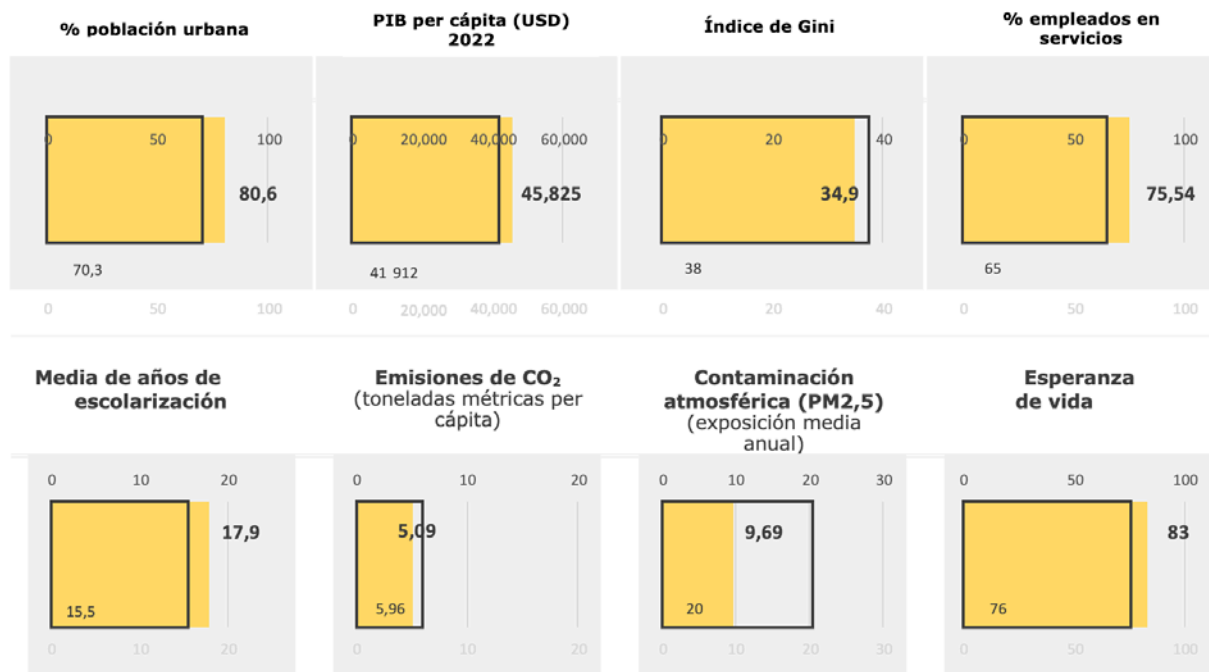
<https://statswales.gov.wales/Catalogue/Business-Economy-and-Labour->

Comunitat Valenciana

Fichas regionales

Perfil socioeconómico

[Datos por países, comparados con la media. Información de fuentes secundarias]



Fuente: Naciones Unidas y Banco Mundial

Posición en el Índice Mundial de Innovación (IMI)

[Datos por países, comparados con la media. Información de fuentes secundarias]

	IMI general	Dimensión específica de los «resultados creativos»	
	≡ Posición	≡ Posición	☆ Puntuación
Caso	29	28	36,8
Media de la muestra	36	38	33,1

Fuente: IMI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI)



Perfil general en función de estos datos | **Avanzado**

El ecosistema de innovación de los sectores e industrias culturales y creativos (SICC)

Los resultados alineados con la tendencia general se muestran en verde.

SICC y seguimiento de la innovación

Observatorios culturales	Estadísticas de las ICC	Estadísticas de innovación
Sí	Sí	Sí

Tendencia general: Sí (87,5 %)

Tendencia general: Sí (81,25 %)

Tendencia general: Sí (75 %)

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Enfoque estratégico para los SICC

Principal tipo de agente estratégico	Nivel administrativo principal implicado en apoyo no monetario	Nivel administrativo principal implicado en apoyo monetario	Estrategia pública de los SICC en el desarrollo económico
Genérico	Niveles más altos	Niveles más bajos	Cultural genérica, no específica de los SICC

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Entorno de innovación

[Herramientas adaptadas a los SICC]

Incubadoras	Agrupaciones o plataformas	Parques científicos y tecnológicos	Programas económicos
Específicas de los SICC	Específicas de los SICC	No específicos, pero incluyen a los SICC	Específicos de los SICC
Tendencia general: Específica de los SICC (81,25 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (68,75 %)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (56,26 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (62,5 %)
Programas de innovación específicos de los SICC	Asesoramiento y formación para la innovación	Asesoramiento y formación para el emprendimiento	Premios
<i>Sin datos</i>	Específicos de los SICC	No específicos, pero incluyen a los SICC	<i>Sin datos</i>
Tendencia general: Específica de los SICC (43,75 %, tendencia débil)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (50 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (37,5 %, tendencia débil)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (37,5 %, tendencia débil)

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Contexto específico de los SICC

Determinado por la interacción entre las herramientas específicas de los SICC (datos de encuestas) y fortaleza de los SICC (datos de encuestas y del IMI)



Contexto IIb Resultados avanzados con ecosistemas adaptados moderadamente a las particularidades de los SICC

El estudio ha clasificado las 16 regiones en 4 perfiles:

- ☐ Contexto I → Resultados destacados, con o sin ecosistemas adaptados a las particularidades de los SICC.
- ☐ Contexto **IIa** → Resultados avanzados con ecosistemas muy adaptados a las particularidades de los SICC.
- ☐ Contexto **IIb** → Resultados avanzados con ecosistemas adaptados moderadamente a las particularidades de los SICC.
- ☐ Contexto III → Resultados emergentes, incluidos los ecosistemas adaptados a las particularidades de los SICC.

Organizaciones participantes

Palau de les Arts Reina Sofía, Fundació de la Comunitat Valenciana

<https://www.lesarts.com/es/palau-de-les-arts/fundacio-palau-de-les-arts-reina-sofia/>

Proyecto que pretende acercar la ópera a los municipios más pequeños. Un gran camión se transforma en el escenario donde se representa una ópera en directo, con cantantes del Centre de Perfeccionament de les Arts y acompañamiento de piano. Espectáculos de alta calidad al alcance de todos los ciudadanos.

IVAM

<https://ivam.es>

El conocimiento, la expansión, la protección, la promoción y la difusión del arte moderno y contemporáneo son sus principales objetivos.

Centre del Carme Cultura Contemporània - Consorci de Museus de la Comunitat Valenciana

<https://www.consorcimuseus.gva.es/centro-del-carmen/>

Es un espacio cultural de referencia en la ciudad de Valencia. Todos sus proyectos tienen un alto grado de innovación, por lo que se ha convertido en el mayor espacio de agitación cultural de la ciudad.

Espai LaGranja- IVC

<https://ivc.gva.es/es/escena/programacion-escena/espailg>

Espacio de creación, experimentación y disrupción cultural en torno a la danza y las artes escénicas.

Organizaciones participantes

Institut Valencià de Cultura

<https://ivc.gva.es>

Se trata de una entidad pública que depende del Departamento de Educación, Investigación, Cultura y Deporte. Se encarga del desarrollo y ejecución de políticas e iniciativas culturales de la Generalitat Valenciana.

Espai d'Art Contemporani de Castelló

<https://eacc.ivc.gva.es/es>

Se ha consolidado como un espacio imprescindible para entender y disfrutar del arte contemporáneo en Castellón. Hace un gran trabajo de mediación para toda la ciudad

Fira Trovam

<https://firatrovam.com>

Principal punto de encuentro de la industria musical valenciana. Desempeña un papel fundamental en el sector musical, cuyos profesionales son los verdaderos protagonistas del encuentro. Esencial para el crecimiento del sector.

Más información sobre los SICC

[enlaces proporcionados en la encuesta]

Estadísticas y seguimiento cultural de los SICC

<https://ovc.gva.es>

<https://ovc.gva.es/es/observatori-valencia-de-la-cultura>

<https://www.uv.es/econcult/publicaciones/>

Estadísticas de innovación

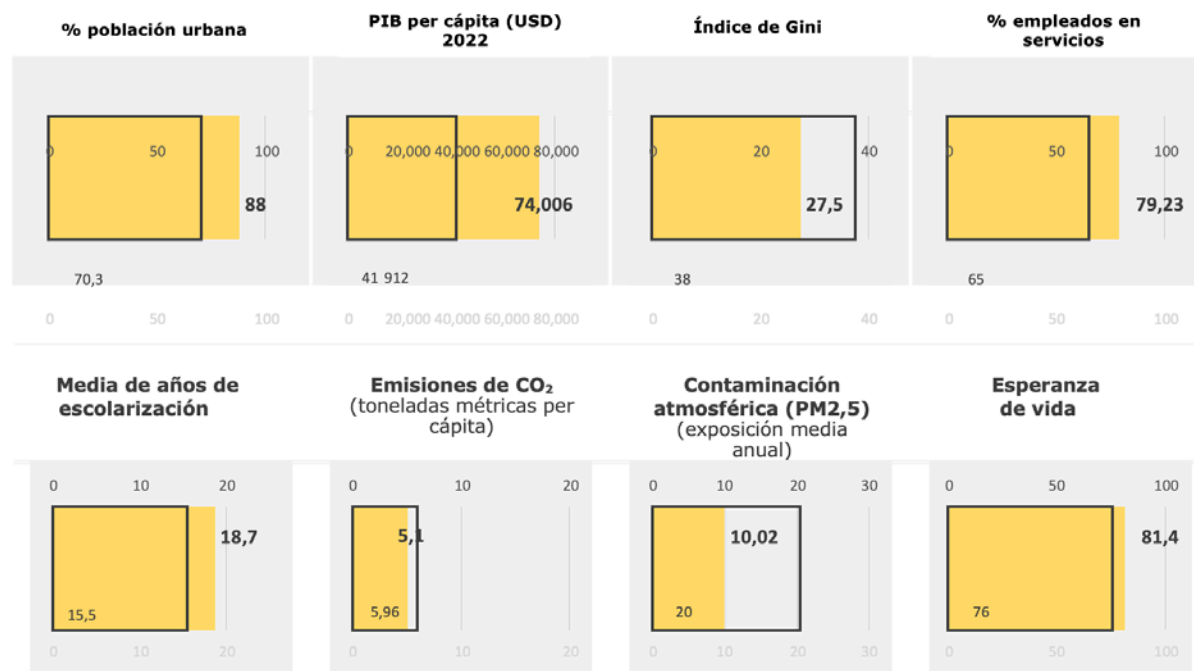
https://innoavi.es/wp-content/uploads/2019/01/05_Informe-Situaci%C3%B3n-Sistema-Valenciano-de-Innovaci%C3%B3n-CAST_b2.pdf

Dinamarca

Fichas regionales

Perfil socioeconómico

[Datos por países, comparados con la media. Información de fuentes secundarias]



Fuente: Naciones Unidas y Banco Mundial

Posición en el Índice Mundial de Innovación (IMI)

[Datos por países, comparados con la media. Información de fuentes secundarias]

	IMI general	Dimensión específica de los «resultados creativos»	
	≡ Posición	≡ Posición	☆ Puntuación
Caso	10	14	29,9
Media de la muestra	36	38	33,1

Fuente: IMI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI)



Perfil general en función de estos datos | **Líder**

El ecosistema de innovación de los sectores e industrias culturales y creativos (SICC)

Los resultados alineados con la tendencia general se muestran en verde.

SICC y seguimiento de la innovación

Observatorios culturales	Estadísticas de las ICC	Estadísticas de innovación
Sí	Sí	Sí
Tendencia general: Sí (87,5 %)	Tendencia general: Sí (81,25 %)	Tendencia general: Sí (75 %)

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Enfoque estratégico para los SICC

Principal tipo de agente estratégico	Nivel administrativo principal implicado en apoyo no monetario	Nivel administrativo principal implicado en apoyo monetario	Estrategia pública de los SICC en el desarrollo económico
Igualitario (mezcla de agentes sectoriales y generales)	Niveles más bajos	Niveles más altos	Específica de los SICC

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Entorno de innovación

[Herramientas adaptadas a los SICC]

Incubadoras	Agrupaciones o plataformas	Parques científicos y tecnológicos	Programas económicos
Específicas de los SICC	Específicas de los SICC	<i>Sin datos</i>	No específicos, pero incluyen a los SICC
Tendencia general: Específica de los SICC (81,25 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (68,75 %)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (56,26 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (62,5 %)
Programas de innovación específicos de los SICC	Asesoramiento y formación para la innovación	Asesoramiento y formación para el emprendimiento	Premios
<i>Sin datos</i>	No específicos, pero incluyen a los SICC	<i>Sin datos</i>	Específicos de los SICC
Tendencia general: Específica de los SICC (43,75 %, tendencia débil)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (50 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (37,5 %, tendencia débil)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (37,5 %, tendencia débil)

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Contexto específico de los SICC

Determinado por la interacción entre las herramientas específicas de los SICC (datos de encuestas) y fortaleza de los SICC (datos de encuestas y del IMI)



Contexto I Resultados destacados, con o sin ecosistemas adaptados a las particularidades de los SICC

El estudio ha clasificado las 16 regiones en 4 perfiles:

- Contexto I → Resultados destacados, con o sin ecosistemas adaptados a las particularidades de los SICC.
- Contexto IIa → Resultados avanzados con ecosistemas muy adaptados a las particularidades de los SICC.
- Contexto IIb → Resultados avanzados con ecosistemas adaptados moderadamente a las particularidades de los SICC.
- Contexto III → Resultados emergentes, incluidos los ecosistemas adaptados a las particularidades de los SICC.

Más información sobre los SICC

[enlaces proporcionados en la encuesta]

Estadísticas y seguimiento cultural de los SICC

<https://www.creativedenmark.com/>

<https://ldcluster.com/en/home/>

<https://www.visiondenmark.dk/?lang=en>

<https://www.statistikbanken.dk/statbank5a/selectvarval/saveselections.asp?MainTable=RAS309&PLanguage=1&TableStyle=&Buttons=&PXId=225696&IQY=&TC=&ST=ST&rvar0=&rvar1=&rvar2=&rvar3=&rvar4=&rvar5=&rvar6=&rvar7=&rvar8=&rvar9=&rvar10=&rvar11=&rvar12=&rvar13=&rvar14=>

<https://www.statistikbanken.dk/statbank5a/selectvarval/saveselections.asp?MainTable=ERHV1&PLanguage=1&TableStyle=&Buttons=&PXId=225694&IQY=&TC=&ST=ST&rvar0=&rvar1=&rvar2=&rvar3=&rvar4=&rvar5=&rvar6=&rvar7=&rvar8=&rvar9=&rvar10=&rvar11=&rvar12=&rvar13=&rvar14=>

Estadísticas de innovación

<https://www.dst.dk/en/Statistik/emner/uddannelse-og-forskning/forskning-udvikling-og-innovation/innovation-og-patenter>

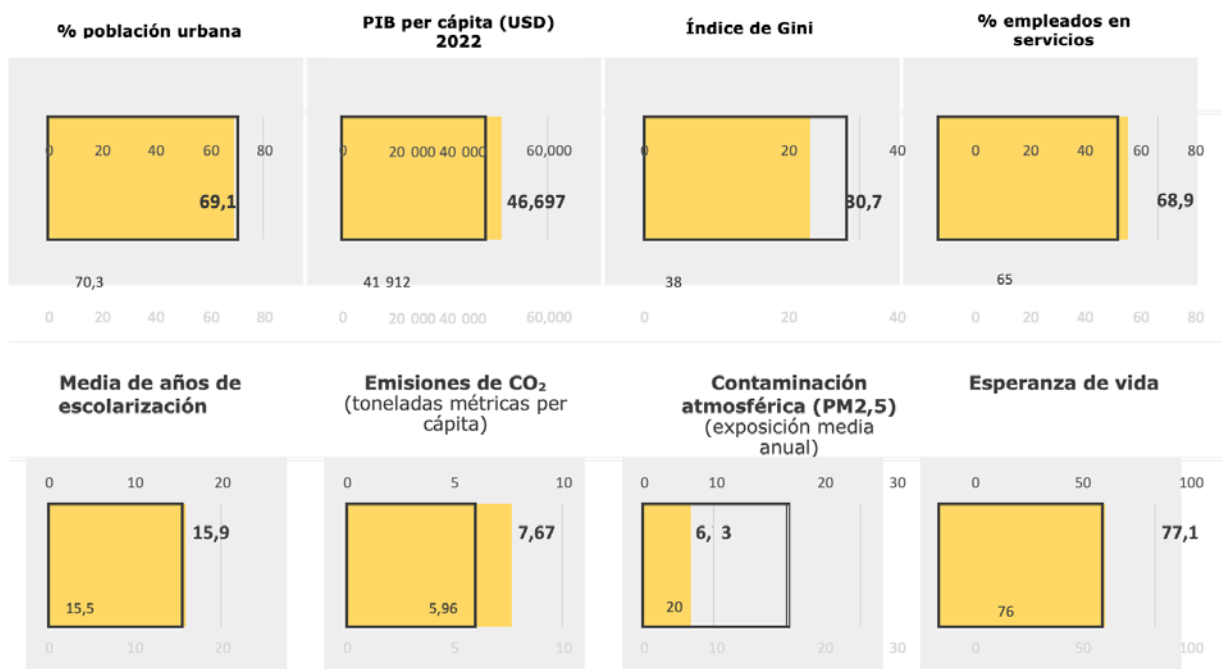
Nota del caso: en el caso de Dinamarca, no se encontró ninguna organización que participara en el estudio durante el trabajo de campo.]

Estonia

Fichas regionales

Perfil socioeconómico

[Datos por países, comparados con la media. Información de fuentes secundarias]



Fuente: Naciones Unidas y Banco Mundial

Posición en el Índice Mundial de Innovación (IMI)

[Datos por países, comparados con la media. Información de fuentes secundarias]

	IMI general	Dimensión específica de los «resultados creativos»	
	≡ Posición	≡ Posición	☆ Puntuación
Caso	18	24	38,2
Media de la muestra	36	38	33,1

Fuente: IMI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual -



OMPI)

Perfil general en función de estos datos | **Avanzado**

El ecosistema de innovación de los sectores e industrias culturales y creativos (SICC)

Los resultados alineados con la tendencia general se muestran en verde.

SICC y seguimiento de la innovación

Observatorios culturales	Estadísticas de las ICC	Estadísticas de innovación
Sí	Sí	Sí
Tendencia general: Sí (87,5 %)	Tendencia general: Sí (81,25 %)	Tendencia general: Sí (75 %)

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Enfoque estratégico para los SICC

Principal tipo de agente estratégico	Nivel administrativo principal implicado en apoyo no monetario	Nivel administrativo principal implicado en apoyo monetario	Estrategia pública de los SICC en el desarrollo económico
Sectorial	Niveles más altos	Niveles más altos	Cultural genérica, no específica de los SICC

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Entorno de innovación

[Herramientas adaptadas a los SICC]

Incubadoras	Agrupaciones o plataformas	Parques científicos y tecnológicos	Programas económicos
Específicas de los SICC	Específicas de los SICC	Existen, pero no incluyen a los CCSI	Específicos de los SICC
Tendencia general: Específica de los SICC (81,25 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (68,75 %)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (56,26 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (62,5 %)
Programas de innovación específicos de los SICC	Asesoramiento y formación para la innovación	Asesoramiento y formación para el emprendimiento	Premios
<i>Sin datos</i>	No específicos, pero incluyen a los SICC	Específicos de los SICC	Específicos de los SICC
Tendencia general: Específica de los SICC (43,75 %, tendencia débil)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (50 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (37,5 %, tendencia débil)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (37,5 %, tendencia débil)

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Contexto específico de los SICC

Determinado por la interacción entre las herramientas específicas de los SICC (datos de encuestas) y fortaleza de los SICC (datos de encuestas y del IMI)



Contexto IIa Resultados avanzados con ecosistemas muy adaptados a las particularidades de los SICC

El estudio ha clasificado las 16 regiones en 4 perfiles:

- ☐ Contexto I → Resultados destacados, con o sin ecosistemas adaptados a las particularidades de los SICC.
- ☐ Contexto IIa → Resultados avanzados con ecosistemas muy adaptados a las particularidades de los SICC.
- ☐ Contexto IIb → Resultados avanzados con ecosistemas adaptados moderadamente a las particularidades de los SICC.
- ☐ Contexto III → Resultados emergentes, incluidos los ecosistemas adaptados a las particularidades de los SICC.

Organizaciones participantes

Filaret OÜ

www.filaret3d.com

Empresa de tecnología ecológica que recoge y convierte los residuos de colillas de cigarrillos en un filamento para la impresión en 3D sostenible, compostable y respetuoso con la naturaleza.

Aus Design OÜ

www.reetaus.com

Han desarrollado un modelo empresarial basado en la economía cíclica para las industrias textiles. Se trata de producir prendas a partir de tejidos sobrantes de la preproducción.

Myceen

www.myceen.com

Cultivo de materiales con huella de carbono negativa que combina el micelio de los hongos con subproductos industriales.

Embalajes RAIKU

www.raiku.com

Bonitos embalajes de protección 100 % compostables para sustituir al plástico de un solo uso.

Más información sobre los SICC

[enlaces proporcionados en la encuesta]

Estadísticas y seguimiento cultural de los SICC

<https://kul.ee/en/arts-and-creative-economy/creative-economy>

<https://www.ki.ee/en/index.html>

https://www.ki.ee/publikatsioonid/valmis/1_Eesti_loomemajanduse_olukorra_uuring_ja_kaardistus_2021.pdf

Estadísticas de innovación

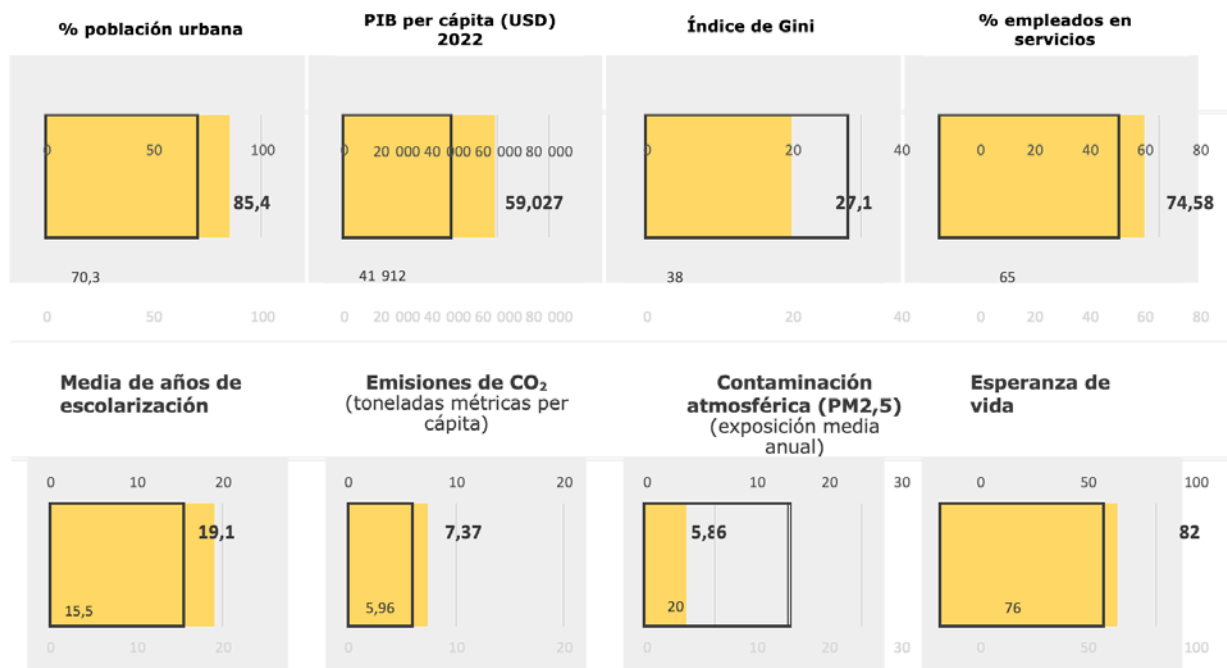
<https://www.stat.ee/en/find-statistics/statistics-theme/technology-innovation-and-rd/innovation>

Finlandia

Fichas regionales

Perfil socioeconómico

[Datos por países, comparados con la media. Información de fuentes secundarias]



Fuente: Naciones Unidas y Banco Mundial

Posición en el Índice Mundial de Innovación (IMI)

[Datos por países, comparados con la media. Información de fuentes secundarias]

	IMI general	Dimensión específica de los «resultados creativos»	
	 Posición	 Posición	 Puntuación
Caso	9	18	39,0
Media de la muestra	36	38	33,1

Fuente: IMI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI)



Perfil general en función de estos datos | **Líder**

El ecosistema de innovación de los sectores e industrias culturales y creativos (SICC)

Los resultados alineados con la tendencia general se muestran en verde.

SICC y seguimiento de la innovación

Observatorios culturales	Estadísticas de las ICC	Estadísticas de innovación
Sí	Sí	Sí
Tendencia general: Sí (87,5 %)	Tendencia general: Sí (81,25 %)	Tendencia general: Sí (75 %)

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Enfoque estratégico para los SICC

Principal tipo de agente estratégico	Nivel administrativo principal implicado en apoyo no monetario	Nivel administrativo principal implicado en apoyo monetario	Estrategia pública de los SICC en el desarrollo económico
Igualitario (mezcla de agentes sectoriales y generales)	Niveles más bajos	Niveles más bajos	Específica de los SICC

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Entorno de innovación

[Herramientas adaptadas a los SICC]

Incubadoras	Agrupaciones o plataformas	Parques científicos y tecnológicos	Programas económicos
Específicas de los SICC	Específicas de los SICC	<i>Sin datos</i>	Específicos de los SICC
Tendencia general: Específica de los SICC (81,25 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (68,75 %)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (56,26 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (62,5 %)
Programas de innovación específicos de los SICC	Asesoramiento y formación para la innovación	Asesoramiento y formación para el emprendimiento	Premios
Específicos de los SICC	Específicos de los SICC	Específicos de los SICC	No existen (ni específicos ni genéricos)
Tendencia general: Específica de los SICC (43,75 %, tendencia débil)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (50 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (37,5 %, tendencia débil)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (37,5 %, tendencia débil)

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Contexto específico de los SICC

Determinado por la interacción entre las herramientas específicas de los SICC (datos de encuestas) y fortaleza de los SICC (datos de encuestas y del IMI)



Contexto IIa

Resultados avanzados con ecosistemas muy adaptados a las particularidades de los SICC

El estudio ha clasificado las 16 regiones en 4 perfiles:

- ❑ Contexto I → Resultados destacados, con o sin ecosistemas adaptados a las particularidades de los SICC.
- ❑ Contexto **IIa** → Resultados avanzados con ecosistemas muy adaptados a las particularidades de los SICC.
- ❑ Contexto **IIb** → Resultados avanzados con ecosistemas adaptados moderadamente a las particularidades de los SICC.
- ❑ Contexto III → Resultados emergentes, incluidos los ecosistemas adaptados a las particularidades de los SICC.

Organizaciones participantes

The Ladies Association of Kuopio / Design Union

<https://www.designunion.fi/en/665/1/0/frontpage>

Design Union refuerza el papel del diseño en la sociedad y ayuda a las empresas a crear valor añadido para su negocio a través del diseño. Design Union crea oportunidades para que los profesionales creativos utilicen sus conocimientos en el mundo empresarial.

Creative Export Innovations

<https://www.creativeexport.fi>

Creemos que las industrias creativas son la industria del futuro que además de generar ingresos por la exportación, genera también el bienestar integral. Queremos contribuir al desarrollo de las industrias creativas. Ofrecemos nuestra experiencia especialmente a proyectos de desarrollo y esfuerzos de exportación en las industrias creativas. En particular, nos interesa el desarrollo sostenible y la intersección de las industrias creativas y las nuevas tecnologías.

Uniarts Helsinki

<https://www.uniarts.fi/en/campaigns/develop-your-arts-based-business-idea-in-our-pre-incubator/>

El programa ofrece un conocimiento exhaustivo del espíritu empresarial en las empresas artísticas y creativas.

Helsinki Xr Center / Universidad de Ciencias Aplicadas de Metropolia

<https://helsinkixrcenter.com/>

Helsinki Xr Center, centro de realidad extendida, es una incubadora de talento, un centro cultural de cocreación y aprendizaje para todos los artistas, empresarios, ingenieros, científicos, estudiantes y entusiastas de la realidad virtual y aumentada.

Universidad Aalto

<https://digitalcreatives.aalto.fi/>

El programa de preincubación Aalto Digital Creatives tiene como objetivo ayudar a los estudiantes, investigadores y profesionales de la industria creativa en su camino hacia el emprendimiento. La idea de negocio podría inspirarse, entre otros, en los siguientes temas: nuevos métodos y formatos para la narración audiovisual, arte, diseño y entretenimiento mejorados con la tecnología, aumento de la creatividad humana mediante métodos computacionales, creación de experiencias interactivas novedosas, plataformas para y por las industrias creativas.

Más información sobre los SICC

[enlaces proporcionados en la encuesta]

Estadísticas y seguimiento cultural de los SICC

https://pxdata.stat.fi/PXWeb/pxweb/en/StatFin/StatFin_klts/?tablelist=true

<https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/161083>

<https://www.utu.fi/en/research/thematic-collaborations-in-research/cultural-memory-and-social-change>

<https://www.muova.fi/en/research-and-development/>

<https://ennakointiakatemia.fi/in-english/>

<https://uudenmaanliitto.fi/en/projects/luoto-outlines-for-sustainable-future-in-creative-industry/>

<https://www.aalto.fi/en/our-strategy/radical-creativity>

Estadísticas de innovación

<https://uefconnect.uef.fi/en/group/economic-evaluation-of-cultural-health-and-wellbeing-project/>

<https://tietokayttoon.fi/-/10616/selvitys-koettu-hyvinvointi-kulttuurihyvinvoinnin-arvioinnin-keskioon>

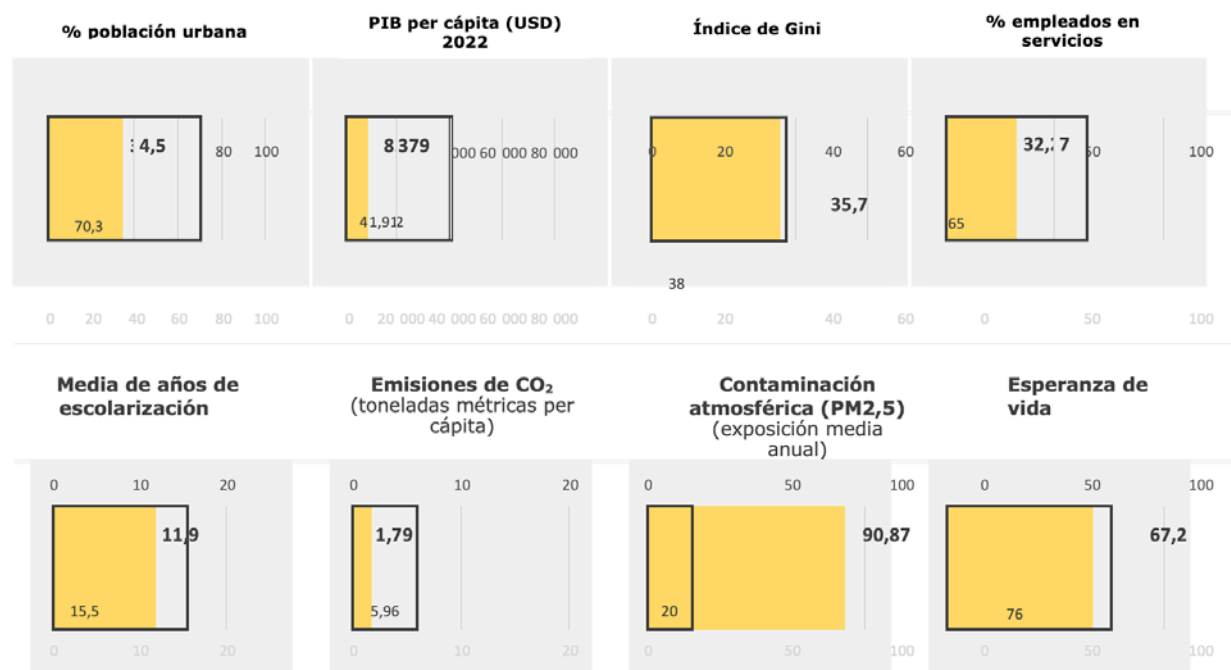
<https://www.cupore.fi/en/publications/cupore-s-publications>

Karnataka (India)

Fichas regionales

Perfil socioeconómico

[Datos por países, comparados con la media. Información de fuentes secundarias]



Fuente: Naciones Unidas y Banco Mundial

Posición en el Índice Mundial de Innovación (IMI)

[Datos por países, comparados con la media. Información de fuentes secundarias]

	IMI general	Dimensión específica de los «resultados creativos»	
	≡ Posición	≡ Posición	☆ Puntuación
Caso	40	52	24,3
Media de la muestra	36	38	33,1

Fuente: IMI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI)



Perfil general en función de estos datos | **Moderado/Emergente**

El ecosistema de innovación de los sectores e industrias culturales y creativos (SICC)

Los resultados alineados con la tendencia general se muestran en verde.

SICC y seguimiento de la innovación

Observatorios culturales	Estadísticas de las ICC	Estadísticas de innovación
No	No	No
Tendencia general: Sí (87,5 %)	Tendencia general: Sí (81,25 %)	Tendencia general: Sí (75 %)

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Enfoque estratégico para los SICC

Principal tipo de agente estratégico	Nivel administrativo principal implicado en apoyo no monetario	Nivel administrativo principal implicado en apoyo monetario	Estrategia pública de los SICC en el desarrollo económico
Genérico	Niveles más bajos	Niveles más bajos	No existe (ni específica ni genérica)

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Entorno de innovación

[Herramientas adaptadas a los SICC]

Incubadoras	Agrupaciones o plataformas	Parques científicos y tecnológicos	Programas económicos
No específicas, pero incluyen a los SICC	No específicas, pero incluyen a los SICC	No específicos, pero incluyen a los SICC	No específicos, pero incluyen a los SICC
Tendencia general: Específica de los SICC (81,25 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (68,75 %)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (56,26 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (62,5 %)
Programas de innovación específicos de los SICC	Asesoramiento y formación para la innovación	Asesoramiento y formación para el emprendimiento	Premios
<i>Sin datos</i>	No específicos, pero incluyen a los SICC	No específicos, pero incluyen a los SICC	No específicos, pero incluyen a los SICC
Tendencia general: Específica de los SICC (43,75 %, tendencia débil)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (50 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (37,5 %, tendencia débil)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (37,5 %, tendencia débil)

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Contexto específico de los SICC

Determinado por la interacción entre las herramientas específicas de los SICC (datos de encuestas) y fortaleza de los SICC (datos de encuestas y del IMI)



Contexto III Resultados emergentes, incluidos los ecosistemas adaptados a las particularidades de los SICC.

El estudio ha clasificado las 16 regiones en 4 perfiles:

- ☐ Contexto I → Resultados destacados, con o sin ecosistemas adaptados a las particularidades de los SICC.
- ☐ Contexto **Ia** → Resultados avanzados con ecosistemas muy adaptados a las particularidades de los SICC.
- ☐ Contexto **Ib** → Resultados avanzados con ecosistemas adaptados moderadamente a las particularidades de los SICC.
- ☐ Contexto III → Resultados emergentes, incluidos los ecosistemas adaptados a las particularidades de los SICC.

Organizaciones participantes

VIPROF ELECTRONICS

<https://ramanagara.nic.in/en/district-produce/handicraft/>

Ayuda a organizar a los centenarios creadores de juguetes clásicos (de madera local) para que causen impacto y se expandan integrando las nuevas tecnologías en los juguetes.

Edunet Foundation

www.edunetfoundation.org

Esta organización está formando a más de 100 000 estudiantes de todo el país para dotarles de habilidades de empleabilidad una vez que dejan de estudiar. Se trata de estudiantes que han abandonado los estudios o se han graduado en ingeniería, especialmente de entornos no urbanos y sectores desfavorecidos de la sociedad

Indian Institute of Science

<http://www.iiscsmecoe.in>

Centro apoyado por el Gobierno de la India para promover y financiar pequeñas industrias innovadoras en todo el país.

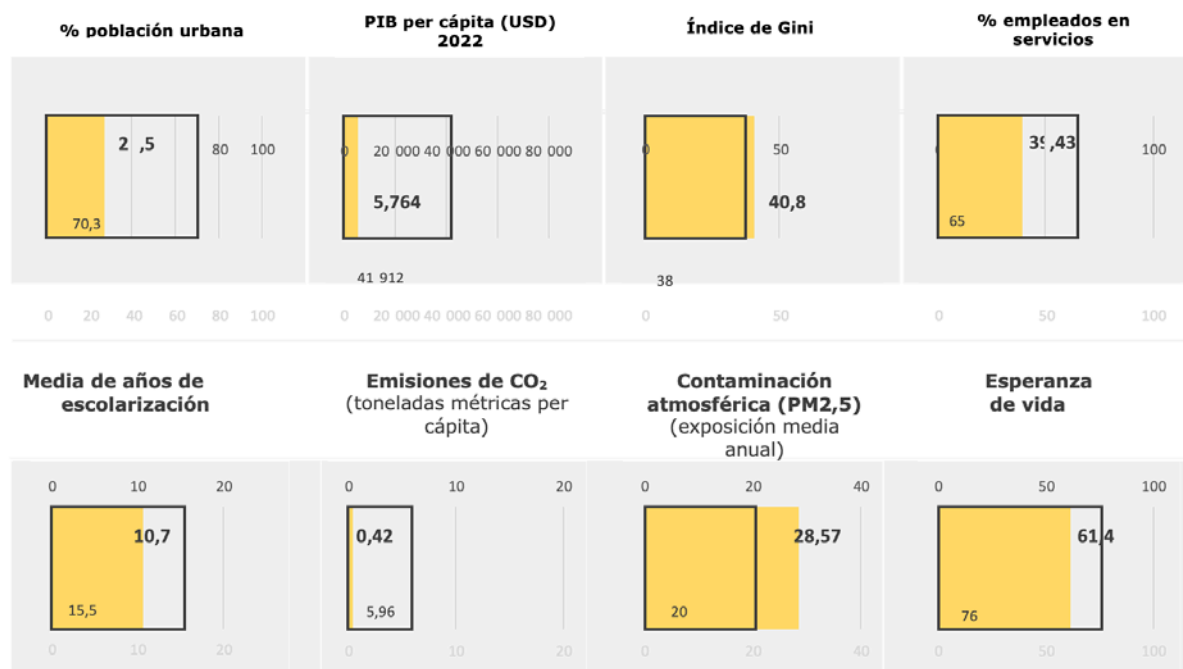
Nota del caso: en el caso de Karnataka, no se dispone de más información sobre innovación, estadísticas culturales y seguimiento.

Kenia

Fichas regionales

Perfil socioeconómico

[Datos por países, comparados con la media. Información de fuentes secundarias]



Fuente: Naciones Unidas y Banco Mundial

Posición en el Índice Mundial de Innovación (IMI)

[Datos por países, comparados con la media. Información de fuentes secundarias]

	IMI general	Dimensión específica de los «resultados creativos»	
	≡ Posición	≡ Posición	☆ Puntuación
Caso	88	79	15,6
Media de la muestra	36	38	33,1

Fuente: IMI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI)



Perfil general en función de estos datos | **Moderado/Emergente**

El ecosistema de innovación de los sectores e industrias culturales y creativos (SICC)

Los resultados alineados con la tendencia general se muestran en verde.

SICC y seguimiento de la innovación

Observatorios culturales	Estadísticas de las ICC	Estadísticas de innovación
Sí	No	No

Tendencia general: Sí (87,5 %)

Tendencia general: Sí (81,25 %)

Tendencia general: Sí (75 %)

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Enfoque estratégico para los SICC

Principal tipo de agente estratégico	Nivel administrativo principal implicado en apoyo no monetario	Nivel administrativo principal implicado en apoyo monetario	Estrategia pública de los SICC en el desarrollo económico
Igualitario (mezcla de agentes sectoriales y genéricos)	Niveles más altos	Niveles más altos	Cultural genérica

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Entorno de innovación

[Herramientas adaptadas a los SICC]

Incubadoras	Agrupaciones o plataformas	Parques científicos y tecnológicos	Programas económicos
Específicas de los SICC	<i>Sin datos</i>	<i>Sin datos</i>	Específicos de los SICC
Tendencia general: Específica de los SICC (81,25 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (68,75 %)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (56,26 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (62,5 %)
Programas de innovación específicos de los SICC	Asesoramiento y formación para la innovación	Asesoramiento y formación para el emprendimiento	Premios
Específicos de los SICC	Específicos de los SICC	Específicos de los SICC	<i>Sin datos</i>
Tendencia general: Específica de los SICC (43,75 %, tendencia débil)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (50 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (37,5 %, tendencia débil)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (37,5 %, tendencia débil)

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Contexto específico de los SICC

Determinado por la interacción entre las herramientas específicas de los SICC (datos de encuestas) y fortaleza de los SICC (datos de encuestas y del IMI)



Contexto III Resultados emergentes, incluidos los ecosistemas adaptados a las particularidades de los SICC.

El estudio ha clasificado las 16 regiones en 4 perfiles:

- Contexto I → Resultados destacados, con o sin ecosistemas adaptados a las particularidades de los SICC.
- Contexto IIa → Resultados avanzados con ecosistemas muy adaptados a las particularidades de los SICC.
- Contexto IIb → Resultados avanzados con ecosistemas adaptados moderadamente a las particularidades de los SICC.
- Contexto III → Resultados emergentes, incluidos los ecosistemas adaptados a las particularidades de los SICC.

Organizaciones participantes

BlackRhino VR

<https://www.blackrhinovr.com>

Fundada en 2015, nos vemos como agentes de cambio que aceleran la adopción de tecnologías inmersivas en África capacitando a los jóvenes para que sean los innovadores e inventores de la realidad extendida (XR) del futuro. Como tecnólogos creativos, aprovechamos los conocimientos de XR para ampliar las oportunidades de crecimiento socioeconómico y cultural significativo entre los jóvenes que ayuden a crear empleo, reducir la pobreza y contribuya a superar los retos de desarrollo de nuestro continente.

Standup Collective

<https://standupcollective.co.ke/>

El resultado de Saturday Night Comedy - Nairobi, Standup Collective se lanzó en 2017 como un proyecto incubador de la comedia en inglés y experimental en Kenia y más allá de sus fronteras. Además de hacer crecer una cultura de club de la comedia en Kenia, también nos esforzamos por crear una comunidad de gente divertida y amantes de la comedia en general.

Kenya Private Sector Alliance

<https://kepsa.or.ke>

KEPSA reúne a asociaciones empresariales locales y extranjeras, cámaras de comercio, organismos profesionales, corporaciones de empresas multinacionales, pymes y nuevas empresas de todos los sectores de la economía para que puedan hablar con una sola voz a la hora de relacionarse con el gobierno, los socios de desarrollo y otras partes interesadas sobre cuestiones políticas transversales y programas para el desarrollo socioeconómico del país.

The Art of Music Foundation

<https://www.artofmusic.co.ke>

The Art of Music se fundó en 2009 con la misión de promover la interpretación y apreciación de la música culta en Kenia y utilizar su poder transformador para cambiar vidas, especialmente las de quienes viven en zonas desfavorecidas del país. Creemos que la música culta, con sus tradiciones de estructura, disciplina y excelencia, puede ofrecer un gran despertar y una gran oportunidad a un amplio espectro de la juventud keniana.

Organizaciones participantes

Circle Art Agency

<https://circleartagency.com/>

Fundada en 2012 y con sede en Nairobi (Kenia), Circle promueve el arte contemporáneo de África Oriental. Nuestra intención es crear un mercado del arte sólido y sostenible para los artistas de África Oriental, apoyando y promoviendo a los artistas más innovadores y apasionantes de la región. A través de exposiciones colectivas e individuales, así como de su participación en ferias de arte internacionales, la galería ha aumentado la visibilidad de artistas consagrados y emergentes, tanto a escala internacional como nacional. En estrecha colaboración con coleccionistas y comisarios regionales e internacionales, estamos construyendo un mercado sólido y sostenible para los artistas de África Oriental. En respuesta a la actual crisis mundial, estamos adaptando nuestra programación y mejorando nuestras plataformas en línea para seguir promoviendo un arte contemporáneo de África Oriental que suponga un reto y que invite a la reflexión.

Kariboo Creative

<http://kariboocreative.co.ke>

Un colectivo de artistas audiovisuales que está cambiando la forma en que las empresas y organizaciones se comunican con el público mediante la creación de historias de interés humano a través del cine y la cinematografía.

Art at Work Limited

<http://www.artatwork.co.ke>

Una sociedad de ahorro y crédito cuyo objetivo es prestar servicios financieros a los creativos con el fin de que mejoren sus oportunidades de generar ingresos sostenibles. Se trata de movilizar el ahorro y facilitar los créditos para favorecer la inclusión financiera.

Trio Media Kenya

<https://www.triomediamedia.co.ke>

Trio Media es una ventanilla única y asequible para todo lo relacionado con la transmisión de pódcast y emisión de vídeos en continuo, desde una simple grabación en directo sin editar hasta una grabación editada de hasta cuatro personas lista para su emisión. Trio Media cubre un vacío en el mercado de contenidos de pódcast de alta calidad, y una demanda creciente entre los jóvenes de equipos audiovisuales de alta calidad, servicios de producción y edición.

Más información sobre los SICC

[enlaces proporcionados en la
encuesta]

Estadísticas y seguimiento cultural de los SICC

<https://www.britishcouncil.co.ke/programmes/arts/east-africa-creative-economy-scoping-reports>

www.hevafund.com

<https://globaldevincubator.org/wp-content/uploads/2020/11/201019-Mombasa-Creatives-Sector-Report-GAN-GDI-vF.pdf>

<https://jahazi.co.ke/wp-content/uploads/2021/02/JAHAZI-9-2021.pdf-.pdf>

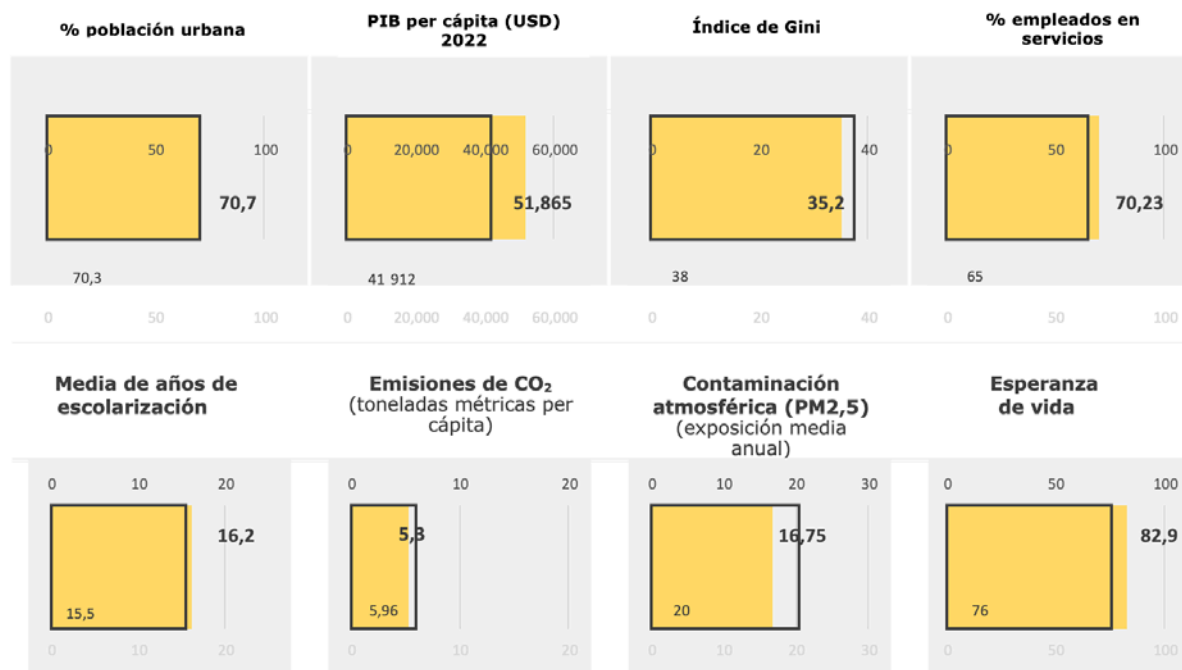
<https://cchub.africa/>

Puglia (Italia)

Fichas regionales

Perfil socioeconómico

[Datos por países, comparados con la media. Información de fuentes secundarias]



Fuente: Naciones Unidas y Banco Mundial

Posición en el Índice Mundial de Innovación (IMI)

[Datos por países, comparados con la media. Información de fuentes secundarias]

	IMI general	Dimensión específica de los «resultados creativos»	
	≡ Posición	≡ Posición	☆ Puntuación
Caso	28	16	41,3
Media de la muestra	36	38	33,1

Fuente: IMI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI)



Perfil general en función de estos datos | **Avanzado**

El ecosistema de innovación de los sectores e industrias culturales y creativos (SICC)

Los resultados alineados con la tendencia general se muestran en verde.

SICC y seguimiento de la innovación

Observatorios culturales	Estadísticas de las ICC	Estadísticas de innovación
Sí	Sí	Sí
Tendencia general: Sí (87,5 %)	Tendencia general: Sí (81,25 %)	Tendencia general: Sí (75 %)

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Enfoque estratégico para los SICC

Principal tipo de agente estratégico	Nivel administrativo principal implicado en apoyo no monetario	Nivel administrativo principal implicado en apoyo monetario	Estrategia pública de los SICC en el desarrollo económico
Igualitario (mezcla de agentes sectoriales y generales)	Niveles más bajos	Niveles más bajos	Cultural genérica, no específica de los SICC

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Entorno de innovación

[Herramientas adaptadas a los SICC]

Incubadoras	Agrupaciones o plataformas	Parques científicos y tecnológicos	Programas económicos
No específicas, pero incluyen a los SICC	Específicas de los SICC	No específicos, pero incluyen a los SICC	Específicos de los SICC
Tendencia general: Específica de los SICC (81,25 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (68,75 %)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (56,26 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (62,5 %)
Programas de innovación específicos de los SICC	Asesoramiento y formación para la innovación	Asesoramiento y formación para el emprendimiento	Premios
<i>Sin datos</i>	No específicos, pero incluyen a los SICC	No específicos, pero incluyen a los SICC	No específicos, pero incluyen a los SICC
Tendencia general: Específica de los SICC (43,75 %, tendencia débil)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (50 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (37,5 %, tendencia débil)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (37,5 %, tendencia débil)

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Contexto específico de los SICC

Determinado por la interacción entre las herramientas específicas de los SICC (datos de encuestas) y fortaleza de los SICC (datos de encuestas y del IMI)



Contexto IIb Resultados avanzados con ecosistemas adaptados moderadamente a las particularidades de los SICC

El estudio ha clasificado las 16 regiones en 4 perfiles:

- ☐ Contexto I → Resultados destacados, con o sin ecosistemas adaptados a las particularidades de los SICC.
- ☐ Contexto IIa → Resultados avanzados con ecosistemas muy adaptados a las particularidades de los SICC.
- ☐ Contexto IIb → Resultados avanzados con ecosistemas adaptados moderadamente a las particularidades de los SICC.
- ☐ Contexto III → Resultados emergentes, incluidos los ecosistemas adaptados a las particularidades de los SICC.

Organizaciones participantes

Applicazioni di Ingegneria ed Informatica s.r.l.

<https://www.ai2.it>

Ai² es una empresa de Bari que se dedica desde hace años a la consultoría y el desarrollo de *software* para activar procesos innovadores en distintos contextos de aplicación. Gracias a un enfoque sistémico y a una conciencia plena y compartida del contexto y de las situaciones problemáticas, Ai² ha sido capaz de abordar eficazmente los retos y la complejidad de los proyectos de innovación, ya sean centrados en los seres humanos o fundamentales para la misión.

Didap s.r.l.s.

<https://www.didap.it>

Didap es una nueva empresa, joven e innovadora, que trabaja en el campo del token no fungible aplicado al patrimonio y otros bienes culturales. También participa en el desarrollo de aplicaciones.

Espero s.r.l.

<http://www.netespero.it/>

EspérO srl, empresa derivada de la Universidad de Salento, nace en el contexto de las ciencias humanas y sociales con la misión de diseñar y crear dispositivos complejos de intervención en contextos organizativos, comunitarios y sociales. Es el fruto de la aplicación de la investigación científica de sus investigadores para contribuir a la producción de innovación social, ayudándose también de las tecnologías de la comunicación telemática, audiovisual y multimedia. Una de las áreas temáticas desarrolladas es la educación sobre el patrimonio cultural.

Universidad del Salento

<https://www.unisalento.it>

La Universidad de Salento es una comunidad integrada por estudiantes, docentes y personal técnico-administrativo que se reconoce en la libre promoción de la investigación y la docencia como herramientas para el desarrollo humano, para la afirmación del pluralismo y la búsqueda de la dignidad social igualitaria, con plena independencia de cualquier orientación ideológica, política, religiosa o económica.

Organizaciones participantes

Tou.Play ETS

<https://www.touplay.it/>

Tou.Play es una marca que crea historias para vivir las visitas guiadas de una forma innovadora. Tou.Play quiere cambiar la fruición de la cultura y la promoción del territorio mezclando la pasión por el territorio y su cultura con la pasión por el mundo lúdico. Propone la experiencia y la emocionante aventura de descubrir ciudades, paisajes y patrimonio participando en obras de teatro y misiones.

34° Fuso APS

<https://www.swapmuseum.com/>

Swap Museum es un proyecto de participación cultural destinado a crear bienestar cultural que potencie la capacitación de jóvenes ciudadanos jóvenes. El carácter innovador del proyecto, llamado «Call 4 Swappers», radica en la implicación de los ciudadanos jóvenes (de entre 16 y 29 años) a través de un voluntariado avanzado que consiste en pequeñas actividades a realizar en museos y espacios culturales de la zona. Las llamadas a la acción permiten a los voluntarios (los «swappers») expresarse experimentando nuevas formas de comunicar y producir cultura, así como acercándose al entorno cultural a través de nuevos lenguajes, como la música, la fotografía o la narración digital. El Swap Museum ha conseguido el Premio Europa Nostra.

IMAGO

<https://www.imagocoop.it/>

El proyecto introduce un innovador marco tecnológico y metodológico destinado a facilitar la creación colaborativa y el intercambio de experiencias narrativas culturales. El marco de referencia parte de la investigación y sistematización de contenidos del patrimonio cultural, que luego se digitalizan y reconstruyen virtualmente para crear experiencias interactivas y atractivas.

Más información sobre los SICC

[enlaces proporcionados en la
encuesta]

Estadísticas y seguimiento cultural de los SICC

<https://www.pugliacreativa.it/publicazioni/>

<https://www.uniba.it/it/corsi/dams>

https://www.dse.unisalento.it/home_page

Estadísticas de innovación

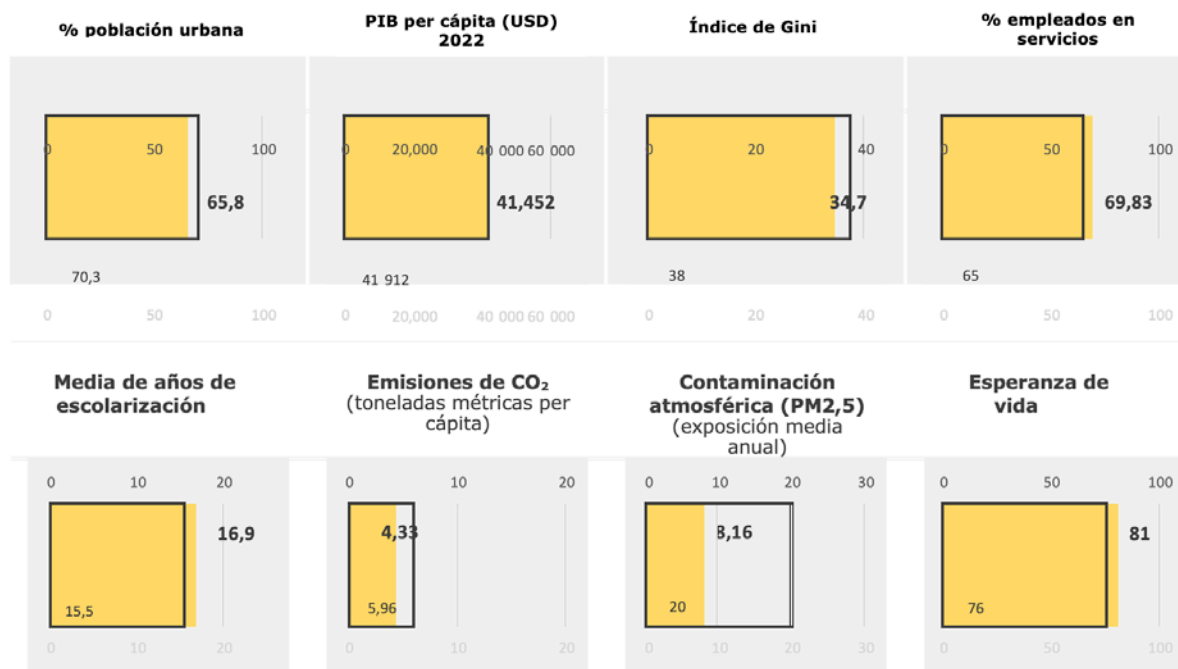
<https://apulianinnovationoverview.arti.puglia.it/indice-dellapulian-innovation-overview>

Región del Norte (Portugal)

Fichas regionales

Perfil socioeconómico

[Datos por países, comparados con la media. Información de fuentes secundarias]



Fuente: Naciones Unidas y Banco Mundial

Posición en el Índice Mundial de Innovación (IMI)

[Datos por países, comparados con la media. Información de fuentes secundarias]

	IMI general	Dimensión específica de los «resultados creativos»	
	≡ Posición	≡ Posición	☆ Puntuación
Caso	32	25	38,1
Media de la muestra	36	38	33,1

Fuente: IMI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI)



Perfil general en función de estos datos | **Avanzado**

El ecosistema de innovación de los sectores e industrias culturales y creativos (SICC)

Los resultados alineados con la tendencia general se muestran en verde.

SICC y seguimiento de la innovación

Observatorios culturales	Estadísticas de las ICC	Estadísticas de innovación
No	Sí	Sí

Tendencia general: Sí (87,5 %)

Tendencia general: Sí (81,25 %)

Tendencia general: Sí (75 %)

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Enfoque estratégico para los SICC

Principal tipo de agente estratégico	Nivel administrativo principal implicado en apoyo no monetario	Nivel administrativo principal implicado en apoyo monetario	Estrategia pública de los SICC en el desarrollo económico
Sectorial	Niveles más altos	Niveles más altos	Cultural genérica, no específica de los SICC

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Entorno de innovación

[Herramientas adaptadas a los SICC]

Incubadoras	Agrupaciones o plataformas	Parques científicos y tecnológicos	Programas económicos
Específicas de los SICC	Específicas de los SICC	Específicos de los SICC	No específicos, pero incluyen a los SICC
Tendencia general: Específica de los SICC (81,25 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (68,75 %)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (56,26 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (62,5 %)
Programas de innovación específicos de los SICC	Asesoramiento y formación para la innovación	Asesoramiento y formación para el emprendimiento	Premios
<i>Sin datos</i>	No específicos, pero incluyen a los SICC	Existen, pero no incluyen a los CCSI	Existen, pero no incluyen a los CCSI
Tendencia general: Específica de los SICC (43,75 %, tendencia débil)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (50 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (37,5 %, tendencia débil)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (37,5 %, tendencia débil)

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Contexto específico de los SICC

Determinado por la interacción entre las herramientas específicas de los SICC (datos de encuestas) y fortaleza de los SICC (datos de encuestas y del IMI)



Contexto IIb Resultados avanzados con ecosistemas adaptados moderadamente a las particularidades de los SICC

- El estudio ha clasificado las 16 regiones en 4 perfiles:
- Contexto I → Resultados destacados, con o sin ecosistemas adaptados a las particularidades de los SICC.
 - Contexto IIa → Resultados avanzados con ecosistemas muy adaptados a las particularidades de los SICC.
 - Contexto IIb → Resultados avanzados con ecosistemas adaptados moderadamente a las particularidades de los SICC.
 - Contexto III → Resultados emergentes, incluidos los ecosistemas adaptados a las particularidades de los SICC.

Organizaciones participantes

TikitWorld

<https://www.tikitworld.com>

TikitWorld es una plataforma y un ecosistema de venta de entradas descentralizado de primera clase a prueba de manipulaciones que abre nuevas posibilidades a los creadores de eventos, clientes y marcas, a la vez que pone fin al injusto e inseguro mercado secundario actual.

Everythink, Lda

<https://everythink.com>

Diseño para el cambio. Nos gusta pensar en cosas que aún no existen: productos, servicios o experiencias que influyan en la vida de las personas de forma positiva, fácil y feliz.

Canal180

<https://www.canal180.pt>

Canal180 es una plataforma editorial independiente dedicada exclusivamente a la cultura y la creatividad. Celebra la singularidad y la diversidad de voces produciendo inspiradores contenidos audiovisuales experimentales sobre creadores pioneros y emergentes.

4Humanz - Consultancy and Research for Humanz

<https://pt.linkedin.com/company/4humanz>

4Humanz tiene como objetivo la consultoría e investigación para humanos, promoviendo el potencial humano a lo largo de toda la vida mediante proyectos innovadores en salud y educación y servicios de diseño centrados en el ser humano. 4Humanz, tiene como objetivo generar valor para sus clientes y socios con el apoyo a soluciones creativas y lúdicas para las personas mayores con el fin de conseguir una sociedad más feliz, sostenible e intergeneracional que mejore el bienestar y el crecimiento económico.

Más información sobre los SICC

[enlaces proporcionados en la
encuesta]

Estadísticas y seguimiento cultural de los SICC

https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpgid=ine_tema&xpid=INE&tema_cod=1111

[https://www.pordata.pt/portugal/despesa+das+camaras+municipais+em+cultura+e+desporto+total+e+por+dominio+cultural+\(2013+\)-2755](https://www.pordata.pt/portugal/despesa+das+camaras+municipais+em+cultura+e+desporto+total+e+por+dominio+cultural+(2013+)-2755)

Estadísticas de innovación

<https://www.ani.pt/pt/avalia%C3%A7ao-e-monitorizacao/monitoriza%C3%A7%C3%A3o/rankings-e-indicadores/>

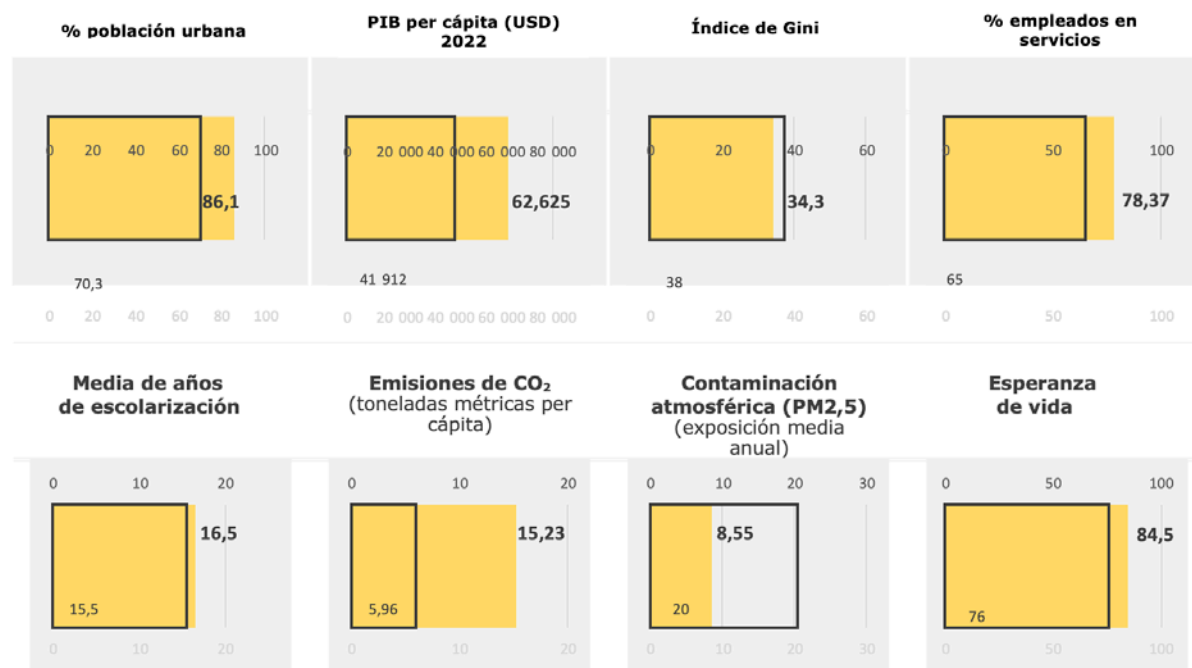
<https://www.iapmei.pt/PRODUTOS-E-SERVICOS/Industria-e-Sustentabilidade/Informacao-Setorial.aspx>

Australia del Sur (Australia)

Fichas regionales

Perfil socioeconómico

[Datos por países, comparados con la media. Información de fuentes secundarias]



Fuente: Naciones Unidas y Banco Mundial

Posición en el Índice Mundial de Innovación (IMI)

[Datos por países, comparados con la media. Información de fuentes secundarias]

	IMI general	Dimensión específica de los «resultados creativos»	
	≡ Posición	≡ Posición	☆ Puntuación
Caso	25	27	37,8
Media de la muestra	36	38	33,1

Fuente: IMI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI)



Perfil general en función de estos datos | **Avanzado**

El ecosistema de innovación de los sectores e industrias culturales y creativos (SICC)

Los resultados alineados con la tendencia general se muestran en verde.

SICC y seguimiento de la innovación

Observatorios culturales	Estadísticas de las ICC	Estadísticas de innovación
Sí	Sí	Sí
Tendencia general: Sí (87,5 %)	Tendencia general: Sí (81,25 %)	Tendencia general: Sí (75 %)

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Enfoque estratégico para los SICC

Principal tipo de agente estratégico	Nivel administrativo principal implicado en apoyo no monetario	Nivel administrativo principal implicado en apoyo monetario	Estrategia pública de los SICC en el desarrollo económico
Sectorial	Niveles más altos	Niveles más altos	No existe (ni específica ni genérica)

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Entorno de innovación

[Herramientas adaptadas a los SICC]

Incubadoras	Agrupaciones o plataformas	Parques científicos y tecnológicos	Programas económicos
Específicas de los SICC	Específicas de los SICC	No específicos, pero incluyen a los SICC	Específicos de los SICC
Tendencia general: Específica de los SICC (81,25 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (68,75 %)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (56,26 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (62,5 %)
Programas de innovación específicos de los SICC	Asesoramiento y formación para la innovación	Asesoramiento y formación para el emprendimiento	Premios
<i>Sin datos</i>	<i>Sin datos</i>	<i>Sin datos</i>	No específicos, pero incluyen a los SICC
Tendencia general: Específica de los SICC (43,75 %, tendencia débil)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (50 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (37,5 %, tendencia débil)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (37,5 %, tendencia débil)

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Contexto específico de los SICC

Determinado por la interacción entre las herramientas específicas de los SICC (datos de encuestas) y fortaleza de los SICC (datos de encuestas y del IMI)



Contexto IIb Resultados avanzados con ecosistemas adaptados moderadamente a las particularidades de los SICC

El estudio ha clasificado las 16 regiones en 4 perfiles:

- Contexto I → Resultados destacados, con o sin ecosistemas adaptados a las particularidades de los SICC.
- Contexto IIa → Resultados avanzados con ecosistemas muy adaptados a las particularidades de los SICC.
- Contexto IIb → Resultados avanzados con ecosistemas adaptados moderadamente a las particularidades de los SICC.
- Contexto III → Resultados emergentes, incluidos los ecosistemas adaptados a las particularidades de los SICC.

Organizaciones participantes

Realities Extended de la Universidad de Adelaide

<https://able.adelaide.edu.au/realities-extended/>

Realities Extended es una iniciativa transformadora que ofrece tecnología inmersiva de vanguardia y servicios de investigación.

Light ADL

www.lightadl.com.au

Light Adelaide es una empresa social revolucionaria cuyo objetivo es ofrecer un lugar accesible a la excelencia y la innovación en la expresión creativa, las artes, el entretenimiento, la hostelería y las tecnologías relacionadas.

ModelFarm

ModelFarm.com.au

ModelFarm es un departamento de arte virtual especializado en efectos visuales, animación y producción virtual.

Flinders University - The Void

<https://www.flinders.edu.au/college-humanities-arts-social-sciences/thevoid>

The Void es un escenario de producción polivalente ubicado en el aclamado Centro Dramático de Flinders University. Al incorporar la captura de movimiento y la capacidad de producción virtual con Unreal Engine como tecnología unificadora, The Void es una plataforma para crear experiencias para pantallas de cualquier tipo.

Illuminate Adelaide

www.Illuminateadelaide.com

Illuminate Adelaide, el principal acontecimiento invernal de Australia Meridional, celebra esta idea reuniendo lo mejor y más audaz del arte, la música, la tecnología y la invención de toda Australia y del mundo.

Más información sobre los SICC

[enlaces proporcionados en la
encuesta]

Estadísticas y seguimiento cultural de los SICC

<https://cms.dis.frame.hosting/assets/uploads/downloads/creativeSouthAustralia/DIS-creative-industries-report.pdf>

<https://www.unisa.edu.au/about-unisa/academic-units/creative/>

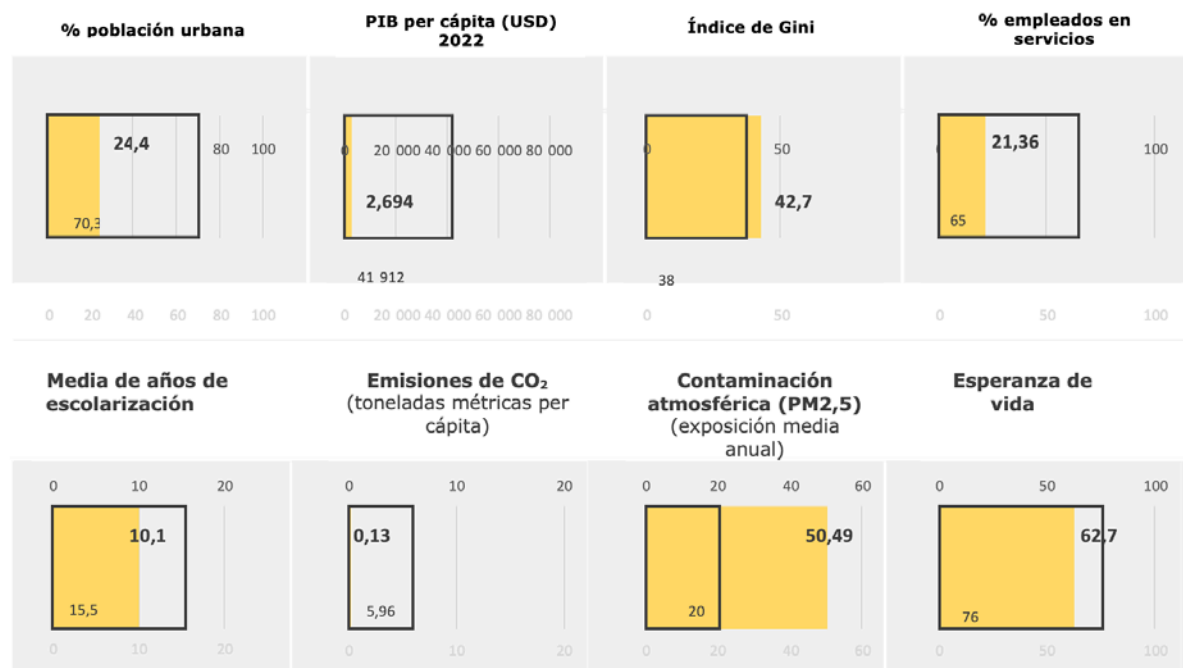
<https://www.safilm.com.au/wpcontent/uploads/2020/01/Economic-contribution-of-SA-screen-production-2019.pdf>

Uganda

Fichas regionales

Perfil socioeconómico

[Datos por países, comparados con la media. Información de fuentes secundarias]



Fuente: Naciones Unidas y Banco Mundial

Posición en el Índice Mundial de Innovación (IMI)

[Datos por países, comparados con la media. Información de fuentes secundarias]

	IMI general	Dimensión específica de los «resultados creativos»	
	≡ Posición	≡ Posición	☆ Puntuación
Caso	119	123	2,2
Media de la muestra	36	38	33,1

Fuente: IMI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI)



Perfil general en función de estos datos | **Moderado/Emergente**

El ecosistema de innovación de los sectores e industrias culturales y creativos (SICC)

Los resultados alineados con la tendencia general se muestran en verde.

SICC y seguimiento de la innovación

Observatorios culturales	Estadísticas de las ICC	Estadísticas de innovación
Sí	Sí	Sí

Tendencia general: Sí (87,5 %)

Tendencia general: Sí (81,25 %)

Tendencia general: Sí (75 %)

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Enfoque estratégico para los SICC

Principal tipo de agente estratégico	Nivel administrativo principal implicado en apoyo no monetario	Nivel administrativo principal implicado en apoyo monetario	Estrategia pública de los SICC en el desarrollo económico
Igualitario (mezcla de agentes sectoriales y genéricos)	Niveles más bajos	Niveles más altos	Específica de los SICC

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Entorno de innovación

[Herramientas adaptadas a los SICC]

Incubadoras	Agrupaciones o plataformas	Parques científicos y tecnológicos	Programas económicos
Específicas de los SICC	No existen	No específicos, pero incluyen a los SICC	Específicos de los SICC
Tendencia general: Específica de los SICC (81,25 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (68,75 %)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (56,26 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (62,5 %)
Programas de innovación específicos de los SICC	Asesoramiento y formación para la innovación	Asesoramiento y formación para el emprendimiento	Premios
Específicos de los SICC	No existen	No existen	Existen, pero no incluyen a los CCSI
Tendencia general: Específica de los SICC (43,75 %, tendencia débil)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (50 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (37,5 %, tendencia débil)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (37,5 %, tendencia débil)

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Contexto específico de los SICC

Determinado por la interacción entre las herramientas específicas de los SICC (datos de encuestas) y fortaleza de los SICC (datos de encuestas y del IMI)



Contexto III Resultados emergentes, incluidos los ecosistemas adaptados a las particularidades de los SICC.

El estudio ha clasificado las 16 regiones en 4 perfiles:

- ❑ Contexto I → Resultados destacados, con o sin ecosistemas adaptados a las particularidades de los SICC.
- ❑ Contexto Ila → Resultados avanzados con ecosistemas muy adaptados a las particularidades de los SICC.
- ❑ Contexto Iib → Resultados avanzados con ecosistemas adaptados moderadamente a las particularidades de los SICC.
- ❑ Contexto III → Resultados emergentes, incluidos los ecosistemas adaptados a las particularidades de los SICC.

Organizaciones participantes

Marahaba Music expo

<https://www.marahabafestival.com>

Están capacitando a los jóvenes en las artes dentro de las ciudades en desarrollo con entornos más duros de Burundi.

Orupaap Cultural Foundation

<https://orupaap.org>

Desde la creación de Sudán del Sur como nuevo país, Stephen abandonó su buena vida en Jartum y se trasladó a Juba para crear un espacio de artes escénicas que construyó también para formar a jóvenes artistas.

MOTIV

<https://motiv.africa>

Han creado un espacio multifuncional para los jóvenes empresarios de Uganda que sirve de centro de desarrollo creativo y fortalecimiento financiero.

The GoDown Arts Centre

<https://thegodown.org>

Es el primer espacio artístico de África Oriental que desarrolla un espacio para producciones musicales, actuaciones y teatro danza en Nairobi (Kenia).

Malafi'arts production

https://www.youtube.com/channel/UC0wq_cJo1I7gHeUJQOTOWtQ

Malafi ha llevado al Congo las nuevas formas de innovación y creatividad de los barrios marginales de Kinshasa (Congo).

Culture and Development East Africa (CDEA)

<https://www.cdea.or.tz>

CDEA ayuda a facilitar procesos de capacitación y desarrollo profesional en Dar es Salaam (Tanzania).

Quad - A Group

<https://www.quad-a.com>

Es la primera productora de sonido ugandesa que se aventura en la producción de bandas sonoras para Nollywood y Netflix. Han invertido en el desarrollo de las capacidades de muchos jóvenes de Uganda.

Nota del caso: en el caso de Uganda, el ámbito de selección de las organizaciones se ha ampliado a toda la región de África Oriental.

Más información sobre los SICC

[enlaces proporcionados en la
encuesta]

Estadísticas y seguimiento cultural de los SICC

https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/qpr/uganda_cultural_mapping_report_final-2014-min.pdf

<https://africanofilter.org/new-report-on-africas-creative-and-cultural-industries>

https://hivos.org/assets/2018/09/ubunifu_report_1.pdf

<https://www.ubos.org>

Estadísticas de innovación

<https://iamlab.africa/the-state-of-innovation-and-media-viability-in-east-africa/>

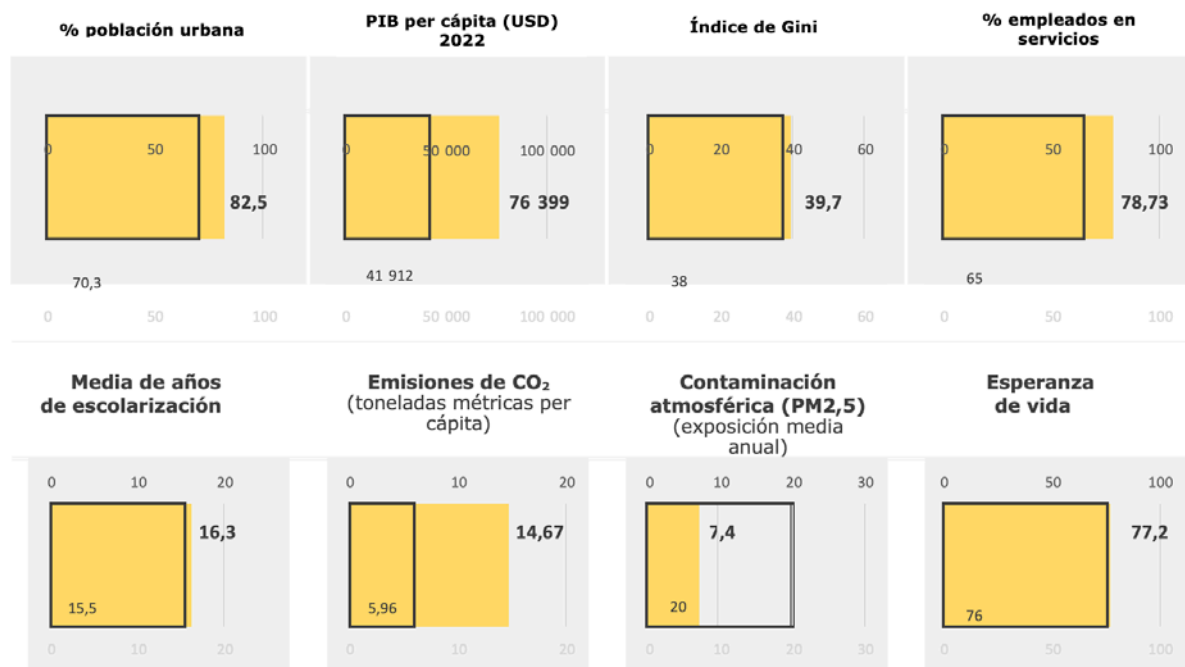
https://www.unesco.org/en/articles/science-technology-and-innovation-policy-east-african-community-validated-adoption-member-states?TSPD_101_R0=080713870fab2000fb0c9f487899d81d251c537782ba2414dbb23da095d21b03fe356fcb7da741aa0812ae57951430000790ab098ba85ff8849dddba201bbd36d1ddbdbec506980f15724d967d51c50b57ee79bcf9c4a096108f9da53622c770

Washington (Estados Unidos)

Fichas regionales

Perfil socioeconómico

[Datos por países, comparados con la media. Información de fuentes secundarias]



Fuente: Naciones Unidas y Banco Mundial

Posición en el Índice Mundial de Innovación (IMI)

[Datos por países, comparados con la media. Información de fuentes secundarias]

	IMI general	Dimensión específica de los «resultados creativos»	
	≡ Posición	≡ Posición	☆ Puntuación
Caso	2	12	48,4
Media de la muestra	36	38	33,1

Fuente: IMI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI)



Perfil general en función de estos datos | **Líder**

El ecosistema de innovación de los sectores e industrias culturales y creativos (SICC)

Los resultados alineados con la tendencia general se muestran en verde.

SICC y seguimiento de la innovación

Observatorios culturales	Estadísticas de las ICC	Estadísticas de innovación
Sí	No	No
Tendencia general: Sí (87,5 %)	Tendencia general: Sí (81,25 %)	Tendencia general: Sí (75 %)

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Enfoque estratégico para los SICC

Principal tipo de agente estratégico	Nivel administrativo principal implicado en apoyo no monetario	Nivel administrativo principal implicado en apoyo monetario	Estrategia pública de los SICC en el desarrollo económico
Sectorial	Igualitario (niveles más altos y más bajos)	Niveles más altos	Cultural genérica, no específica de los SICC

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Entorno de innovación

[Herramientas adaptadas a los SICC]

Incubadoras	Agrupaciones o plataformas	Parques científicos y tecnológicos	Programas económicos
No específicas, pero incluyen a los SICC	No específicas, pero incluyen a los SICC	<i>Sin datos</i>	No específicos, pero incluyen a los SICC
Tendencia general: Específica de los SICC (81,25 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (68,75 %)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (56,26 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (62,5 %)
Programas de innovación específicos de los SICC	Asesoramiento y formación para la innovación	Asesoramiento y formación para el emprendimiento	Premios
<i>Sin datos</i>	No específicos, pero incluyen a los SICC	No específicos, pero incluyen a los SICC	Específicos de los SICC
Tendencia general: Específica de los SICC (43,75 %, tendencia débil)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (50 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (37,5 %, tendencia débil)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (37,5 %, tendencia débil)

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Contexto específico de los SICC

Determinado por la interacción entre las herramientas específicas de los SICC (datos de encuestas) y fortaleza de los SICC (datos de encuestas y del IMI)



Contexto I Resultados destacados, con o sin ecosistemas adaptados a las particularidades de los SICC

El estudio ha clasificado las 16 regiones en 4 perfiles:

- ☐ Contexto I → Resultados destacados, con o sin ecosistemas adaptados a las particularidades de los SICC.
- ☐ Contexto IIa → Resultados avanzados con ecosistemas muy adaptados a las particularidades de los SICC.
- ☐ Contexto IIb → Resultados avanzados con ecosistemas adaptados moderadamente a las particularidades de los SICC.
- ☐ Contexto III → Resultados emergentes, incluidos los ecosistemas adaptados a las particularidades de los SICC.

Organizaciones participantes

Path with Art

<https://www.pathwithart.org/>

Desde 2008, Path with Art ha estado a la vanguardia de un creciente movimiento internacional que utiliza el poder del arte como medio para aportar dignidad, concienciación y curación a las complejidades de los problemas que rodean a la situación de carencia de hogar y la recuperación tras sufrir un trauma.

Cultural Space Agency

<https://culturalspace.agency>

A esta agencia de desarrollo inmobiliario le impulsa su misión de adquirir espacios culturales en el competitivo mercado inmobiliario de Seattle, con especial atención a las necesidades de los afroamericanos e indígenas.

TwispWorks Foundation

<https://twispworks.org>

Un campus rural de casi 3 hectáreas transforma un antiguo puesto avanzado forestal en un espacio para el crecimiento económico y cultural, albergando a productores locales y estudios de arte activos.

Terrain Programs dba Terrain

<https://www.terrainspokane.com/>

Terrain produce eventos anuales en los que participan centenares de artistas y decenas de miles de asistentes; ofrece un escaparate minorista y asistencia técnica empresarial a artistas y empresarios creativos.

Mighty Tieton Production

<https://www.mightytieton.com>

Esta incubadora de empresas artesanales rurales se ubica en almacenes agrícolas reconvertidos y escaparates de pequeñas ciudades para atraer a creativos y reinventar un pueblo rural casi abandonado.

King County Creative

<https://kingcountycreative.com>

King County acoge desde hace tiempo a artistas, cineastas, músicos, equipos sindicales y creadores de contenido que contribuyen a que esta región sea culturalmente vibrante y económicamente fuerte. La iniciativa de economía creativa se centra en el cine y la música como elementos clave de nuestra economía creativa.

Más información sobre los SICC

[enlaces proporcionados en la encuesta]

Estadísticas y seguimiento cultural de los SICC

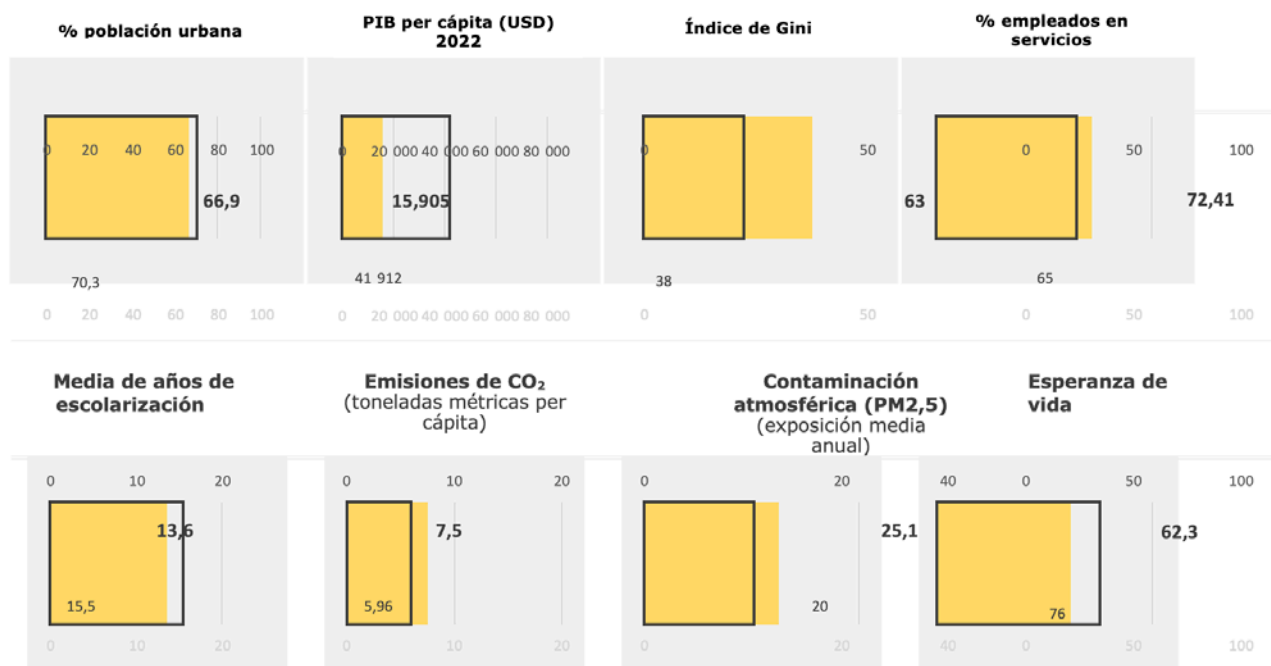
<https://www.artsfund.org/>

El Cabo Occidental (Sudáfrica)

Fichas regionales

Perfil socioeconómico

[Datos por países, comparados con la media. Información de fuentes secundarias]



Fuente: Naciones Unidas y Banco Mundial

Posición en el Índice Mundial de Innovación (IMI)

[Datos por países, comparados con la media. Información de fuentes secundarias]

	IMI general	Dimensión específica de los «resultados creativos»	
	≡ Posición	≡ Posición	☆ Puntuación
Caso	61	64	19,5
Media de la muestra	36	38	33,1

Fuente: IMI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI)



Perfil general en función de estos datos | **Moderado/Emergente**

El ecosistema de innovación de los sectores e industrias culturales y creativos (SICC)

Los resultados alineados con la tendencia general se muestran en verde.

SICC y seguimiento de la innovación

Observatorios culturales	Estadísticas de las ICC	Estadísticas de innovación
Sí	Sí	No
Tendencia general: Sí (87,5 %)	Tendencia general: Sí (81,25 %)	Tendencia general: Sí (75 %)

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Enfoque estratégico para los SICC

Principal tipo de agente estratégico	Nivel administrativo principal implicado en apoyo no monetario	Nivel administrativo principal implicado en apoyo monetario	Estrategia pública de los SICC en el desarrollo económico
Igualitario (mezcla de agentes sectoriales y generales)	Niveles más bajos	Igualitario (niveles más altos y más bajos)	No existe (ni específica ni genérica)

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Entorno de innovación

[Herramientas adaptadas a los SICC]

Incubadoras	Agrupaciones o plataformas	Parques científicos y tecnológicos	Programas económicos
Específicas de los SICC	<i>Sin datos</i>	No específicos, pero incluyen a los SICC	No específicos, pero incluyen a los SICC
Tendencia general: Específica de los SICC (81,25 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (68,75 %)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (56,26 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (62,5 %)
Programas de innovación específicos de los SICC	Asesoramiento y formación para la innovación	Asesoramiento y formación para el emprendimiento	Premios
Específicos de los SICC	No específicos, pero incluyen a los SICC	Específicos de los SICC	No específicos, pero incluyen a los SICC
Tendencia general: Específica de los SICC (43,75 %, tendencia débil)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (50 %)	Tendencia general: Específica de los SICC (37,5 %, tendencia débil)	Tendencia general: No específica, pero incluye a los SICC (37,5 %, tendencia débil)

Fuente: Encuesta a los coordinadores regionales

Contexto específico de los SICC

Determinado por la interacción entre las herramientas específicas de los SICC (datos de encuestas) y fortaleza de los SICC (datos de encuestas y del IMI)



Contexto III Resultados emergentes, incluidos los ecosistemas adaptados a las particularidades de los SICC.

El estudio ha clasificado las 16 regiones en 4 perfiles:

- Contexto I → Resultados destacados, con o sin ecosistemas adaptados a las particularidades de los SICC.
- Contexto IIa → Resultados avanzados con ecosistemas muy adaptados a las particularidades de los SICC.
- Contexto IIb → Resultados avanzados con ecosistemas adaptados moderadamente a las particularidades de los SICC.
- Contexto III → Resultados emergentes, incluidos los ecosistemas adaptados a las particularidades de los SICC.

Organizaciones participantes

Chocolate Tribe

<https://www.thecdi.org.za>

Se trata de una entidad muy singular. Fundada por el artista de fama mundial William Kentridge, es un centro que encarga, representa y pone en escena obras «en bruto» que son el fruto de la creatividad de creadores de distintas disciplinas. Es una incubadora en el sentido de obras interdisciplinarias.

Nyamakop

<https://nyamakop.co.za>

Esta es la única empresa de juegos conocida de Sudáfrica que elabora contenidos de juegos deliberadamente africanos; ninguna de las demás lo hace por el simple hecho de que el público africano es demasiado pequeño para adaptar contenidos a él. Nyamakop, sin embargo, ha ideado un innovador modelo de negocio apoyado por una gran editorial estadounidense que busca atraer a los afroamericanos interesados en conectar con sus raíces africanas.

The Craft and Design Institute

<https://www.thecdi.org.za>

El CDI es una agencia de desarrollo del sector de la artesanía y el diseño cuya misión es formar a personas capacitadas y crear empresas creativas responsables que comercien en los mercados locales e internacionales. El CDI es una empresa sin ánimo de lucro con más de 20 años de éxito en el desarrollo de personas creativas, pequeñas empresas y el sector de la artesanía y el diseño en general en Sudáfrica. El CDI es un agente catalizador del cambio, con pasión por el desarrollo de profesionales debidamente cualificados, dotados de recursos y competentes en el ámbito digital que puedan aprovechar con éxito las oportunidades de crecimiento y desarrollo.

Empatheatre

<https://www.empatheatre.com>

Su forma de hacer teatro es realmente innovadora: se basa en la investigación académica, pero también en la participación de la comunidad directamente implicada en los temas que aborda la obra. De este modo, han desarrollado un modelo innovador no solo para contar historias, sino para emplearlas de tal manera que puedan tener un impacto real en una comunidad y en la sociedad en general. Sus conclusiones sobre el terreno y a través de la investigación académica se filtran después a los responsables políticos y al público.

Organizaciones participantes

Free Lives

<https://freelives.net>

Es la empresa de juegos con más éxito por el número de productos de juego de propiedad intelectual que ha creado. Sus juegos son únicos y diferentes. Son innovadores en cuanto al contenido y concepto. Es una forma que tiene la empresa de apostar por la innovación en cuanto a contenidos, confiando en esta cualidad.

The Centre for the Less Good Idea

<https://lessgoodidea.com>

Se trata de una incubadora interdisciplinar para las artes con sede en Maboneng, Johannesburgo.

Más información sobre los SICC

[enlaces proporcionados en la encuesta]

Estadísticas y seguimiento cultural de los SICC

<https://southafricanculturalobservatory.org.za>

Estadísticas de innovación

<https://www.dst.gov.za/index.php/resource-center/rad-reports/business-innovation-survey>

ANEXO 2. 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. Respondieron 16 casos repartidos en las siguientes áreas globales:

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

Europa	África	Asia-Pacífico	América del Norte	América Latina
> Baden-Württemberg (Alemania) > Cardiff (CCR-RU) > Comunidad Valenciana (España) > Dinamarca > Estonia > Finlandia > Región del Norte (Portugal) > Apulia (Italia)	> Kenia > Cabo Occidental (Sudáfrica) > Uganda	> Australia Meridional (Australia) > Karnataka (India)	> Washington (EE. UU.) > California (EE. UU.)	> 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?
<input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No <input type="radio"/> 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
<input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No <input type="radio"/> 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="radio"/> Sí <input type="radio"/> No <input type="radio"/> 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
<input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No <input type="radio"/> No lo sé

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?

- o Ministerios, áreas o departamentos de otros ámbitos distintos de la cultura.
- o Ministerios, áreas o departamentos culturales.
- o Agencias de desarrollo o similares de carácter general (varios sectores).
- o Agencias de desarrollo o similares especializadas en CCSI.
- o 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								

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

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.)?								
	1 Menos relevante	2	3	4	5	6	7 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?						
<input type="radio"/> Sí, en planes de los CCSI específicos <input type="radio"/> Sí, en la planificación cultural <input type="radio"/> Sí, en planes de innovación, ciencia y/o tecnología <input type="radio"/> Sí, otros. Indique cuáles: <input type="radio"/> No <input type="radio"/> No lo sé						
En caso afirmativo, ¿destaca algún sector específico en estos planes o estrategias?						
<input type="radio"/> Sí. Indique cuál: <input type="radio"/> No, todos los sectores CCSI <input type="radio"/> 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 Ninguna autonomía	2	3	4	5	6	7 Alto grado de autonomía
¿Existe algún plan o estrategia pública conocida en la región que aborde cuestiones de sostenibilidad e innovación?						
<input type="radio"/> Sí. Indique cuál: <input type="radio"/> No <input type="radio"/> 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)?	
<input type="radio"/> Sí, específicas de los CCSI <input type="radio"/> Sí, no específicas de los CCSI, pero implican a los CCSI <input type="radio"/> Sí, no específicas de los CCSI y que no implican a los CCSI	<input type="radio"/> No <input type="radio"/> 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 de empresas e instituciones?	
<input type="radio"/> Sí, específicas de los CCSI <input type="radio"/> Sí, no específicas de los CCSI, pero implican a los CCSI <input type="radio"/> Sí, no específicas de los CCSI y que no implican a los CCSI	<input type="radio"/> No <input type="radio"/> 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="radio"/> Sí, específicos de los CCSI <input type="radio"/> Sí, no específicos de los CCSI, pero implican a los CCSI <input type="radio"/> Sí, no específicos de los CCSI y que no implican a los CCSI	<input type="radio"/> No <input type="radio"/> 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						
¿Alguno de estos programas es específico para proyectos de innovación en los sectores culturales y creativos?						
<input type="radio"/> Sí. Indique cuáles <input type="radio"/> No <input type="radio"/> No lo sé						
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?						
1	2	3	4	5	6	7
¿Existen programas de asesoramiento y formación en el ámbito de la innovación?						
<input type="radio"/> Sí, específicos de los CCSI <input type="radio"/> Sí, no específicos de los CCSI, pero implican a los CCSI <input type="radio"/> Sí, no específicos de los CCSI y que no implican a los CCSI <input type="radio"/> No <input type="radio"/> 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?
<input type="radio"/> Sí, específicos de los CCSI <input type="radio"/> Sí, no específicos de los CCSI, pero implican a los CCSI <input type="radio"/> Sí, no específicos de los CCSI y que no implican a los CCSI <input type="radio"/> No <input type="radio"/> 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="radio"/> Sí, específicos de los CCSI <input type="radio"/> Sí, no específicos de los CCSI, pero implican a los CCSI <input type="radio"/> Sí, no específicos de los CCSI y que no implican a los CCSI <input type="radio"/> No <input type="radio"/> 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								

¿Cómo evalúa el desarrollo de mecanismos de generación y transferencia de conocimientos? ¿Qué acciones funcionan o podrían funcionar? ¿Cuáles son las principales dificultades?

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

Análisis de las organizaciones

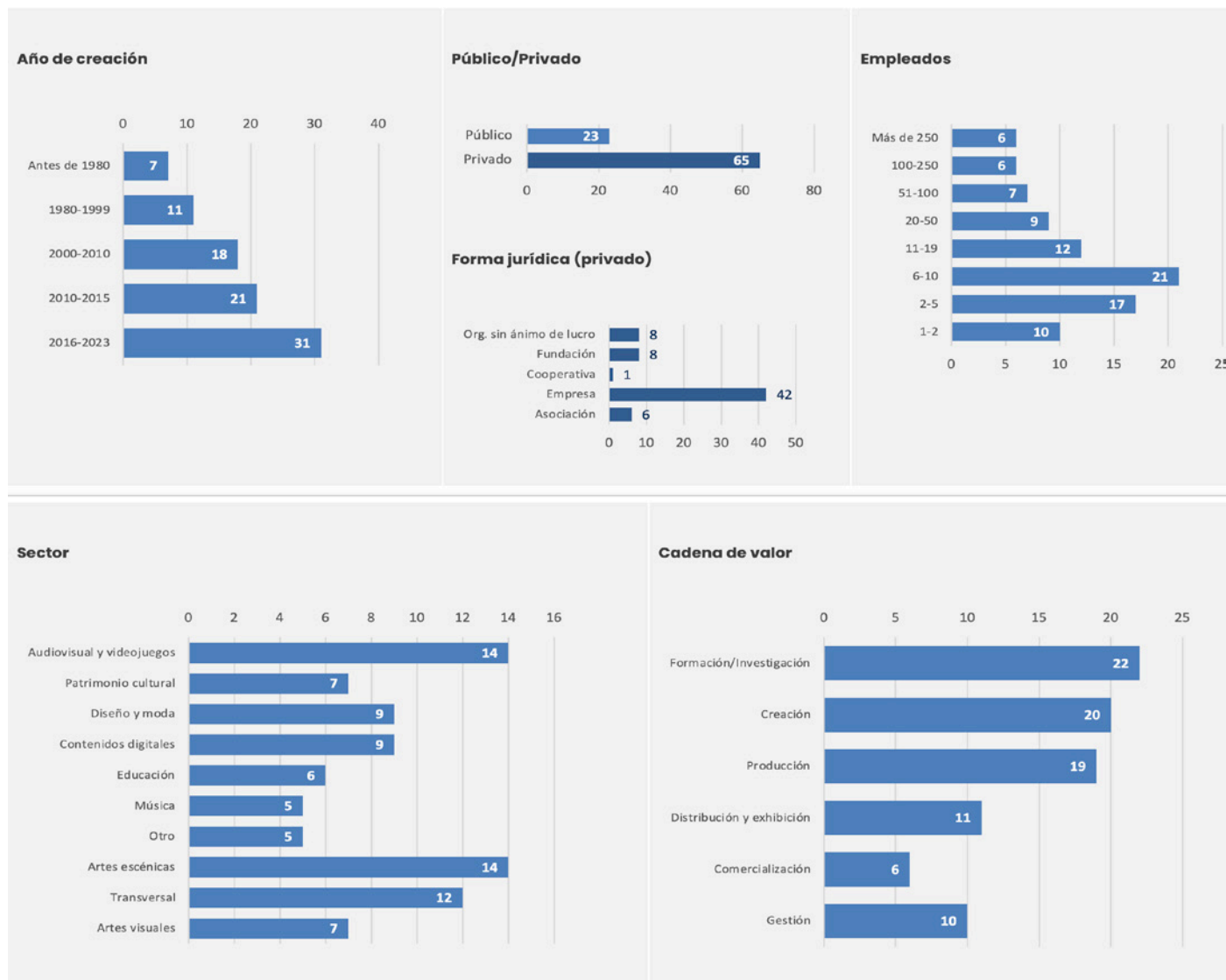
El cuestionario a las organizaciones se distribuyó de forma digital (LimeSurvey) entre el 25 de abril de 2023 y el 19 de julio de 2023.

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

Región	Organizaciones
Cabo Occidental	5
Antioquía	6
Baden-Württemberg	10
California	4
Cardiff (CCR)	6
Comunidad Valenciana	7
Dinamarca	0
Estonia	4
Finlandia	5
Karnataka	3
Kenia	9
Región del Norte	4
Apulia	7
Sudáfrica	6
Uganda / África Oriental*	6
Washington	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:



Encuesta a organizaciones:

1. DATOS GENERALES SOBRE SU ORGANIZACIÓN	
Correo electrónico	
Nombre de la empresa/organización	
Región	
Ciudad	
Año de fundación	
Forma jurídica	
<p>De carácter privado</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Empresa <input type="radio"/> Cooperativa <input type="radio"/> Autónomo <input type="radio"/> Asociación <input type="radio"/> Fundación <p>De carácter público</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Empresa pública <input type="radio"/> Institución / Centro cultural <input type="radio"/> Centro educativo y/o centro de investigación <p>Otra respuesta:</p>	
¿Pertenece su organización a algún grupo empresarial?	
<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No 	
Número de empleados	

Principal sector de actividad:

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

- | | | |
|---|--|--|
| <input type="radio"/> Patrimonio cultural | <input type="radio"/> Arquitectura | <input type="radio"/> Gastronomía |
| <input type="radio"/> Artes escénicas | <input type="radio"/> Publicidad | <input type="radio"/> Artesanía |
| <input type="radio"/> Artes visuales | <input type="radio"/> Diseño | <input type="radio"/> Contenidos digitales |
| <input type="radio"/> Música | <input type="radio"/> Moda | <input type="radio"/> Otra respuesta: |
| <input type="radio"/> Edición | <input type="radio"/> Videojuegos | |
| <input type="radio"/> Audiovisual | <input type="radio"/> Industria de la lengua | |

Otros sectores de actividad: (pueden elegirse varias respuestas)

- | | | |
|---|--|--|
| <input type="radio"/> Patrimonio cultural | <input type="radio"/> Arquitectura | <input type="radio"/> Gastronomía |
| <input type="radio"/> Artes escénicas | <input type="radio"/> Edición | <input type="radio"/> Artesanía |
| <input type="radio"/> Artes visuales | <input type="radio"/> Diseño | <input type="radio"/> Contenidos digitales |
| <input type="radio"/> Música | <input type="radio"/> Moda | <input type="radio"/> Otra respuesta: |
| <input type="radio"/> Edición | <input type="radio"/> Videojuegos | |
| <input type="radio"/> Audiovisual | <input type="radio"/> Industria de la lengua | |

¿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

- | | |
|---|--|
| <input type="radio"/> Formación/Investigación | <input type="radio"/> Exposición |
| <input type="radio"/> Creación | <input type="radio"/> Comercialización |
| <input type="radio"/> Producción | <input type="radio"/> Gestión |
| <input type="radio"/> Distribución | <input type="radio"/> 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 Nunca	2 Casi nunca	3 A veces	4 A menudo	5 Normalmente
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 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?				
<input type="radio"/> Sí, pero no he sido beneficiario. <input type="radio"/> Sí, y he sido beneficiario. <input type="radio"/> No.				
En una escala de 1 (irrelevante) a 5 (máxima relevancia), ¿cómo valora estas iniciativas para mejorar el desarrollo de su organización?				
1 Irrelevante	2 No tan relevante	3 Relevancia media	4 Gran relevancia	5 Máxima relevancia
PROGRAMAS DE ASESORAMIENTO Y FORMACIÓN. En su región, ¿conoce programas destinados a ofrecer formación y asesoramiento para el emprendimiento y la innovación?				
<input type="radio"/> Sí, pero no he sido beneficiario. <input type="radio"/> Sí, y he sido beneficiario. <input type="radio"/> No.				
En una escala de 1 (irrelevante) a 5 (máxima relevancia), ¿cómo valora estas iniciativas para mejorar el desarrollo de su organización?				
1 Irrelevante	2 No tan relevante	3 Relevancia media	4 Gran relevancia	5 Máxima relevancia
PLATAFORMAS/INCUBADORAS. ¿Conoce plataformas o infraestructuras que actúen como incubadoras creativas en su región?				
<input type="radio"/> Sí, pero mi organización no es miembro. <input type="radio"/> Sí, y mi organización es miembro. <input type="radio"/> No.				
En una escala de 1 (irrelevante) a 5 (máxima relevancia), ¿cómo valora estas iniciativas para mejorar el desarrollo de su organización?				
1 Irrelevante	2 No tan relevante	3 Relevancia media	4 Gran relevancia	5 Máxima relevancia

AGRUPACIONES. ¿Conoce alguna agrupación o similar en el mismo sector que su organización, en su región?				
<input type="radio"/> Sí, pero no he sido beneficiario. <input type="radio"/> Sí, y he sido beneficiario. <input type="radio"/> No.				
En una escala de 1 (irrelevante) a 5 (máxima relevancia), ¿cómo valora estas iniciativas para mejorar el desarrollo de su organización?				
1 Irrelevante	2 No tan relevante	3 Relevancia media	4 Gran relevancia	5 Máxima relevancia
PARQUES CIENTÍFICOS Y TECNOLÓGICOS. ¿Conoce instalaciones científicas, tecnológicas o similares en su región?				
<input type="radio"/> Sí, pero no soy miembro y no he estado en contacto. <input type="radio"/> Sí, y he sido beneficiario. <input type="radio"/> No.				
En una escala de 1 (irrelevante) a 5 (máxima relevancia), ¿cómo valora estas iniciativas para mejorar el desarrollo de su organización?				
1 Irrelevante	2 No tan relevante	3 Relevancia media	4 Gran relevancia	5 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 Irrelevante	2 No tan relevante	3 Relevancia media	4 Gran relevancia	5 Máxima relevancia
Autofinanciación (la propia organización)					
Actores internacionales					
Actores estatales					
Actores regionales					
Actores locales					
Fundaciones empresariales y/o bancarias					
Inversores privados					
Financiación colectiva					

APOYO NO ECONÓMICO. ¿Qué papel han desempeñado los mismos actores en la prestación de apoyo distinto del económico (asesoramiento, formación, infraestructuras, etc.)?

	1 Irrelevante	2 No tan relevante	3 Relevancia media	4 Gran relevancia	5 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 No procede	2 Se ajusta parcialmente	3 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 No procede	2 Se ajusta parcialmente	3 Se ajusta total o casi totalmente
Calidad			
Especificaciones técnicas o procedimientos			
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 Nada	2 Apenas	3 Algo	4 Bastante	5 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 Nada	2 Apenas	3 Algo	4 Bastante	5 Totalmente
SOCIOS. ¿Con cuáles de los actores siguientes ha colaborado durante el período 2020-2022 para desarrollar sus actividades de innovación?				
<div> <div> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Consultores <input type="checkbox"/> Proveedores de equipos, materiales, componentes o software <input type="checkbox"/> Organizaciones o empresas usuarias o clientes <input type="checkbox"/> Organizaciones del mismo sector <input type="checkbox"/> Otras empresas u organizaciones <input type="checkbox"/> Centros tecnológicos, parques científicos... <input type="checkbox"/> Otras organizaciones del mismo grupo empresarial <input type="checkbox"/> Universidades u otros centros de enseñanza superior <input type="checkbox"/> Administración local </div> <div> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Gobierno regional <input type="checkbox"/> Gobierno estatal <input type="checkbox"/> Instituciones internacionales <input type="checkbox"/> Usuarios o clientes del sector público <input type="checkbox"/> Instituciones sin ánimo de lucro <input type="checkbox"/> Fundaciones empresariales o bancarias <input type="checkbox"/> Asociaciones informales <input type="checkbox"/> Otra respuesta: </div> </div>				
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 Nada	2 Apenas	3 Algo	4 Bastante	5 Totalmente

RAZONES PARA INNOVAR. ¿Cuál es la principal necesidad que pretenden cubrir las innovaciones de su organización?

- o Comercial (mejora de estrategias y resultados económicos propios o de terceros)
- o Cultural (aumentar la participación o mejorar la experiencia cultural)
- o Urbana (transformar entornos y comunidades)
- o Educativa (facilitar las tareas educativas y el aprendizaje)
- o Social (facilitar la participación ciudadana)
- o Ambiental (contribuir a la sostenibilidad)
- o Sanitaria (mejorar los servicios sanitarios)
- o Otra respuesta:

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

- o Comerciales (mejora de estrategias y resultados económicos propios o de terceros)
- o Culturales (aumentar la participación o mejorar la experiencia cultural)
- o Urbanas (transformar entornos y comunidades)
- o Educativas (facilitar las tareas educativas y el aprendizaje)
- o Sociales (facilitar la participación ciudadana)
- o Ambientales (contribuir a la sostenibilidad)
- o Sanitarias (mejorar los servicios sanitarios)
- o 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 software) ya utilizada por la organización o una mejora de la misma?		
¿Ha adquirido su organización alguna tecnología nueva (maquinaria, equipos o software) 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.

☐ Sí, pero no soy miembro y no he estado en contacto.
☐ Sí, y he sido beneficiario.
☐ No.

FACTORES DE DIFICULTAD. En una escala de 1 (poca importancia) a 3 (muchísima importancia), ¿cómo valora el papel de los siguientes factores a la hora de innovar?			
	1 Poca	2 Media	3 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

☐ 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 (muchísima), ¿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, de forma importante	Sí, pero de forma no importante	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 CO2 (reducción de las emisiones de CO2)			
Reducción de la contaminación del suelo, acústica, del agua o del aire			
Sustitución de materiales por otros menos contaminantes o peligrosos			
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 3. Caracterización a nivel de países

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

	País		Australia	Colombia	Dinamarca	Estonia	Finlandia	Alemania	India	Italia
	Tipo de caso	Fuente (año disponible más reciente)	Región	Región	País	País	País	Región	Región	Región
	Caso		Australia Meridional	Antioquía	Dinamarca	Estonia	Finlandia	Baden-Württemberg	Karnataka	Apulia
Demografía	Superficie (m²)	Estadísticas mundiales de la ONU	7 692 024	1 141 748	42 938	45 261	336 884	357 581	3 287 263	302 068
	Población (miles)	Estadísticas mundiales de la ONU	26 177	51 874	5882	1326	5541	83 370	1 417 173	59 038
	Densidad pob. (por km²)	Estadísticas mundiales de la ONU	3,4	46,2	138,8	30,5	18,3	239,2	476,7	199,5
	% población urbana	Estadísticas mundiales de la ONU	86,1	81,1	88	69,1	85,4	77,4	34,5	70,7
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
	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
	% 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

	País	Fuente (año disponible más reciente)	Australia	Colombia	Dinamarca	Estonia	Finlandia	Alemania	India	Italia
	Tipo de caso		Región	Región	País	País	País	Región	Región	Región
	Caso		Australia Meridional	Antioquía	Dinamarca	Estonia	Finlandia	Baden-Württemberg	Karnataka	Apulia
Economía y sociedad	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
	% 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
	% 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
	% 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
	Existencias de deuda externa (% de RNB)	Base de datos del Banco Mundial sobre los ODS	&	58,3	&	&	&	&	21,4	&
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
	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

	País	Fuente (año disponible más reciente)	Australia	Colombia	Dinamarca	Estonia	Finlandia	Alemania	India	Italia
	Tipo de caso		Región	Región	País	País	País	Región	Región	Región
	Caso		Australia Meridional	Antioquía	Dinamarca	Estonia	Finlandia	Baden- Württemberg	Karnataka	Apulia
Educación	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
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
	Contaminación atmosférica PM _{2,5} , 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
	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
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

Fuente: Elaboración propia a partir del Libro de Bolsillo de las Estadísticas 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).

	País		Kenia	Portugal	Sudáfrica	España	Uganda	Reino Unido	EE. UU.	EE. UU.
	Tipo de caso	Fuente	País	Región	Región	Región	País	Región	Región	Región
	Caso	(año disponible más reciente)	Kenia	Región del Norte	Cabo Occidental	Comunidad Valenciana	Uganda	Cardiff (CCR)	Washington	California
Demografía	Superficie (m²)	Estadísticas mundiales de la ONU	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	54 028	10 271	59 894	47 559	47 250	67 509	338 290	338 290
	Densidad pob. (por km²)	Estadísticas mundiales de la ONU	93	111,7	49,1	94,7	236,5	278,1	37	37
	% población urbana	Estadísticas mundiales de la ONU	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	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	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	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	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	39,43	69,83	72,41	75,54	21,36	80,83	78,73	78,73

	País	Fuente (año disponible más reciente)	Kenia	Portugal	Sudáfrica	España	Uganda	Reino Unido	EE. UU.	EE. UU.
	Tipo de caso		País	Región	Región	Región	País	Región	Región	Región
	Caso		Kenia	Región del Norte	Cabo Occidental	Comunidad Valenciana	Uganda	Cardiff (CCR)	Washington	California
	% empleados industria	Base de datos del Banco Mundial sobre los ODS	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	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	38,45	&	51,77	&	46,53	&	&	&
Educación	Media años de escolarización	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo	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	&	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	&	22,5	&	33,4	&	47,2	48	48

	País		Kenia	Portugal	Sudáfrica	España	Uganda	Reino Unido	EE. UU.	EE. UU.
	Tipo de caso	Fuente	País	Región	Región	Región	País	Región	Región	Región
	Caso	(año disponible más reciente)	Kenia	Región del Norte	Cabo Occidental	Comunidad Valenciana	Uganda	Cardiff (CCR)	Washington	California
	ciclo corto, población >25 años									
Medioambiente	Emisiones de CO ₂ (toneladas métricas per cápita)	Base de datos del Banco Mundial sobre los ODS	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	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	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	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 Estadísticas 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 4. 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	

CÓDIGO	NOMBRE	NIVEL	FUENTE
IN.2.3.1	Investigadores, ETC/ <u>mills.</u> 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, <u>mills.</u> USD	Indicador	Centro Común de Investigación de la Comisión Europea
IN.2.3.4	Clasificación de universidades QS, 3 principales	Indicador	QS <u>Quacquarelli Symonds Ltd</u>
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	
IN.3.2	Infraestructura general	Subpilar	
IN.3.2.1	Producción de electricidad, GWh/ <u>mills.</u> hab.	Indicador	Agencia Internacional de la Energía
IN.3.2.2	Rendimiento logístico	Indicador	Índice de Rendimiento Logístico, Banco Mundial; <u>Arvis et al., 2018</u>
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/ <u>mil mills.</u> 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/ <u>mil mills.</u> PIB \$PPA	Indicador	<u>Refinitiv</u> ; Fondo Monetario Internacional
IN.4.2.3	Receptores de capital riesgo, acuerdos/ <u>mil mills.</u> PIB \$PPA	Indicador	<u>Refinitiv</u> ; Fondo Monetario Internacional

CÓDIGO	NOMBRE	NIVEL	FUENTE
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 aplicad, 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 <u>mills.</u> \$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 <u>mills.</u> PIB \$PPA	Indicador	Refinitiv; Fondo Monetario Internacional
IN.5.2.5	Familias de patentes/mil <u>mills.</u> 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 <u>Comtrade</u> 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

CÓDIGO	NOMBRE	NIVEL	FUENTE
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 <u>mills.</u> PIB \$PPA	Indicador	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual; Fondo Monetario Internacional
OUT.6.1.2	Patentes PCT por origen/mil <u>mills.</u> PIB \$PPA	Indicador	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual; Fondo Monetario Internacional
OUT.6.1.3	Modelos de utilidad por origen//mil <u>mills.</u> PIB \$PPA	Indicador	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual; Fondo Monetario Internacional
OUT.6.1.4	Artículos científicos y técnicos/mil <u>mills.</u> PIB \$PPA	Indicador	<u>Clarivate</u> ; Fondo Monetario Internacional
OUT.6.1.5	Índice H de documentos citables	Indicador	<u>SCImago</u>
OUT.6.2	Impacto del conocimiento	Subpilar	
OUT.6.2.1	Crecimiento de la productividad laboral, %	Indicador	<u>The Conference Board</u>
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	<u>IHS Markit</u>
OUT.6.2.4	Certificados de calidad ISO 9001/mil <u>mills.</u> 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, <u>Growth Lab</u>
OUT.6.3.3	Exportaciones de alta tecnología, % comercio total	Indicador	Base de datos <u>Comtrade</u> de las Naciones Unidas; Organización Mundial del Comercio y Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo; <u>Trade Data Monitor</u> . Organización Mundial del Comercio y Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo
OUT.6.3.4	Exportaciones de servicios TIC, % comercio total	Indicador	
OUT.7	Resultados creativos	Pilar	
OUT.7.1	Activos intangibles	Subpilar	
OUT.7.1.1	Intensidad de los activos inmateriales, 15 principales, %	Indicador	<u>Brand Finance</u>
OUT.7.1.2	Marcas por origen/mil <u>mills.</u> 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	<u>Brand Finance</u> , Fondo Monetario Internacional

CÓDIGO	NOMBRE	NIVEL	FUENTE
OUT.7.1.4	Diseños industriales por origen/ <u>mil mills.</u> PIB \$PPA	Indicador	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual; Fondo Monetario Internacional
OUT.7.2	Bienes y servicios creativos	<u>Subpilar</u>	
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/ <u>mills.</u> hab. 15-69	Indicador	OMDIA; Naciones Unidas, <u>World Population Prospects</u>
OUT.7.2.3	Mercado del entretenimiento y los medios de comunicación/ <u>miles hab.</u> 15-69	Indicador	PwC, GEMO; Naciones Unidas, <u>World Population Prospects</u> ; 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 <u>Comtrade</u> de las Naciones Unidas; Organización Mundial del Comercio y Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo
OUT.7.3	Creatividad en línea	<u>Subpilar</u>	
OUT.7.3.1	Dominios genéricos de nivel superior (TLD)/ <u>miles hab.</u> 15-69	Indicador	<u>ZookNIC Inc.</u> ; Naciones Unidas, <u>World Population Prospects</u>
OUT.7.3.2	TLD de código de país/ <u>miles hab.</u> 15-69	Indicador	<u>ZookNIC Inc.</u> ; Naciones Unidas, <u>World Population Prospects</u>
OUT.7.3.3	Empujes de confirmación GitHub recibidos/ <u>mills.</u> hab. 15-69	Indicador	GitHub; Naciones Unidas, <u>World Population Prospects</u>
OUT.7.3.4	Creación de aplicaciones móviles/ <u>mil mills.</u> PIB \$PPA	Indicador	<u>data.ia</u> ; Fondo Monetario Internacional

ANEXO 5. Resumen de gráficos de dispersión en dos ejes

Gráfico realizado con los datos de la encuesta a los coordinadores

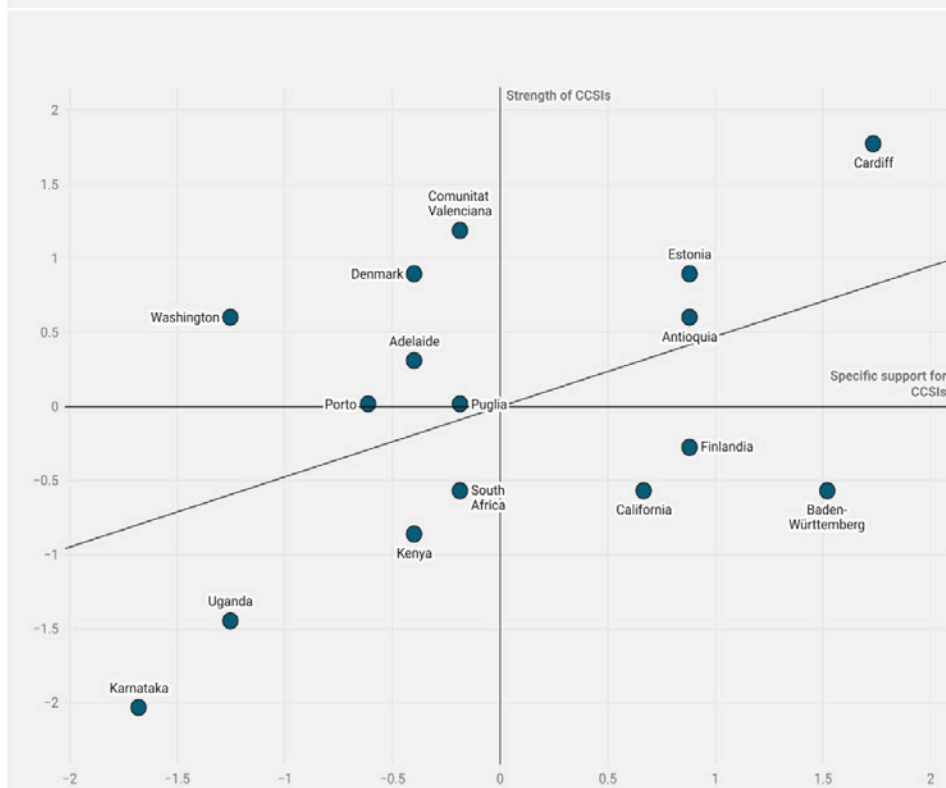
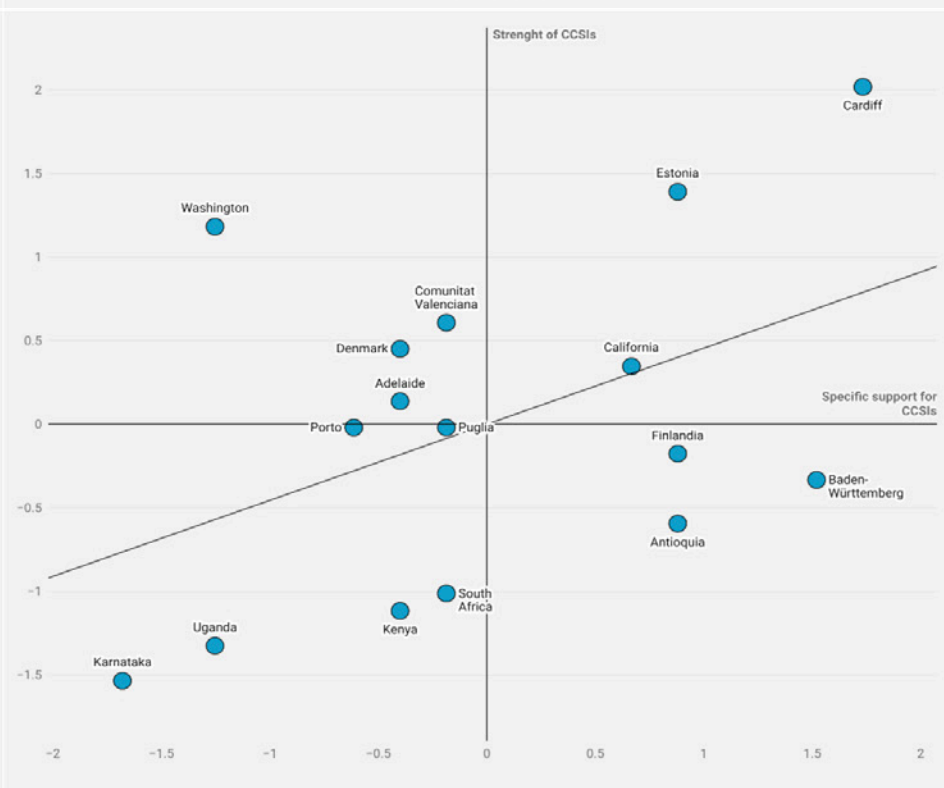


Gráfico realizado ponderando el eje vertical con resultados externos de la subdimensión específica *Creatives goods and services* del Índice Global de Innovación.



ANEXO 6. 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 Global de Innovación)	Observatorios culturales	Estadísticas de ICC	Estadísticas sobre innovación	Intenciones positivas de los CCSI de administración regional (1 mín.-7 máx.)	Características de fortaleza de los CCSI (1 mín.-7 máx.)	Contribución de los CCSI a la competitividad regional (1 mín.-7 máx.)	Tipo de actor estratégico	Ayudas no monetarias	Ayudas monetarias	CCSI de estrategia pública en el desarrollo económico	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
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

País/Caso (según la clasificación del índice Global de Innovación)	Observatorios culturales	Estadísticas de ICC	Estadísticas sobre innovación	Intenciones positivas de los CCSI de administración regional (1 mín.-7 máx.)	Características de fortaleza de los CCSI (1 mín.-7 máx.)	Contribución de los CCSI a la competitividad regional (1 mín.-7 máx.)	Tipo de actor estratégico	Ayudas no monetarias	Ayudas monetarias	CCSI de estrategia pública en el desarrollo económico	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
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)

BIBLIOGRAFIA

Department for Culture, Media and Sport (DCMS) (2023) *Creative Industries sector vision: a joint plan to drive growth, build talent and develop skills*. DCMS
Disponible en: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-sector-vision>

Departamento de Cultura y Política Lingüística del Gobierno Vasco (2021) *Marco conceptual para la aplicación de la I+D+i en los sectores culturales y creativos*. Departamento de Cultura y Política Lingüística del Gobierno Vasco
Disponible en: https://www.euskadi.eus/contenidos/informacion/ksi_contrast_proiektua/es_def/adjuntos/CCIs-and-Innovation_Marco_Conceptual.pdf

Departamento de Cultura y Política Lingüística del Gobierno Vasco (2022) *Innovation context within CCISs in 5 European regions*.
Departamento de Cultura y Política Lingüística del Gobierno Vasco
Disponible en: https://www.euskadi.eus/contenidos/informacion/ksi_cwf_workshop_20220719/eu_def/adjuntos/Basque_Country_Innovation_CCIs_pilot_draft.pdf

European Commission (2022) *Annual Single Market Report 2022*. Staff Working Document (SWD). Brussels: European Commission
Disponible en: <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/48877>

Official Journal of the European Union (2022) *Council Conclusions on building a European Strategy for the Cultural and Creative Industries Ecosystem (2022/C 160/06)*. Publications office of the European Union
Disponible en: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52022XG0413\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52022XG0413(01))

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (2022) *Creative Economy Outlook 2022. The International Year of Creative Economy for Sustainable Development: Pathway to resilient creative industries*. Geneva: United Nations Publications
Disponible en: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2022>

World Intellectual Property Organization (WIPO) (2022) *Global Innovation Index 2022: What is the future of innovation-driven growth?* Geneva: WIPO
Disponible en: https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/2022/



Contrast

Innovación en los sectores e
industrias culturales y creativas



EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

KULTURA ETA HIZKUNTZA
POLITIKA SAILA

DEPARTAMENTO DE CULTURA
Y POLÍTICA LINGÜÍSTICA