

EMPRENDIMIENTO CREATIVO Y ECONOMÍA SOCIAL.



Susana Pallarés Espinosa.

ÍNDICE

1. Introducción y estado de la cuestión.....	5.
2. Hipótesis del trabajo.....	9.
3. Objetivo.....	9.
4. Metodología.....	9.
5. Economía creativa.....	10.
5.1 Nacimiento y evolución de las industrias culturales y creativas.....	11.
5.2 En torno a los conceptos.....	14.
5.3 Las múltiples dimensiones de la economía creativa.....	21.
5.4 La política cultural y la economía creativa.....	26.
5.5 La difícil cuestión entre lo público y lo privado.....	28.
6. Emprendizajes culturales.....	31.
6.1 Datos sobre emprendizajes culturales en España.....	31.
6.2 ¿Qué es un emprendedor?.....	33.
6.3 El emprendizaje cultural y sus características específicas.....	35.
7. Panorámica europea de la cultura a partir de la <i>Estrategia 2020</i>	39.
7.1 Contribución de la cultura a la aplicación de la <i>Estrategia Europa 2020</i>	40.

Emprendimiento creativo y economía social

7.2 El libro verde de las industrias culturales y creativas.....	43.
7.2.1 Factores que impulsan un mayor desarrollo de las industrias culturales y creativas.....	44.
7.2.2 Crear los medios adecuados.....	46.
7.2.2.1 Responder mejor a las necesidades de competencias de las industrias culturales y creativas.....	48.
7.2.2.2 Acceso a la financiación.....	48.
7.2.3 El desarrollo local y regional como punto de partida para conseguir el éxito global.....	49.
7.2.4 La movilidad y la circulación de las obras culturales y creativas.....	50.
7.2.5 Intercambios culturales y comercio internacional.....	51.
7.2.6 Hacia una economía creativa: los efectos indirectos de las industrias culturales y creativas.....	52.
8. La economía social como modelo de gestión empresarial para una cultura sostenible.....	53.
8.1 La economía social en la Unión Europea y en el ámbito del Estado Español. Conceptualización de la economía social: El emprendedor social y la empresa social.....	53.
8.2 Economía social y cohesión social.....	58.
8.3 Economía social y desarrollo local y territorial.....	59.
8.4 Economía social e innovación.....	61.
8.5 Economía social y empleo.....	62.

Emprendimiento creativo y economía social

8.6 Fomento de la economía social.....	63.
8.6.1 La necesidad de un ecosistema de apoyo colaborativo.....	63.
8.6.2 Fomento de la economía social en España.....	65.
8.6.2.1 Plan de fomento de la economía social 2004-2011.....	66.
8.6.2.2 Informe de la subcomisión del Congreso de los Diputados para el fomento de la economía social.....	69.
8.6.3 Fomento de la economía social en el ámbito de la Unión Europea.....	71.
9. La economía social y la economía creativa como pilares de un nuevo modelo productivo. La Cultura como nuevo sector emergente para las empresas de economía social.....	75.
10. Conclusiones.....	82.
Bibliografía y Recursos Web.....	87.
Anexos.....	96.

1. Introducción y estado de la cuestión.

En la actualidad nos encontramos inmersos en una crisis que viene durando ya tres años, crisis no solo económica, sino también de valores, que ha puesto en tela de juicio el modelo de gestión empresarial y el modelo de desarrollo que ha predominado hasta el momento.

Atendiendo a la Declaración Universal de los Derechos Humanos y a la Constitución Española de 1978, el acceso a la cultura es un derecho ciudadano. El texto constitucional español se caracteriza por presentar un enfoque garantista de lo cultural, conforme al patrón de los derechos fundamentales, motivo por el que incluye numerosas referencias a la cultura, tal y como se observa en el artículo 20.1.c que consagra la libertad de creación cultural y el artículo 44 que garantiza el derecho de acceso a la cultura. Garantía que forma parte de los principios rectores de la política social y económica del Estado. La inserción de la cultura en la Constitución “implica el tratamiento jurídico del hecho cultural como un todo”, ofreciendo “un marco jurídico para la fijación de valores y de garantías para el desarrollo cultural”, poniendo a disposición del Estado y de los ciudadanos “el instrumental necesario para la construcción del modelo cultural específico de cada sociedad”¹.

Desde 1978 hasta la actualidad, como consecuencia del marco jurídico establecido por la Constitución y por los diversos Estatutos de Autonomía, la gestión de la cultura en España se ha caracterizado por un sistema en el que las diversas administraciones públicas han sido los principales proveedores de productos culturales. Dada la actual situación económica y sobre todo, vista la exigencia de control del déficit de las Administraciones Públicas estamos asistiendo a una ola de recortes sin precedentes. Recortes que han supuesto reducciones drásticas en diversas áreas, especialmente en cultura y que han avivado, una vez más, debates tan típicos en el ámbito cultural como el de la necesidad de implantar nuevos sistemas de gestión y financiación de la cultura, a través de un sistema en el que primen las alianzas público-privadas y el protagonismo de la inversión privada en el sector cultural².

¹ Jesús Prieto. Cultura, economía y derecho, tres conceptos implicados. Ver <http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric01a04.html>.

² Prueba de ello es el reciente estudio titulado *Encouraging private investment in the cultural sector*, publicado por el Parlamento Europeo, sobre las tendencias en el fomento de la inversión privada en el sector cultural en los estados miembros de la UE. Ha sido elaborado por un grupo de expertos y coordinado por el IMO (Instituto de Relaciones Internacionales de Zagreb)

Emprendimiento creativo y economía social

Son muchas las voces que piden en nuestro país la implantación de un sistema mixto de financiación de la cultura³, y probablemente razón no les falte, sin embargo, considero que una operación de este tipo, exige una reflexión previa, en la que se medite sobre la adecuación o no del sistema mixto de financiación a la hora de obtener recursos que financien y alcancen todos los ámbitos de la producción cultural.

En relación a la eficacia de este tipo de mecanismo en España y en base a las reflexiones realizadas por Martha Nussbaum⁴ sobre por qué la democracia necesita de las humanidades, creo que para que una sociedad pueda financiar la cultura a través de aportaciones realizadas desde el sector privado es necesario que, entre los ciudadanos se de un cierto tipo de sensibilidad, del que creo que en la actualidad carece la sociedad española en general.

Como paso previo a la instauración de una estructura de financiación mixta de la cultura debiéramos analizar los pros y los contras de ese tipo de financiación, así como las experiencias de los países en los que este sistema se ha implantado. Sistema del que Estados Unidos es el máximo exponente. Es preciso tratar de elaborar un modelo que tenga en cuenta la complejidad de la cultura, que sea capaz de cuidar de todos los aspectos de la cadena de valor cultural, y sobre todo del impacto social de la cultura. Llama la atención, a este respecto, como alguien como Bill Ivey⁵, en un libro⁶ escrito en base a su experiencia como máximo responsable del NEA⁷, pone en entredicho el sistema de gestión y financiación de la cultura estadounidense, indicando la necesidad del establecimiento de políticas públicas que ayuden a coordinar esfuerzos y que tengan como objetivo alcanzar el equilibrio en la esfera cultural, entre el interés público y el mercado.

Nos encontramos en un momento de agotamiento del vigente sistema de gestión y de financiación de la cultura. Está claro que en la actualidad las administraciones públicas carecen de recursos para seguir adelante tal y como lo han venido haciendo hasta ahora, motivo por el que desde el sector cultural debemos reflexionar, innovar y pensar un modelo cultural sostenible, novedoso, competitivo, visionario y compatible con el

³ Son numerosos los artículos que, desde el pasado 22 de mayo de 2011, han aparecido en prensa. Un ejemplo de ello, es el que apareció en el Heraldo de Aragón del 7 de septiembre de 2011, y en el que un representante de la sociedad civil, concretamente el presidente de la Asociación Aragonesa de la Ópera Miguel Fleita, defendía el mecenazgo como la solución para aquellas iniciativas ciudadanas con vocación cultural que carecen de recursos propios suficientes.

⁴ Martha Nussbaum es autora del libro titulado *Sin fines de lucro. Por qué la democracia necesita de las humanidades* en el que defiende la necesidad de un sistema educativo de corte humanista que haga posible que los estudiantes a lo largo de su desarrollo personal se conviertan en personas capaces de apreciar la cultura y la necesidad de garantizar el acceso a la misma de la mayor parte de la ciudadanía. Solo así se puede constituir un sistema cultural que base parte de su financiación en aportaciones filantrópicas de los ciudadanos.

⁵ Antiguo Director del National Endowment for the Arts de Estados Unidos (NEA)

⁶ *Arts, Inc. How greed and neglect have destroyed our cultural Rights.*

⁷ El NEA es el órgano encargado de facilitar el acceso de los estadounidenses a la cultura

Emprendimiento creativo y economía social

momento que nos ha tocado vivir y que muy posiblemente va a tener que fundamentarse en el paradigma de las industrias culturales y creativas (ICC), pero no tal y como existen ahora, sino a través de un modelo mejorado que permita el establecimiento de una economía creativa sostenible en la que sea posible alcanzar un equilibrio que haga de contrapeso entre el discurso económico y el social.

Tanto la UNESCO como la Unión Europea reconocen que las ICC son un cauce de expresión de la identidad cultural y un instrumento de mediación de la diversidad cultural. Es necesario proteger esos valores e intereses generales mediante el reconocimiento de la especificidad de los bienes y servicios culturales, articulando una estrategia que tome en cuenta tanto su dimensión cultural, como su dimensión económica. Todo ello exige abordarlas, por un lado aprovechando su potencial para contribuir al desarrollo de la economía, y por otro, para que favorezca las expectativas e intereses culturales de los miembros de la sociedad, dando lugar a un crecimiento sostenible e inclusivo, para ello es necesario lograr un equilibrio entre el interés público y el privado. Es por ello que la Agenda 21 de la Cultura en el apartado de principios indica que una excesiva institucionalización de la cultura o una excesiva prevalencia del mercado como único distribuidor de recursos culturales, comporta riesgos y obstaculiza el desarrollo dinámico de los sistemas culturales.

Desde la Comisión Europea se considera la crisis como una oportunidad para fortalecer la economía, siempre y cuando se aproveche la ocasión para llevar a cabo un cambio de modelo productivo, que permita la transformación del actual modelo basado en el crecimiento económico en otro que permita un futuro sostenible. Desde esta perspectiva, la Comisión Europea ha elaborado una estrategia que posibilite un crecimiento inteligente, sostenible e integrador a través de la denominada *Estrategia Europa 2020*. ¿Cómo afecta la *Estrategia Europa 2020* al ámbito de las ICC? ¿Es posible aprovechar esta estrategia para avanzar hacia un nuevo paradigma de las ICC?

En plena crisis es necesario apostar por el hecho creativo como motor de cambio social y como impulsor del nuevo modelo productivo europeo. Ante la escasez de recursos públicos a los que se enfrenta el sector cultural y dada la necesidad de avanzar hacia el nuevo paradigma de ICC, por qué no tener en cuenta el potencial que presentan las empresas de la economía social, dada la capacidad que éstas tienen para crear capital social a la hora de trabajar en aquellos sectores en los que el

Emprendimiento creativo y economía social

inversor tradicional no suele actuar, configurándose como un actor que ofrece soluciones y alternativas a los retos económicos y sociales actuales.

Las formas de organización de la economía social presentan una oportunidad para grupos de individuos con ideas innovadoras y objetivos comunes que quieran juntar fuerzas para promover nuevas formas de interactuar en un nuevo tipo de mercado. Es necesario tener en cuenta la capacidad de estas organizaciones no convencionales de producir valor económico y social, a través de prácticas innovadoras de organización social.

La viabilidad de la gestión de la cultura desde los ámbitos empresariales privados además de ser una realidad, pasa a ser una necesidad. En opinión de CEPES⁸ es evidente la existencia de proyectos culturales con rentabilidad económica, que debería hacer el sector atractivo a los inversores privados. El informe sobre Economía Social en España 2009-2010⁹ indica que se hace necesaria una mayor orientación de los emprendedores hacia la gestión privada de la cultura, fomentando el espíritu emprendedor de los gestores culturales y apoyando la creación de empresas para el desarrollo del sector, su supervivencia y su crecimiento a escala local. La realización de estas tareas supondrá dar un paso hacia delante en el posicionamiento del sector cultural como un sector destacado en el nuevo modelo económico y de desarrollo. En este proceso de redefinición del modelo económico cultural comienza a percibirse interés por una forma de organización económica más democrática, sostenible y solidaria que las formas mercantiles tradicionales. Por definición, las empresas de Economía Social constituyen un interesante modelo de creación de riqueza en el que prima la iniciativa y la capacidad de innovación sobre los activos patrimoniales, característica que las convierte en entidades idóneas para liderar proyectos de carácter cultural.

Es necesario plantearnos la cultura desde una nueva perspectiva, de modo que sea posible conseguir un desarrollo sostenible e integrarla en la *Estrategia 2020* a través de un nuevo modelo de gestión, aquel que se propone desde la economía social y es que tal y como dijo Zigmunt Barman en el Congreso Europeo de la Cultura celebrado en Polonia en septiembre de 2011 "lo cultural es nuestro primer recurso económico". "El futuro de Europa depende de la cultura" y si queremos integrarla en la *Estrategia 2020* necesitamos un nuevo modelo de gestión que se adapte al desarrollo que se quiere conseguir y al nuevo modelo de crecimiento económico derivado del mismo.

⁸ CEPES: Confederación Empresarial Española de la Economía Social. Ver <http://www.cepes.es>

⁹ Informe publicado por CEPES (Confederación Empresarial Española de Economía Social)

2. Hipótesis del trabajo.

En la actualidad, numerosas políticas culturales justifican las intervenciones en el ámbito cultural a partir de la influencia de la cultura en el desarrollo económico y en la creación de empleo. Motivo por el que desde las distintas Administraciones Públicas se han puesto en marcha programas de fomento de las ICC, las cuales son consideradas como una buena herramienta de desarrollo. Sin embargo, también es necesario tener en cuenta, que estos programas, y en concreto el actual modelo de negocio en el que se basan las ICC presentan determinadas limitaciones. Por lo tanto, es necesario reflexionar sobre este hecho, y tratar de evolucionar hacia un nuevo modelo de gestión a partir del cual surja una nueva generación de ICC que tengan la sostenibilidad como horizonte y que más allá de generar beneficios, devuelvan parte de la riqueza que producen a la sociedad y la reinviertan en el sector que la ha generado. En este caso estaríamos hablando de entidades que entienden la economía como un proceso mucho más rico y complejo que el mero sistema de intercambio económico.

3. Objetivo.

Determinar si el modelo de gestión que ofrece la economía social es aplicable al ámbito de las ICC para lograr un modelo de gestión sostenible de la cultura.

4. Metodología

La consecución del objetivo de mi investigación he pretendido llevarla a cabo en primer lugar, a través de una revisión bibliográfica para identificar los estudios existentes sobre industrias culturales y economía social. Tras percatarme de la inexistencia de este tipo de estudios tan específicos he optado por una parte, por la revisión bibliográfica relativa a la economía creativa y a las ICC y por otra, he llevado a cabo el estudio y análisis de la bibliografía relacionada con la economía social y los considerados sectores emergentes. Además, en la misma línea, he procedido al estudio de los marcos nacionales e internacionales vigentes para conocer la sensibilidad de las Administraciones Públicas hacia las ICC, la economía social y sus peculiaridades como modelo de gestión.

Emprendimiento creativo y economía social

Tras finalizar esta primera etapa y a partir de la información recabada, se ha intentado determinar los puntos de intersección existentes entre las ICC y la economía social, para ver si es posible o no la consecución de mi objetivo y determinar si el modelo de gestión y las estructuras organizativas que ofrece la economía social son aplicables al ámbito de las ICC para lograr un modelo de gestión sostenible de la cultura.

5. Economía creativa.

El 18 de enero de 1983 John Kenneth Galbraith¹⁰ fue invitado por el Arts Council inglés a pronunciar una conferencia con el título *El artista y el economista. Por qué deben encontrarse*. Título que tal y como hemos visto con el paso de los años ha resultado tener un carácter premonitorio. Economía y cultura son dos campos estrechamente implicados, implicaciones que no siempre han sido tan obvias y que sin embargo, se han hecho más visibles con la irrupción de las ICC, y es que en la actualidad ¿quién podría negar el valor económico de los bienes culturales y su peso en la riqueza de un país o la importancia del desarrollo cultural como factor de bienestar social y de desarrollo económico?

En 1966 con la publicación de la monografía de Baumol y Bowen, *Performings Arts - The Economic Dilemma* ("El dilema económico de las artes escénicas") se produce el nacimiento de la economía del arte como disciplina independiente dentro de la ciencia económica moderna. En esta obra, los autores utilizan para la elaboración de su teoría una concepción restrictiva de la cultura, concretamente se basan en la idea de lo que en la tradición anglosajona considera como "las artes", que equivaldría a lo que nosotros conocemos como alta cultura.

Sin embargo, en lo referente al estudio de la idoneidad de las fórmulas de la economía social para las ICC, no vamos a partir de este concepto de alta cultura, sino de otro bastante más amplio que el que utilizaban Baumol y Bowen en su obra. Vamos a tomar como punto de inicio un concepto que incorpore en su objeto una realidad más amplia, que abarque los aspectos económicos, culturales, tecnológicos y sociales del desarrollo, tal y como hacen en la actualidad las ICC, las cuales presentan esa multidimensionalidad, ya que son a la vez un recurso económico, pero también una fuente de identidad y de cohesión social.

¹⁰ Economista estadounidense que fue profesor de Harvard y alto consejero de la administración Kennedy. Autor de la obra "Economía y proyectos".

Emprendimiento creativo y economía social

5.1 Nacimiento y evolución de las industrias culturales y creativas.

Tal y como ya he venido indicando, en los últimos años se ha venido configurando la cultura como un excelente recurso. En el discurso de la economía creativa destacan como uno de sus protagonistas las ICC, pero... ¿de dónde han salido estas industrias?, ¿cuál es su origen?

Hay quien piensa que las ICC son tan antiguas como la humanidad. Tal y como indica Newbiggin en su *Guía introductoria sobre la Economía Creativa*¹¹:

“el deseo de crear cosas que trascienden su dimensión pragmática, que son bellas; que comunican un valor cultural a través de la música, el teatro, el entretenimiento y las artes visuales, o que comunican una postura social a través del estilo y la moda, es tan antiguo como la humanidad. Siempre han existido y existirán individuos con la imaginación y el talento para lograrlo, así como individuos que pagarán por ello”.

La economía creativa fusiona valores económicos y culturales, esto es lo que la diferencia de cualquier otro sector económico.

La aparición del concepto de industria cultural se debe a Theodor Adorno y Max Horkheimer, que en 1944 ante lo que ellos consideraban la subordinación de la cultura a los intereses del capital comenzaron a utilizarlo para referirse a las técnicas de producción industrial en la creación y difusión masiva de obras culturales. Ambos autores en su obra *La dialéctica de la ilustración* criticaron duramente la industria cultural a la que culpaban de la transformación de la cultura en un producto de mercado, homogeneizado, serializado y estéticamente vacío.

El concepto de industria cultural de Adorno y Horkheimer pasa a tener otras connotaciones y usos a finales de los 70 cuando toda una serie de pensadores y organismos vinculantes en materia de políticas públicas empezaron a utilizarlo. En 1982, la UNESCO publica *The Culture Industries. A challenge for the future of culture*. (Las Industrias Culturales. Un desafío para el futuro de la cultura). Documento que hace referencia directa al ensayo de Adorno y Horkheimer y en el que se denuncia la “subordinación de los artistas a las fuerzas del mercado o a los dictados de las demandas de los consumidores”. En el informe confluyen una multitud de visiones, algunas de ellas se encuentran alineadas con las críticas de estos autores alemanes, sin embargo, otras defienden el papel que han tenido las industrias culturales a la hora

¹¹ Guía que pertenece a la serie economía creativa y cultural del British Council www.britishcouncil.org.

Emprendimiento creativo y economía social

de posibilitar y generalizar el acceso a los contenidos y conocimientos que sus productos ofrecen.

Por otro lado, también en la década de los 70, el término industria cultural fue tratado desde el ámbito de la sociología por algunos sociólogos franceses, los cuales tomaron en consideración el trabajo de Adorno y Horkheimer pero dejaron de lado las connotaciones negativas que dichos autores asociaban al concepto. Es por ejemplo el caso del sociólogo francés Bernard Miège, el cual argumentó que la introducción de los procesos de industrialización y de las nuevas tecnologías en la producción cultural había incrementado su mercantilización, pero al mismo tiempo también había abierto el camino a nuevas direcciones e innovaciones.

Poco a poco surge una línea de pensamiento que considera que las industrias culturales suponen un ámbito de producción muy diferente al de las industrias tradicionales y que su actividad puede generar numerosos beneficios en materia de servicio público, así como elemento de transformación del ámbito urbano y económico de aquellos territorios inmersos en un proceso de degradación, consecuencia de la crisis postindustrial que se dio durante la década de los 70 y de los 80. De este modo se observa como el rol de las industrias culturales como factor de desarrollo cultural y como impulsor de las mutaciones del tejido industrial gana posiciones y se introduce en las agendas políticas durante las décadas de 1980 y 1990. En este sentido, Throsby¹² hace referencia al hecho de que las industrias culturales empiezan a ser contempladas como:

“Elementos facilitadores de la maximización de los rendimientos económicos en términos de ingresos y empleo para la economía local, la promoción de “imágenes” de ciudades como centros económicos dinámicos y la cooptación de la cultura como fuerza económica positiva en la regeneración social y física de zonas urbanas en decadencia”.

A partir de ese momento muchas ciudades apuestan por fortalecer un sector que a través de un proceso de terciarización económico-social tiene posibilidades de funcionar como motor económico del nuevo paradigma

En 1994 el gobierno australiano publica un documento titulado *Creative Nation: Commonwealth Cultural Policy*¹³, en el que por primera vez aparece la idea del sector creativo. A través de la denominación “sector creativo” el gobierno australiano intentó englobar todas aquellas micro empresas, trabajadores autónomos y agentes

¹² Throsby es el primer economista relevante que reflexionó sobre la importancia de la relación entre economía y cultura, tal y como se observa en su obra *Economía y Cultura*.

¹³ http://www.nla.gov.au/creative_nation/contents.html

Emprendimiento creativo y economía social

independientes que trabajan en los márgenes de las industrias culturales y que, aunque no tenían un tamaño considerable, eran de extrema importancia a la hora de computar el valor total que la cultura aporta a las ciudades. El documento habla del valor estratégico de la cultura como motor de crecimiento y reflexiona sobre las funciones del gobierno en relación a este sector emergente. Además manifiesta la necesidad de valorizar el patrimonio histórico-cultural de la nación, de diseñar estrategias para atraer turismo cultural y de poner la cultura al servicio de la producción de una identidad colectiva, pero sobre todo, puso la creatividad en un lugar privilegiado dentro de la cadena de producción de la cultura.

Otro hito importante en la evolución del modelo de las ICC se produce con la llegada al poder en Reino Unido de Tony Blair en 1997, cuyo gobierno adoptó en Reino Unido las ideas plasmadas en *Creative Nation: Commonwealth Cultural Policy*, estableciendo los medios necesarios para implantarlas y ejecutarlas. Nace de este modo el concepto de las industrias creativas entendidas como aquellas que “tienen su origen en la creatividad individual, la destreza y el talento y que tienen potencial de producir riqueza y empleo a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual”. A partir de este momento, la designación de industrias creativas rebasa el horizonte de las tradicionales industrias culturales, yendo más allá de las artes y avanzado hacia actividades que hasta el momento no habían sido considerados bajo una perspectiva económica. Motivo por el que en 1998, a iniciativa del gobierno británico, se llevó a cabo un primer mapa de industrias creativas. Se trataba de un proceso obligatorio, dada la necesidad de delimitar e identificar los sectores que formaban parte de este nuevo sector de actividad. Gracias a este proceso el Departamento de Cultura, Medios y Deporte del Estado inglés identificó trece sectores pertenecientes a la actividad cultural. Sectores que se adaptaban a la definición de economía creativa y representaban tanto las industrias relativamente nuevas basadas en la creatividad y el emprendimiento, como las tradicionales industrias culturales de las que aquellas se desprendían. Los trece sectores identificados fueron artesanías, arquitectura, artes escénicas, artes y antigüedades, cine, diseño, editorial, moda, música, publicidad, software, software interactivo de entretenimiento (video juegos), televisión y radio.

Tal es la importancia que la economía creativa ha ido adquiriendo con el paso de los años que en 2008 Naciones Unidas, a través de la UNCTAD¹⁴, publicó un informe sobre economía creativa¹⁵ titulado *el desafío de evaluar la economía creativa: hacia la*

¹⁴ Conferencia de las Naciones Unidas sobre comercio y desarrollo.

¹⁵ http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf

Emprendimiento creativo y economía social

formulación de políticas públicas informadas, en el que presentaba la perspectiva de Naciones Unidas sobre este tópico. Informe con el que se subrayó el gran potencial de la economía creativa para generar ingresos y empleos, a la vez que promueve la inclusión social, la diversidad cultural y el desarrollo humano.

5.2 En torno a los conceptos.

No existe una definición perfecta de economía creativa, motivo por el que la UNCTAD en su informe sobre economía creativa de 2008 trató de establecer una serie de parámetros que permitiesen estimar la importancia de la economía creativa a nivel mundial, tratando de fijar un marco conceptual homogéneo. Al respecto, dicho informe estableció que:

“el concepto de economía creativa es un tópico en evolución que está ganando terreno en el pensamiento contemporáneo sobre el desarrollo económico. Implica un desplazamiento fuera de los modelos convencionales y hacia un modelo multidisciplinario que abarca la interfaz entre economía, cultura y tecnología”.

De lo anteriormente indicado, observamos como nos encontramos ante un concepto que todavía está siendo forjado, pero en relación al cual se ha logrado llegar a un acuerdo en lo referente a la delimitación de un grupo central de actividades, siendo estas actividades y sus interacciones las que conjuntamente constituyen la economía creativa. A partir de aquí, una vez fijadas las actividades que configuran esta nueva realidad, es necesario llevar a cabo una nueva delimitación, pero esta vez en torno a algunos conceptos, a través de los cuales únicamente pretendo comprender la evolución conceptual que se ha producido en el ámbito de la economía creativa, para de este modo, lograr entender su naturaleza, reconocer las características del sector y determinar las singularidades y las necesidades de las industrias que lo integran. Para ello, voy a tomar como punto de partida el análisis conceptual llevado a cabo por la UNCTAD en su último informe sobre economía creativa, el publicado en 2010¹⁶, en el que se analizan diversos conceptos entre los que se encuentran creatividad, innovación, bienes y servicios culturales, así como industrias culturales y creativas.

¹⁶ En 2010 Naciones Unidas publicó un nuevo informe sobre economía creativa. Informe que estudia la realidad a la que se enfrenta el sector tras la crisis iniciada en 2008. Informe que lleva por título *Economía creativa: una opción de desarrollo factible* y que se puede consultar en http://www.unctad.org/en/docs/ditctab20103_en.pdf

- **Creatividad.**

Las definiciones de economía creativa pueden variar, sin embargo, es un hecho y una realidad ampliamente aceptada que en el corazón de la economía creativa se encuentran las ICC. Tal y como he comentado anteriormente, no existe una definición aceptada de economía creativa, pero algo que todas las definiciones existentes tienen en común es el hecho de que todas ellas parten de un mismo punto, que no es otro que el concepto de creatividad.

Naciones Unidas señala que:

“en el mundo contemporáneo, la creatividad es frecuentemente considerada como el insumo esencial de la economía del conocimiento, liderando la innovación y el cambio tecnológico y otorgando una ventaja comparativa a las empresas y las economías nacionales”.

No existe una definición de creatividad capaz de abarcar las diversas dimensiones del fenómeno que representa la economía creativa. Es sin duda la psicología el campo en el que la creatividad individual ha sido estudiada más ampliamente, ámbito en el que se observa como efectivamente todavía no se ha logrado un consenso sobre si la creatividad es un atributo de la gente o un proceso por el que se generan las ideas. No obstante, a pesar de este desencuentro, la psicología ha logrado articular las características de la creatividad en las diferentes áreas del conocimiento humano, lo cual hace posible describir las peculiaridades de los distintos tipos de creatividad. En base a esto es posible diferenciar entre la creatividad artística, la creatividad científica y la creatividad económica.

En primer lugar, la creatividad artística es aquella que involucra la imaginación y la capacidad de generar ideas originales y modos novedosos de interpretar el mundo, expresados a través de palabras, imágenes o sonidos.

En segundo lugar, y en cuanto a la creatividad científica podemos afirmar que ésta involucra la curiosidad y una buena disposición para experimentar y realizar nuevas conexiones en la resolución de problemas.

Finalmente, en relación a la creatividad económica se establece que ésta es un proceso dinámico que conduce hacia la innovación en tecnología, modelos de gestión, marketing,...y está muy vinculada al logro de ventajas competitivas en la economía.

Emprendimiento creativo y economía social

Desde una perspectiva económica, la relación entre creatividad y desarrollo socioeconómico no es evidente, particularmente, la premisa de que la creatividad contribuye al crecimiento económico. Por ello, en este caso, lo importante es medir no solo el impacto económico de la creatividad, sino también la incidencia de las denominadas actividades creativas en la interacción de cuatro tipos de capital: el social, el cultural, el humano y el institucional. Elementos cuya interacción va a hacer posible el fomento de la creatividad y por ende del capital creativo.

Asimismo, en este proceso es necesario entender la creatividad como el uso de las ideas para producir nuevas ideas. No toda la creatividad se organiza de manera industrial. La creatividad tiene mucho que ver con la capacidad de respuesta que las personas dan cotidianamente a muy diferentes situaciones. Es un valor. Hay personas que hacen de esa creatividad un vehículo de actividad económica y esto es lo que hay que tener en cuenta a la hora de fomentar el tejido empresarial en aquellas actividades que forman parte del ámbito de la economía creativa.

- Innovación.

En su informe sobre economía creativa la UNCTAD apunta que es muy importante no confundir la creatividad con la innovación. Por su parte, la Comisión Europea a través de la *Estrategia Europa 2020* establece que la innovación en su sentido más amplio, representa nuevas ideas que producen valor, es nuestra capacidad de lograr el futuro que deseamos. Como tal, la innovación proporciona nuevas fuentes de crecimiento y a través de ella debiéramos llegar a un nuevo modelo de desarrollo.

A la hora de reflexionar sobre la innovación y sobre la definición de un nuevo modelo de desarrollo distinto de aquel que se basa en el crecimiento económico es muy importante reflexionar sobre el significado de los términos crecer y progresar, así como tener en cuenta que dichos términos no son sinónimos. Tal y como expuso Jorge Wagensberg en su intervención en las *Jornadas Ciudades Creativas 2011*¹⁷, progresar es ganar independencia respecto a la incertidumbre del medio. Para progresar es necesario innovar y para ello hay que tener en cuenta que existen dos maneras de innovar: una por selección natural y la otra por evolución cultural. Esta última es aquel tipo de innovación en la que a partir de un problema existente se genera una solución.

¹⁷ En las jornadas organizadas bajo el título de *Ciudades Creativas 2011* celebradas en Madrid, uno de los ámbitos estaba dedicado a la ciencia, innovación y emprendimiento social. Ámbito en el que intervino Jorge Wagensberg, profesor de teoría de los procesos irreversibles en la Facultad de Física de la Universidad de Barcelona.

- **Productos y servicios culturales.**

El ámbito de la economía creativa viene determinado por la extensión de las ICC. Delimitación en torno a la cual existe una gran controversia sobre todo a la hora de demarcar el ámbito de las que se consideran culturales y el ámbito de las que se caracterizan como creativas. Un modo de tratar de acotar estos campos es a través de la definición de los bienes y servicios que estas industrias producen.

Por un lado, el concepto de productos culturales puede ser articulado a partir de una noción amplia de cultura, que se base en un sentido antropológico del término, tal y como hizo Throsby. Para establecer un concepto de producto cultural Throsby, no con pocas dificultades, partió de un concepto amplio de cultura en base al cual la definió como “el conjunto de creencias, valores, actitudes, instituciones, hábitos, conductas,...comunes a los individuos de cada grupo social”. A partir de este concepto indicó que los bienes y los servicios de las industrias culturales presentan las siguientes características: “tienen alguna forma de creatividad en su producción; generan y comunican algún tipo de significado simbólico; representan alguna forma de propiedad intelectual”.

Por otro lado, también es posible establecer una definición alternativa de bienes y servicios culturales a partir de las consideraciones que se llevan a cabo en función del tipo de valor que los productos y servicios culturales generan. Por lo general, se entiende que este tipo de productos y servicios tienen un valor cultural, además de su valor comercial, aunque dicho valor cultural no siempre puede ser traducido a términos monetarios. Ello determina el hecho de que tanto las actividades de la economía creativa, como los bienes y servicios que éstas producen debieran ser valorados, tanto desde la perspectiva de los productores, como desde el punto de vista del consumidor, en base a razones sociales y culturales que trascienden y complementan la valoración puramente económica. Siendo ese valor cultural la característica que diferencia los bienes y servicios culturales en relación a otro tipo de productos.

Definidos en cualquiera de los dos modos, nos encontramos con que el rasgo esencial de este tipo de bienes y servicios es que su producción requiere elevados niveles de creatividad.

- Industrias culturales y creativas.

Tal y como ya hemos señalado anteriormente el término industrias culturales fue usado por primera vez en período de post guerra y fue acuñado por dos economistas miembros de la escuela de Frankfurt: Theodor Adorno y Max Horkheimer, mientras que el término industrias creativas es bastante más reciente y fue utilizado por primera vez en Australia en 1994 con la publicación del informe *Creative Nation*. A lo largo de los últimos años se han dado diversos intentos de crear un modelo que defina las características de las industrias culturales y creativas con el objeto de sistematizar las peculiaridades de este tipo de industrias para entender la dinámica de su funcionamiento y establecer políticas que permitan la creación de entornos adecuados que favorezcan su proliferación.

El informe de la UNCTAD sobre Economía Creativa 2010 cuando trata de definir las ICC señala la existencia de distintos tipos de metodologías, las cuales varían en función del país y de la zona geográfica a la que hacen referencia. Entre los distintos enfoques existentes podríamos hacer referencia al modelo UK DCMS (UK Department of Culture, Media and Sport), es decir, el modelo ideado por el Departamento de Cultura, Medios de Comunicación y Deportes de Reino Unido; al enfoque desarrollado por la OECD; o a la metodología usada por Estados Unidos y la OMPI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual),....

Cada modelo presenta unos fundamentos particulares, dependiendo de las suposiciones subyacentes en relación al objeto y al modo de operar de las industrias. Cada uno de ellos ofrece diferentes bases para clasificar las industrias que forman parte del sector cultural y creativo.

Sin embargo, dado que a través de esta aproximación conceptual, mi única intención es la de tener una idea clara de lo que representa y supone la economía creativa, con el objetivo de determinar si las estructuras de gestión de la economía social son aplicables o no a las actividades de las ICC, y no la de llevar a cabo un estudio profundo sobre las diversas definiciones y metodologías. En base al ámbito geográfico en el que se ubica España, voy a utilizar como referencia en mi estudio, a la hora de definir las ICC, el enfoque utilizado por el libro verde de la Comisión Europea, el cual habla de ICC y se basa en el modelo de círculos concéntricos, que fue utilizado para la clasificación de las industrias culturales y creativas en la Unión Europea, a partir del

Emprendimiento creativo y economía social

estudio que KEA European Affairs realizó para la Comisión Europea en 2006 *The Economy of Culture in Europe*.

El modelo KEA plantea cuatro niveles de actividades vinculadas con las Industrias Culturales y Creativas, tal y como se observa en la tabla que se inserta a continuación. Describe los niveles en los que se clasifica al sector, así como las actividades que lo componen. En el centro estaría el núcleo artístico; envolviendo al mismo, en un segundo círculo, estarían las industrias culturales; en una capa más externa, las industrias creativas; y cerrando el sector y relacionándolo con otros, las industrias y actividades de servicios relacionadas que se extienden por otros muchos sectores con fronteras muy amplias y difusas. El modelo definido por KEA y adoptado por la UE se basa en la creencia de que el valor cultural de los bienes y servicios culturales es su característica más distintiva.

En el informe *The Economy of Culture in Europe*, KEA European Affairs propone una clasificación de las ICC que distingue por un lado, un sector cultural que comprende los campos artísticos tradicionales y las industrias cuyo producto final es esencialmente cultural como es el caso de las artes visuales, el entretenimiento, el patrimonio,....., y por otro, un sector creativo que incluye las demás industrias y actividades que utilizan la cultura como valor agregado para la producción de productos no estrictamente culturales, tales como el diseño, la publicidad, la arquitectura,...

Por su parte, la UNESCO en la *Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales* de 2005 define las industrias culturales como “todas aquellas industrias que producen y distribuyen bienes o servicios culturales”. Un aspecto importante de las industrias culturales según la UNESCO, es que son elementos fundamentales en el fomento y conservación de la diversidad cultural y en garantizar el acceso a la cultura.¹⁸ Según esta definición la doble faceta cultural y económica es lo que da a las industrias culturales su característica más distintiva.

Por tanto, y en base a lo que hasta aquí se ha expuesto es posible concluir que, en términos generales, las ICC constituyen el área de encuentro de la creatividad, la cultura, la economía y la tecnología, todo ello expresado en la habilidad de crear y circular capital intelectual, a través del que generan ingresos y empleo, al mismo tiempo que promueven la inclusión social, la diversidad cultural y el desarrollo humano.

¹⁸ Ver http://portal.unesco.org/culture/en/ev.php-URL_ID=34603&URL_DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

TABLA 1: Definición del sector: los cuatro niveles de las actividades y servicios culturales.

<p>1. Núcleo artístico</p> <p><i>Actividades no industriales, generan productos únicos.</i></p>	<p>Artes visuales</p> <p>Artes escénicas</p> <p>Activos patrimoniales</p>
<p>2. Industrias Culturales</p> <p><i>Actividades con posibilidad de reproducción masiva bajo derechos de propiedad. Influencia de las tecnologías de la información y la comunicación.</i></p>	<p>Cine y vídeo</p> <p>Televisión y radio</p> <p>Videojuegos</p> <p>Música</p> <p>Libros y prensa.</p>
<p>3. Industrias y actividades creativas</p> <p><i>Actividades no necesariamente industriales, pueden ser productos únicos; combinan derechos de propiedad con marca. La creatividad es estimulada por la cultura (no es resultado final sino un bien intermedio del proceso de producción de un bien o servicio funcional).</i></p>	<p>Diseño</p> <p>Arquitectura</p> <p>Publicidad</p>
<p>4. Industrias y actividades relacionadas</p> <p>Industrias de hardware.</p> <p><i>La cultura ofrece contenidos (MP., PC,..)Presenta fronteras difusas con otros sectores.</i></p>	<p>Fabricantes de ordenadores personales</p> <p>MP3</p> <p>Teléfonos móviles</p>

Fuente: *La economía de la Cultura en Europa*. Informe KEA para la Comisión Europea (2006).

5.3 Las múltiples dimensiones de la economía creativa

Tal y como ya se ha ido apuntando a lo largo de este documento la economía creativa es un concepto multidimensional que contribuye al desarrollo económico, social, cultural y a un desarrollo sostenible de muy diferentes modos. Las dimensiones que se distinguen en el concepto de economía creativa son las que se indican a continuación:

1. Dimensión económica.

En los últimos años la cultura se ha configurado como un recurso económico de primera magnitud. En la actualidad, la economía creativa tiene un impacto importante en el conjunto de la economía y a pesar de que en los últimos años la economía mundial ha tenido que hacer frente a la recesión más severa de los últimos 70 años, la economía creativa ha dado signos de su vitalidad. Muestra de ello es que, tal y como indica la UNCTAD en su informe de 2010 sobre economía creativa, los sectores de la economía creativa fueron más resistentes a este choque externo y en 2008 a pesar de que el comercio internacional descendió un 12%, el comercio internacional de bienes y servicios creativos continuó su expansión alcanzando 592 billones de dólares, lo cual reconfirma que las industrias creativas han sido uno de los sectores más dinámicos durante la última década y lo sitúa como una de las alternativas a la hora de apostar por un nuevo paradigma productivo.

La economía creativa ha estado creciendo a un ritmo más veloz que el resto de los sectores económicos en un gran número de países. En el caso de España, tras la publicación del *Anuario de las Estadísticas Culturales 2011*¹⁹ se observa en la Cuenta Satélite de la Cultura que las actividades culturales tienen una aportación al VAB²⁰ muy similar a la que realiza por ejemplo el sector de la energía (2,9%) porcentaje que superan las actividades vinculadas a la propiedad intelectual (3,7%), siendo la aportación de estas actividades superior a la derivada de la Agricultura, la ganadería y la pesca. Estos resultados ponen de manifiesto que tanto las actividades culturales como las actividades vinculadas con la propiedad intelectual tienen un peso significativo en la economía española.

¹⁹ http://www.mcu.es/estadisticas/docs/EHC/2010/Sintesis_2010-2011.pdf

²⁰ El VAB, es decir, el valor agregado bruto es la macro magnitud económica que mide el valor añadido generado por el conjunto de productores de un área económica, recogiendo en definitiva los valores que se agregan a los bienes y servicios en las distintas etapas del proceso productivo. A partir del valor añadido bruto de un país se obtiene fácilmente el producto interior bruto, con el que mantiene una estrecha relación, pues ambos están midiendo el mismo hecho. Fuente: Wikipedia.

Emprendimiento creativo y economía social

Según el Informe sobre Economía Creativa de Naciones Unidas de 2010 “el modo más típico de medir la contribución de una industria a la economía es medir su valor añadido”, dado que la suma del valor añadido de todas las industrias es lo que da el PIB²¹. De la cuenta satélite de la cultura del Ministerio de Cultura español se deduce que la evolución de la aportación global del VAB y del PIB de las actividades culturales y de las vinculadas con la propiedad intelectual viene caracterizada por un continuo crecimiento en el periodo 2000-2008. Habiéndose mantenido el porcentaje de dicha aportación durante el año 2009 en relación al 2008. El VAB estimado en 2009 para las actividades culturales ha sido de 28.614 millones de euros. En lo relativo a su aportación al PIB ésta ha sido de 29.753 millones. Por otra parte, si consideramos el conjunto de las actividades vinculadas con la propiedad intelectual los resultados globales indican que la estimación del VAB para 2009 se sitúa en 35.813 millones, mientras que en términos del PIB se alcanzan en 2009 los 37.775 millones de euros.

2. Impacto social.

Otra de las grandes bazas de la economía creativa es el impacto que las actividades de las ICC logran a nivel social. Entre los efectos del impacto social de las ICC destacaría los relativos al empleo, al fomento de la cohesión social, a la prevención de enfermedades físicas y psíquicas, así como a la educación.

En primer lugar, me gustaría señalar que tal y como establece la UNCTAD en sus informes sobre economía creativa, uno de los mayores impactos de la economía creativa es su aportación al empleo. En relación a la aportación que las ICC hacen al empleo es necesario tener en cuenta que estas industrias son intensivas en conocimiento y trabajo, lo cual implica, por una parte, que la actividad que generan se concentra en períodos cortos de tiempo con alta concentración de trabajo y por otra, que requieren a sus trabajadores competencias específicas y altos niveles de cualificación. Este potencial de creación de trabajo es un factor significativo, que debe ser tenido en cuenta en término de políticas públicas, ya que tal y como se ha comentado, existen supuestos en los que desde las administraciones públicas se ha utilizado la cultura para revitalizar la economía de regiones industriales en declive, mediante políticas en las que la cultura ha demostrado ser un medio efectivo para estimular la creación de empleo.

²¹ En macroeconomía el PIB o producto interior bruto es una medida agregada que expresa el valor monetario de la producción de bienes y servicios finales de un país durante un período, normalmente de un año. El PIB se usa como medida del bienestar material de una sociedad. Fuente: Wikipedia.

Emprendimiento creativo y economía social

En segundo lugar, me gustaría hacer referencia al papel de las ICC en el fomento y la promoción de la inclusión social. Supuesto que puede ser observado en el caso de comunidades en las que existen conflictos de distintos tipos y tensión social; y en las que las ICC contribuyen a promover la cohesión social fomentando la participación de los grupos de riesgo en actividades culturales, a través de las cuales, se estimula la capacidad y la motivación de los ciudadanos para comprometerse con la comunidad e inculcar competencias que pueden ser útiles para la ICC local.

Otro aspecto muy interesante que hace referencia al impacto social de las actividades culturales es que, tal y como establece Naciones Unidas, a través de los programas que impulsa mediante la actuación de sus distintas agencias, los bienes y servicios culturales pueden ser utilizados para promover la importancia de la salud y del bienestar psicológico.²²

Finalmente, otro aspecto muy relevante del impacto social de las ICC es el que hace referencia a la educación. En la actualidad, desde los sistemas educativos se reconoce el papel de la cultura en la formación de los alumnos como personas, en la adquisición de unas habilidades culturales básicas que les ayuden a formarse como ciudadanos y a participar en la vida cultural de su comunidad.

3. Aspectos culturales.

Con independencia de que el término cultura sea interpretado en sentido amplio -para hacer referencia a las tradiciones y valores compartidos que identifican una comunidad o nación-, o en un sentido más funcional -para hacer referencia a la práctica de las artes-, la economía creativa tiene implicaciones culturales, y es que tal y como ya hemos explicado la especificidad de los bienes y servicios culturales viene determinada por su valor cultural.

Desde la perspectiva de las administraciones públicas la generación por parte de las ICC de este valor cultural es muy importante, ya que a través de dicho valor contribuyen a reforzar la identidad local, así como el desarrollo cultural sostenible de la sociedad. El valor de la identidad cultural es especialmente importante. La diversidad es una de las dimensiones culturales de la economía creativa, dimensión

²² Un ejemplo de todo esto es el impacto social que producen determinados proyectos culturales en los que a través de la cultura, desde una perspectiva de derechos culturales, se trabaja la salud sexual y reproductiva entre determinados grupos de riesgo. Un ejemplo de esto son algunos de los proyectos que desde Fundación Interarts se realizan en colaboración con Family Care Internacional en países como Perú, Bolivia y Ecuador. Ver www.interarts.net

que ha cobrado protagonismo a lo largo de los últimos años. Conforme ha evolucionado el proceso de globalización, el valor de la diversidad cultural ha sido más claramente definido, al mismo tiempo que se ha identificado el papel de las ICC en la promoción y conservación de la diversidad cultural. En este sentido, *la Convención para la Protección y Promoción de la Diversidad Cultural de 2005*²³ identifica las industrias culturales y creativas como elementos esenciales para la consecución de los beneficios culturales de la diversidad.

4. *Desarrollo sostenible.*

En base a la consideración de la cultura como cuarto pilar del desarrollo sostenible se puede afirmar que las ICC también contribuyen al desarrollo sostenible. Está más que reconocido que el alcance del término sostenibilidad va más allá de su aplicación al medio ambiente. En este sentido, entre los principios de *la Agenda 21 de la Cultura*²⁴ se señala que “existen claras analogías políticas entre las cuestiones culturales y ecológicas puesto que tanto la cultura como el medio ambiente son bienes comunes de la humanidad”. El capital cultural, ya sea tangible o intangible, de una comunidad, de una nación o de una determinada región del mundo es algo que debe ser preservado para futuras generaciones, del mismo modo que los ecosistemas naturales necesitan ser salvaguardados para asegurar la continuación de la vida humana en el planeta.

La sostenibilidad cultural implica un modelo de desarrollo que mantenga todo tipo de valores culturales. La industria cultural conjuntamente y en coordinación con las políticas públicas deben proveer las estrategias para conseguir las inversiones necesarias para desarrollar y promover la industria cultural de un modo sostenible. Las ICC participan directamente en el desarrollo sostenible. Según la UNCTAD el “desarrollo cultural sostenible” implica una serie de conceptos²⁵ a los que se hace referencia a continuación. Conceptos que deberían ser tenidos en cuenta a la hora de diseñar cualquier tipo de intervención que tenga como finalidad última garantizar un modelo de desarrollo sostenible. Estos conceptos son:

a) **Equidad intergeneracional:** La equidad intergeneracional implica que las políticas de desarrollo deben llevarse a cabo desde una perspectiva a largo plazo para no

²³ <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001429/142919s.pdf>

²⁴ <http://www.agenda21culture.net/>

²⁵ Informe sobre Economía Creativa 2010 de la UNCTAD. Ver <http://www.unctad.org/Templates/WebFlyer.asp?intItemID=5763&lang=1>

Emprendimiento creativo y economía social

comprometer las capacidades de las futuras generaciones para acceder a los recursos culturales y satisfacer sus necesidades culturales en el futuro, lo cual va a requerir un particular interés por la protección y la mejora del capital cultural, tanto del tangible como del intangible.

b) Equidad intra generacional: El desarrollo debe facilitar la equidad en el acceso a la cultura a todos los miembros de la comunidad. Acceso que debe ser garantizado a todos por igual sin que se de ningún tipo de discriminación. Es necesario prestar atención a las personas más desfavorecidas de la sociedad, con el objeto de garantizar que las políticas de desarrollo sean coherentes con los objetivos de erradicación de la pobreza.

c) Importancia de la diversidad: Para que el modelo de desarrollo pueda ser considerado como sostenible es necesario que el modelo respete y tenga en cuenta la protección de la biodiversidad, no solo la medioambiental sino también la cultural, la cual debe ser tomada en cuenta a la hora de plantear los procesos necesarios para garantizar el desarrollo económico, social y cultural.

d) Principio de precaución, el cual hace referencia a aquellos supuestos en los que la toma de una decisión puede dar lugar a consecuencias irreversibles tales como la destrucción de patrimonio cultural o la extinción de determinadas prácticas y valores culturales. A la hora de tomar decisiones es necesario, en este sentido, adoptar una postura que evite riesgos que puedan afectar al capital cultural de la sociedad.

e) Interconexión: El desarrollo sostenible debe fundamentarse en cuatro pilares: el económico, el social, el medioambiental y el cultural. Si queremos lograr un desarrollo sostenible es necesario ser capaces de reconocer particularmente las conexiones existentes entre el desarrollo económico y el cultural.

Es necesario afrontar los desafíos del desarrollo a través de un enfoque integral y multisectorial que se extienda más allá de la economía e incluya la infraestructura social y cultural. Las características de la economía creativa tal y como hemos ido viendo a lo largo de este documento, posibilitan la aplicación de este tipo de enfoque.

A través de la producción cultural y artística se promueve un desarrollo culturalmente sostenible, dadas las contribuciones que realiza en relación al empoderamiento de la

Emprendimiento creativo y economía social

comunidad mediante la distribución de la riqueza, el enriquecimiento cultural y el fomento de la cohesión social.

La UNCTAD en su informe sobre economía creativa 2010, a la hora de reflexionar sobre cómo la economía creativa puede contribuir al establecimiento de un nuevo paradigma de desarrollo, indica que poco a poco se observa como en el ámbito del desarrollo sostenible, cada vez va teniendo más fuerza, el emprendimiento social. En relación a la “solidarity based economy” (economía de base solidaria) que en España podríamos traducir como economía social²⁶, especifica que la economía de base solidaria es un modelo no convencional de atender las actividades económicas y que este tipo de entender la economía se relaciona con la necesidad de crear un modelo alternativo de desarrollo. Los principios orientadores que rigen el funcionamiento de las entidades de economía social son justicia social, solidaridad, cooperación, autogestión, preocupación por el medioambiente y sentimiento de responsabilidad hacia las futuras generaciones.

El motivo por el que desde la UNCTAD se realizan estas indicaciones es porque en el ámbito de la economía creativa se ha venido observando una tendencia reciente hacia el consumo ético, en el que tanto los productores como los consumidores de productos creativos, cada vez más, se preguntan sobre el valor cultural, económico y medioambiental de ese tipo de productos. En este sentido, es necesario tener en cuenta que tanto la creatividad como la biodiversidad son dos elementos que combinan bien, los cuales debieran ser considerados como una buena solución “win-win solution” para promover la importancia de un uso responsable de la biodiversidad, al mismo tiempo que se promueve la dimensión de desarrollo de la economía creativa.

5.4 La política cultural y la economía creativa

El conocimiento, la creatividad y la cultura se han convertido en propulsores del crecimiento económico. Para poder desarrollar el potencial que se deriva de estos elementos es necesario impulsar políticas que permitan mejorar las capacidades creativas de los ciudadanos.

²⁶ El informe sobre economía social del Parlamento Europeo (Informe 2008/2250) hace referencia al uso de distintas denominaciones para hacer referencia a empresas que comparten las mismas características. Dicho informe establece como el término economía social se utiliza para hacer referencia a la realidad económica a la que se refieren otros términos como economía solidaria, tercer sistema,...

Emprendimiento creativo y economía social

La naturaleza intersectorial de la economía creativa conlleva la necesidad de que el desarrollo de políticas públicas para la economía creativa deba ser formulado de forma inter departamental y coordinada, utilizando en su formulación una multiplicidad de enfoques. Respecto a este tema, la UNCTAD señala que entre los varios campos susceptibles de ser incluidos en la formulación de políticas culturales se encuentran los siguientes ámbitos: desarrollo económico y crecimiento regional; planificación urbana; comercio internacional; empleo y relaciones industriales; migraciones; inversiones nacionales y extranjeras; tecnología y comunicaciones; arte y cultura; turismo; bienestar social; y educación.

En su informe sobre Economía Creativa de 2010 la UNCTAD hace referencia a la necesidad de que desde las administraciones públicas se creen las condiciones que favorezcan el fomento del tejido cultural y creativo, así como el funcionamiento efectivo de la economía creativa. Todo ello, debiera ser llevado a cabo a través de la creación y/o reforma del marco legal e institucional relativo a las ICC, en torno a las cuales, existen una serie de cuestiones que debieran ser objeto de regulación específica, dada las peculiaridades de su naturaleza. Entre estas cuestiones se encuentran los temas relacionados con la propiedad intelectual, el derecho de la competencia, el tratamiento fiscal, así como las normativa laboral y de seguridad social de los trabajadores del sector, y es que por lo general, las ICC se ven sometidas a modelos jurídicos y fiscales que no favorecen su funcionamiento a pesar de su finalidad social.

A pesar de todo lo argumentado hasta el momento, la mayor parte de las administraciones públicas no tienen en cuenta la centralidad de la cultura a la hora de formular sus políticas, motivo por el que resulta muy complicado conseguir que las políticas culturales, tal y como se formulan en la actualidad, puedan hacer frente al carácter multidimensional de la cultura y cumplir de este modo con la sugerencia de convertirlas en políticas públicas multi departamentales que reflejen la centralidad de la cultura. En la actualidad, la mayor parte de las políticas que promueven y fomentan las ICC dependen de los ministerios de cultura o de los departamentos con competencia en cultura en los niveles de las diferentes administraciones. Tendencia que ha conducido al sector a una situación en la que se observa como prácticamente no se aplican políticas de innovación en el ámbito del sector cultural y creativo. Esta exclusión de la economía creativa de las tradicionales políticas de fomento del desarrollo industrial ha contribuido al hecho de que en Europa las políticas que promueven la innovación a través de las inversiones en I+D+I se focalicen fundamentalmente en el ámbito tecnológico.

KEA European Affairs en su informe sobre la ayuda a la innovación para las industrias culturales y creativas²⁷ reflexiona sobre cómo debiera ser una política pública de apoyo a la innovación en el sector cultural y creativo. A través de dicha reflexión se hace referencia a algunas buenas prácticas desarrolladas en diferentes ciudades y regiones europeas que en los últimos tiempos han implementado programas de apoyo a la innovación para las ICC. En el caso español destaca la labor llevada a cabo por dos comunidades autónomas: Andalucía y País Vasco.

5.5 La difícil cuestión de lo público y lo privado.

La frontera entre lo público y lo privado se difumina en muchos niveles en el ámbito cultural. La gestión de la cultura implica necesariamente la colaboración entre el sector público y el privado, colaboración que cada vez va a ser más importante, dada la situación actual de escasez de recursos públicos.

Nos encontramos ante un momento en el que es necesario compatibilizar lo público y lo privado. Necesitamos llegar a un lugar híbrido, en el que sea posible lograr un equilibrio.

Las administraciones públicas a través de las políticas culturales deben desarrollar una economía creativa sostenible basada en las potencialidades humanas, sociales y culturales, deben reflexionar sobre la idoneidad o no del paradigma actual de las ICC y transformarlo para hacer posible un nuevo modelo de gestión y de financiación de la cultura, que contribuya a la creación de un nuevo modelo económico y de desarrollo.

Si la gestión de los recursos culturales pasa a manos del sector privado, se corre el riesgo de que haya manifestaciones culturales que queden marginadas y que tan solo se realicen, si se realizan, a través de mecanismos de voluntarismo y autofinanciación. Para evitar este riesgo, las políticas culturales debieran ser llevadas a cabo desde las Administraciones Públicas en estrecha coordinación y con amplia participación del mercado y de la sociedad civil.

Ante la necesidad de impulsar el protagonismo de las entidades privadas en el ámbito de la cultura, por qué no hacerlo a través de un modelo que se fundamente en unos principios que antepongan la persona y el impacto social al lucro, sin que ello suponga descuidar la importancia de la eficacia y la eficiencia en la gestión de los recursos. En

²⁷ Ver www.keanet.eu

Emprendimiento creativo y economía social

este sentido, desde YProductions a través de sus distintas investigaciones, en relación a este tema, afirman que:

“desde la Administración se debería poner en práctica políticas sociales activas promovedoras de emprendimientos asociativos de base solidaria, que incluyan mecanismos de capacitación, financiamiento, suministro de información sobre oportunidades de mercados,[....]Para que nazca una nueva economía de la cultura es necesaria una reorganización del modelo productivo y una reflexión de los objetivos que se pretenden lograr”.

A partir de este tipo de problemáticas surge una cuestión de la que últimamente he leído y he oído hablar en distintos lugares, que no es otra que la cuestión del procomún. Muestra del interés que este tema está generando lo representa un artículo publicado en el diario *El País*, titulado “la revolución del procomún”²⁸.

Ricardo Antón, responsable del Proyecto Cola Bora Bora²⁹ y uno de los coordinadores de la investigación colectiva “empresas del procomún”, hace referencia al tema diciendo que:

“el procomún (provecho común, traducción al castellano del commons anglosajón) es la manera de producir y gestionar en comunidad, de manera pública y colectiva, bienes y recursos, tangibles e intangibles, que nos pertenecen y pueden ser libremente utilizados por todos y entre todos deben ser ampliados y preservados. Un modelo de gobernanza co-responsable, basado en la comunidad, la confianza, la transparencia, el trabajo solidario, el intercambio entre iguales; que asegure la equidad en el acceso y uso a los recursos y el reparto justo de los beneficios derivados de los mismos. El procomún lo forman las cosas que heredamos, creamos y re-creamos conjuntamente y que esperamos legar a las generaciones futuras. Una gran diversidad de bienes comunes, naturales, culturales o sociales, como por ejemplo: las semillas, Internet, el folclore, el agua potable, el genoma, el espacio público, el conocimiento,...Bienes y recursos que muchas veces sólo percibimos cuando están amenazados o en peligro de desaparición o privatización”.

El procomún es un espacio de acción colectiva, que se sitúa entre el estado y el mercado, que no está aislado de ellos, sino condenado a comunicarse y a interrelacionarse con ellos, dado que “las relaciones entre el interés privado, lo público y lo común dibujan una confluencia de objetivos compartidos, marcados por tensiones y negociaciones equilibradas y desequilibradas que expanden el área de las empresas del procomún”³⁰.

Es en este espacio donde se plantea la necesidad de la colaboración y la cooperación entre individuos y entidades. Colaboración que debe desplazar a la competencia. La

²⁸ http://www.elpais.com/articulo/cultura/revolucion/cultural/procomun/elpepucul/20111227elpepucul_5/Tes

²⁹ El Proyecto Cola Bora Bora es un laboratorio ciudadano de reflexión en acción, desde el que se formulan preguntas y se reflexiona sobre las siguientes preguntas: ¿Estamos preparados para producir entre iguales y crear valor común?, ¿podemos reclamar un gobierno entre iguales y crear valor común?, ¿podemos reclamar un gobierno entre iguales y ser capaces de auto-gestionarnos?, ¿podemos convivir en comunidad de un modo responsable y sostenible?. Ver www.colaborabora.org

³⁰ Este fragmento se refiere a la contextualización llevada a cabo en el marco de la investigación de las empresas del procomún, en las sesiones de trabajo conjunto celebradas el pasado 20 y 21 de junio en el centro de innovación social EUTOKIA en Bilbao.

Emprendimiento creativo y economía social

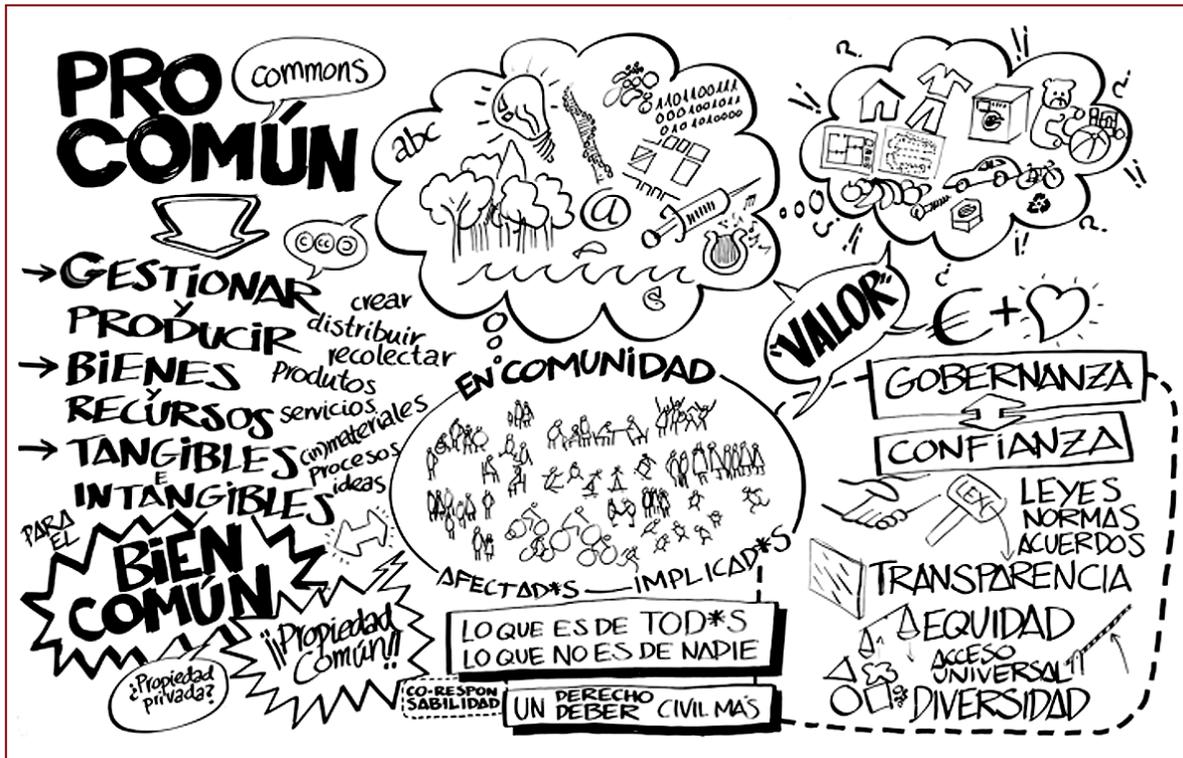
idea de coordinación y cooperación nos conduce hacia la acción colectiva, pero cómo hacemos para dar institucionalidad a esta colectividad. Aparentemente es necesario aplicar la innovación a los modelos de negocio y a las estructuras de organización, pero la cuestión es ¿cómo hacerlo?

Para dar respuesta a este tipo de interrogantes encontramos en la actualidad algunas investigaciones como la de las *Empresas del Procomún*³¹, empresas que son definidas como: “proyectos empresariales dentro del ámbito de la cultura cuyo objeto principal no es generar riqueza económica sino producir conocimiento, reforzar vínculos sociales y contribuir a la construcción de un acervo cultural abierto y accesible a la sociedad”.

La investigación sobre las empresas del procomún empezó a dar sus primeros pasos en 2010 y en la actualidad está intentando determinar por un lado, cuál es el nuevo modelo de empresa desde el que se puede gestionar el procomún procedente de la acción colectiva y por otro, si la economía social tiene algo que ver con el procomún. El informe que resume las sesiones de trabajo conjunto llevado a cabo por este grupo de investigadores concluye que:

“existen líneas de continuidad entre nuevos sistemas económicos donde se engloban la economía social, la economía solidaria y las empresas del procomún. Sistemas con una visión y una práctica que reivindica la economía como medio, y no como fin, al servicio del desarrollo comunitario, como instrumento que contribuya a la mejora de la calidad de vida de las personas y de su entorno a través de procesos solidarios. Se trata de investigar sobre qué tipo de conocimientos y modelos de sostenibilidad desarrollados en el marco de sistemas como el comercio justo, la cultura libre, las finanzas éticas, la soberanía alimentaria,...podrían aplicarse en otros ámbitos y hasta qué punto los conocimientos y saberes desarrollados por los sistemas de gestión procomunal y de código abierto, pueden representarse en la esfera de estos sistemas”.

³¹ La investigación sobre Empresas del Procomún es una investigación colaborativa llevada a cabo por YProductions con el apoyo de MedialabPrado. Ver: <http://www.ypsites.net/procomun/>



Fuente: <http://www.ypsite.net/procomun/>

6. Emprendizajes culturales

6.1 Datos sobre emprendizajes culturales en España.

El pasado 28 de noviembre fue publicado el *Anuario de Estadísticas Culturales de 2011*³², según el cual más de 100.000 empresas en España se dedican al sector de la cultura. Cifra que supone el 3,1% del total de empresas recogido por el Directorio de Empresas elaborado por el INE (Instituto Nacional de Estadística).

Tal y como se observa en el capítulo 17 del anuario, que recoge la cuenta satélite de la cultura, la aportación del sector cultural al PIB español durante el 2009 se cifró en el 2,8%, ascendiendo al 3,6% si se considera el conjunto de actividades económicas vinculadas a la propiedad intelectual.

Según el anuario, el volumen de personas ocupadas en 2010 en el ámbito cultural se situó en 508.700 €, lo que supone un 2,8% del empleo total en España. A partir de la encuesta de población activa del INE se establece que las diferencias más significativas entre el empleo vinculado al ámbito cultural y el empleo total se registran

³²Anuario realizado por la División de Estadísticas Culturales de la Secretaría General Técnica, con el objetivo de facilitar el conocimiento de la situación y evolución de la cultura en España, su valor social y su carácter como fuente generadora de riqueza. Documento que puede ser consultado en <http://www.mcu.es/estadisticas/MC/NAEC/2011/IndiceEstadisticas2011.html>

Emprendimiento creativo y economía social

por tramos de edad, con mayor proporción de menores de 50 años, por nivel de estudios (con una formación superior más elevada a la media) y por el tipo de jornada realizada, con tareas significativamente más altas de trabajo a tiempo parcial³³.

Otros datos relevantes son los que hacen referencia al tejido empresarial de la cultura, en base a los cuales se observa como “en los últimos tres años el número de empresas culturales en España ha aumentado casi un 1%”³⁴.

Asimismo, es relevante para el fin de este trabajo, el hecho de que en relación a la condición jurídica de las empresas culturales, se observe un aumento de las denominadas como “otras formas jurídicas” que suponen un 6,8% del total de empresas. El anuario no define expresamente lo que considera como “otras formas jurídicas”, pero a partir de los datos que ofrece es posible deducir que este grupo está formado por todos aquellos agentes culturales que no queden incluidos ni con los trabajadores autónomos o personas físicas (74%), ni con las sociedades anónimas y limitadas (19,2%).

A partir de todos estos datos es posible concluir, que por lo general, se observa tal y como establecía la UNCTAD en su informe sobre economía creativa de 2010 que aparentemente las actividades económicas basadas en la cultura y el conocimiento poseen una gran capacidad de resiliencia, en comparación con otros sectores. Sin embargo, a pesar de estas cifras aparentemente optimistas, es necesario reflexionar sobre cuáles son las condiciones en las que se desempeña el trabajo en cultura, con el objeto de poder determinar cuál es el motivo real por el que se ha incrementado el número de empresas culturales en España, quiénes son sus principales clientes y cuáles son las principales características de los emprendizajes en cultura. Para mejorar las condiciones en las que se trabaja y se emprende en el sector es necesario apostar por nuevos modelos de negocio que se adapten por un lado, a las especiales características de los productos y servicios pertenecientes al ámbito de la economía creativa y por otro, a los emprendedores culturales y creativos. La consecución de este objetivo solo va a ser posible mediante la aplicación de la innovación en relación a las estructuras de gestión.

³³ Datos procedentes de una explotación específica de la Encuesta de Población Activa del INE, realizada para el Ministerio de Cultura.

³⁴ Datos obtenidos de la noticia publicada por Infoculture bajo el título “El sector cultural, apuesta de futuro para el empleo y la regeneración económica”. <http://www.infoculture.es>

Emprendimiento creativo y economía social

Jaron Rowan en su libro sobre emprendizajes en cultura indica que “durante las dos últimas décadas la esfera de la producción cultural ha sido testigo de una serie de cambios que han tenido un profundo impacto no solo en las formas de producir la cultura, sino también en las identidades de las y los productores culturales”. En esta mutación de los modelos de producción, la cultura entendida como derecho ha tenido que empezar a compartir espacio con la cultura entendida como recurso, dando lugar a un sector cultural empresarial caracterizado por la presencia masiva de microempresas sin asalariados a su cargo, 63% de las iniciativas empresariales en cultura, y en el que tan solo el 2,8% de las empresas superan los 5 asalariados³⁵.

¿Qué realidad esconden estos datos? ¿Qué implica un sector caracterizado por un tejido empresarial tan atomizado? A lo largo de su libro Rowan denuncia que una de las características de estos agentes es la precariedad que sufren. Precariedad que se convierte en un problema estructural, que determina y garantiza el trabajo de las industrias culturales y creativas. ¿Cuáles son los beneficios y las desventajas de lo que se ha venido denominando como “emprendizaje en cultura”?

6.2 ¿Qué es un emprendedor?

Para poder dar respuesta a todas estas preguntas y ser capaces de determinar las características específicas del emprendizaje en cultura, con el objeto de poder determinar sus necesidades, en primer lugar vamos a realizar un análisis del concepto prototípico de emprendedor para tratar de concluir si el emprendedor en cultura se ajusta o no a lo que tradicionalmente se ha venido entendiendo como emprendedor.

Para dar comienzo al análisis y evolución del concepto de emprendedor, en primer lugar, voy a hacer referencia a Schumpeter³⁶, el cual coloca al emprendedor/empresario en el centro de la actividad económica y le otorga la responsabilidad de promover el desarrollo y producir innovaciones, asimismo, considera que no todas las personas pueden ser emprendedores. En base a esto considera que:

“la función de un emprendedor consiste en reformar o revolucionar el sistema de producción, explotando un invento o, de una manera más general, una posibilidad técnica no experimentada para producir una mercancía nueva o una mercancía antigua por medio de un

³⁵ Datos provenientes del anuario de estadísticas culturales de 2011.

³⁶ Economista austro-estadounidense que fue ministro de finanzas en Austria entre 1919 y 1920. Entre sus diversas teorías destacaron aquellas que hacen referencia a la importancia vital del empresario, subrayando su papel en la innovación. Fuente: Wikipedia

Emprendimiento creativo y economía social

método nuevo, para abrir una nueva fuente de provisión de materias primas o una nueva salida para los productos, para reorganizar una industria,....”.

Según las teorías de Schumpeter la economía sigue un movimiento cíclico y tiende a estancarse y para evitar que esto suceda es necesario introducir innovaciones, las cuales son llevadas a cabo por el emprendedor.

Por otro lado, el sociólogo Paul du Gay³⁷ a través de su trabajo descubrió que el perfil profesional del emprendedor venía caracterizado por la aceptación de los riesgos, la confianza en sí mismo y la capacidad de admitir responsabilidad por uno mismo y por sus actos.

Por su parte, Peter Drucker³⁸ recuperó la figura del emprendedor schumpeteriano y al igual que Schumpeter consideraba que los emprendedores juegan un papel fundamental en la economía, ya que son los encargados de llevar al mercado la innovación.

A través de su obra *El libro negro del emprendedor* Trías de Bes³⁹ hace referencia al espíritu de emprender como una actitud, mientras que en relación a los emprendedores afirma que “emprender es una forma de enfrentarse al mundo, es una manera de entender la vida con la que no todo el mundo se siente a gusto”. Asimismo, señala que “existen factores ambientales o sociales que propician que una persona sea más o menos emprendedora”.

Y es a partir de estas aportaciones de la literatura empresarial que debemos preguntarnos, ¿realmente se corresponden las características del emprendedor cultural con las del concepto prototípico de emprendedor?, ¿cómo se promueve la cultura del emprendizaje?, ¿qué tiene que ver el concepto de emprendedor con el ámbito de la producción cultural y con la creatividad?, ¿cuándo se produjo la irrupción del discurso del emprendedor en el ámbito cultural?, ¿cuál es el modelo propuesto para las ICC en el imaginario económico-social europeo?

³⁷ Sociólogo que definió el perfil profesional del emprendedor a través del análisis de los planes de promoción del emprendizaje dirigidos a reformar el aparato administrativo británico. Fuente: Wikipedia

³⁸ Abogado y tratadista austríaco autor de múltiples obras reconocidas mundialmente sobre temas referentes a la gestión de las organizaciones, sistemas de información y sociedad del conocimiento, área de la cual es reconocido como padre y mentor en conjunto con Fritz Machlup. Fuente: Wikipedia.

³⁹ Escritor y economista español especializado en mercadotecnia, creatividad e innovación. Autor de numerosas obras destacadas entre ellas “El libro negro del emprendedor”. Fuente: Wikipedia

6.3 El emprendizaje cultural y sus características específicas.

Desde mediados de la década de los 90 como consecuencia del proceso de valorización de la cultura y la creatividad en términos económicos, se ha concebido la cultura como un nicho de producción de valor similar a cualquier otro ámbito mercantil. Proceso que equipara la cultura con el resto de los ámbitos de producción económica. En la línea de lo establecido por Jaron Rowan es posible afirmar que a partir de la generalización de la figura del emprendedor en otras áreas de producción económica, a finales de los años 90, algunos think tanks, pensadores y políticos, comenzaron a barajar la posibilidad de que los agentes culturales pudiesen convertirse en emprendedores, dando lugar a la figura del emprendedor cultural.

Una muestra de este nuevo pensamiento lo encontramos en el libro titulado *The Independents: Britain's new cultural entrepreneurs*⁴⁰ (Los independientes: los nuevos empresarios culturales de Gran Bretaña), en el que sus autores Charles Leadbeater y Kate Oakley consideraron a los emprendedores culturales como un elemento clave en el paradigma de las ICC, modelo que precisaba de la presencia de profesionales que además de tener un gran conocimiento de la cultura fuesen capaces, al mismo tiempo, de entender las estructuras del mercado. Estos autores observan, por un lado, que “los emprendedores culturales son el motor que propicia el crecimiento” y por otro, que dichos emprendedores no encajan exactamente en el perfil del prototipo del emprendedor. Asimismo, Leadbeater y Oakley establecen que existen una serie de factores sociales que han influido en el nacimiento de esta nueva generación de emprendedores culturales. En el caso de Reino Unido la aparición de este fenómeno coincidió casualmente con el momento, a principios de los años 90, en el que las ayudas públicas a las artes empezaron a desaparecer.

En España, ha sucedido algo similar. Al igual que en otros países del entorno, las diferentes administraciones públicas han empezado a percibir la cultura desde una óptica económica, motivo por el que se han venido impulsando planes con el objetivo de apoyar y promover esta nueva percepción. Tal y como indica Rowan en su libro sobre emprendizajes en cultura:

“la división de la cultura como derecho frente a la cultura como recurso, se ha convertido en uno de los ejes centrales de las políticas culturales en el Estado español” [.....] “el cambio en la concepción de la cultura ha venido acompañado también de una importante transformación en la figura de la trabajadora o trabajador cultural, animado a convertirse en emprendedor

⁴⁰ Estudio realizado para el think tank DEMOS. Ver <http://demos.co.uk>

Emprendimiento creativo y economía social

cultural” [...] “frente a la falta de inversión en cultura, la imposibilidad de encontrar empleos estables, la crisis y las reconversiones que afectan a las ciudades y un sector cultural económicamente deplorable, ciertos trabajadores deciden probar suerte y trabajar por cuenta propia, lo que les convierte de hecho en emprendedores culturales”.

Si al analizar el fenómeno del emprendimiento en cultura tomamos en consideración, tal y como establece Rowan, estos factores institucionales, en combinación con los factores personales, sociales, económicos y propiamente culturales, surge una visión compleja, de lo que representa el emprendimiento en cultura y de las condiciones en las que éste se lleva a cabo. Para la elaboración de su libro, con la finalidad de determinar el motivo por el que una persona se lanza al ruedo del emprendimiento en cultura, Rowan se entrevista con diversos emprendedores culturales de toda España, entrevistas a partir de las cuales observa que:

“la gran mayoría de los emprendedores culturales no lo son ni por razones ideológicas, ni por vocación empresarial y en su mayoría se embarcan en este tipo de aventura por tres razones:

1. La búsqueda de salidas a una situación económico-laboral muy precaria.
2. Debido a los contratos con las administraciones públicas o por una facturación de cierta envergadura.
3. En razón de algún plan local o autonómico de incentivo al emprendizaje.”

Ante esta situación, dada la relevancia de la cultura para el desarrollo socio-económico y cultural de los ciudadanos y dado la importancia de la contribución de las ICC para el desarrollo local, debiéramos preguntarnos cómo se podría lograr una mejora de las condiciones en las que se lleva a cabo el emprendimiento en cultura.

Giep Hagoort⁴¹ y Rene Kooyman⁴² durante su intervención en las Jornadas Ciudades Creativas 2010 hablaron sobre “la necesidad de un diálogo sobre las dinámicas de la economía creativa”. Ambos investigadores forman parte de un grupo denominado *Art and Economics* que ha trabajado en una investigación sobre las dimensiones del modelo de empresariado cultural. Expusieron que ante todo, las ICC constituyen un concepto cultural e incidieron en el hecho de que para lograr un fomento equilibrado y sostenible del tejido empresarial en cultura era necesario llamar la atención sobre los elementos que se indican a continuación:

1. Necesidad de que las ICC establezcan una misión cultural clara.

⁴¹ Profesor y Catedrático de Arte y Economía de la Universidad de Utrecht, dirige el equipo de investigación sobre arte y economía en colaboración con la Escuela de Arte de Utrecht. Sus principales líneas de investigación se centran en: emprendimiento creativo y cultural, focalizado en el liderazgo y la gestión, countryside-city regions, dimensión europea, innovación social y artística.

⁴² Investigador y publicista externo de la Escuela de Arte de Utrecht. Es jefe de redacción de un trabajo de la UE, que estudia la dimensión empresarial de las industrias culturales y creativas, especialmente las PYME.

2. La empresa debe hallar un sutil equilibrio entre los intereses artísticos y culturales, por un lado, y los intereses económicos, por otro. La innovación debe intervenir en ambas partes.

3. La responsabilidad social debe estar siempre presente en toda empresa cultural. Se trata de lo que se conoce como responsabilidad social corporativa.

Schumpeter⁴³ estableció que:

“la actividad empresarial comprende varias actividades: el desarrollo de productos nuevos e innovadores, la propuesta de nuevas formas de organización, la explotación de nuevos mercados, la introducción de nuevos métodos de producción y la búsqueda de nuevas fuentes de recursos y materias”.

Sin embargo, a la hora de planificar el fomento del emprendimiento cultural, tal y como concluyen Hagoort y Kooyman, es necesario tener en cuenta ciertas características muy específicas que separan a las ICC de los estándares empleados para la industria. Características que según estos autores son: las diferencias en el mercado de trabajo, en las características del producto y en las condiciones de mercado. Durante su intervención en las Jornadas de Ciudades Creativas de 2010 en Zaragoza, Hagoort y Kooyman hicieron referencia a estas características específicas:

1. Diferencias en el mercado de trabajo.

Tal y como hemos visto, el tejido cultural de las ICC es complejo y se desarrolla mediante numerosas iniciativas pequeñas, dando lugar a la aparición en escena de un nuevo tipo de empleador, bajo la forma de empresario individual o emprendedor cultural.

Los creadores adoptan formas de empleo distintas a las del resto de la población activa. El sector posee una dinámica propia, con cambios frecuentes de trabajo y en la que abundan los contratos a corto plazo. Además, el grado de incertidumbre al que tienen que hacer frente los empresarios culturales es muy superior al que se da en otros sectores. Generalmente, los empresarios culturales acceden al mercado tras haberse sometido a un proceso de formación muy exigente. Dada la variedad de sectores no resulta fácil analizar el ámbito de la producción cultural como cualquier

⁴³ *Capitalism, socialism, and democracy*. (Capitalismo, socialismo y democracia). New York: Harper, 1975. Publicado en España por Ediciones Folio, Barcelona (1983)

otro sector que sea más homogéneo, ya que tal y como indica Throsby existe una diversidad de estatus laborales considerable.

2. Diferencias en las características del producto.

La creatividad artística característica de los contenidos proporcionados por las ICC se basa en el conocimiento y en el trabajo intensivo. Los productos culturales poseen unas características económicas propias, ya que suelen crearse de inmediato y no pueden consumirse en otro contexto, y en el caso de que puedan reproducirse, constituyen un ejemplo extremo de diferenciación. Además, como resultado de un entorno muy competitivo, la vida de la mayor parte de estos productos tiende a ser corta. Por otro lado, los productos y servicios de las ICC aportan una experiencia, por lo que no puede ser determinada su utilidad a priori, antes de ser consumido, e incluso en algunas ocasiones puede suceder que el gusto cambie tras un consumo repetido.

3. Diferencias de las condiciones del mercado.

El mercado de los productos y servicios de las ICC es volátil e impredecible, de ahí que por lo general, las estrategias de negocio tengan un carácter provisional y sean muy sensibles a las primeras respuestas, basándose en un conocimiento intuitivo y emocional antes que en una investigación de mercado más convencional.

En el ámbito de las ICC se busca fomentar la relación directa entre el usuario y el productor con el objeto de conocer de primera mano las reacciones iniciales de los primeros consumidores. A su vez, la interacción entre consumidores influye muy significativamente en la demanda de los productos de creación, ya que en gran medida, la decisión que adopta un consumidor en relación a estos productos depende de la información que obtiene de otros consumidores, así como del grado de satisfacción que éstos hayan experimentado. A este respecto, existe en Hollywood un aforismo que se usa para hacer referencia a la incertidumbre que existe sobre la demanda de los bienes y servicios de las ICC, "nadie lo sabe". Los consumidores no siempre se decantan por la mejor opción y el sector de la creación es uno de los que más favorecen la diferenciación continua entre el producto y el mercado.

Dadas las características específicas de las ICC los emprendedores del ámbito cultural se ven obligados a experimentar con nuevas identidades jurídicas y con otras estructuras organizativas. De hecho, el modelo de emprendedor cultural que se ha

venido dando hasta el momento es un híbrido entre el trabajador cultural y el empresario, el cual no es suficiente para dar respuesta a las exigencias de desprecuarización que surgen del sector cultural.

Nos hallamos ante un proceso en el que desde la administración pública se debiera reflexionar sobre la idoneidad o no de expandir el modelo de ICC, tal y como se conoce en la actualidad. No es posible aplicar a todos los productores culturales un mismo modelo, es preciso determinar qué agentes son susceptibles de convertirse en empresa y cuáles no, ya que la realidad es que existen proyectos susceptibles de funcionar según dinámicas empresariales y otros que no. Reflexión que, muy acertadamente, se ha llevado a cabo en Andalucía⁴⁴ a través del proyecto lunar⁴⁵.

A la hora de promover y fomentar la idea del emprendizaje entre los agentes del ámbito de la producción cultural es necesario tener en cuenta que para ser empresa no solo hace falta una determinada estructura jurídica sino que también se requiere una determinada mentalidad. Tradicionalmente se concebía la cultura como algo que no tenía lucro, que tenía que estar por encima del mercado y que por tanto no se vinculaba al ámbito empresarial. Resulta necesario imaginar otras formas de empresarialidad que permita repensar el modelo creado a partir del paradigma de las ICC. La cultura es un derecho fundamental de la ciudadanía, hecho que no debiera ser incompatible con que la cultura pueda ser promovida y gestionada desde el ámbito privado, siempre y cuando, esta gestión se lleve a cabo en el respeto a unos principios y a unos valores determinados, que tengan en cuenta el valor de la cultura y su contribución al desarrollo humano, social, económico y cultural de los individuos. Modelo en el que la administración pública se limite a tener un papel relacional, en base al cual, proporcione a los emprendedores culturales unas condiciones adecuadas a sus peculiaridades y necesidades, que les permitan llevar a cabo sus iniciativas.

7. Panorámica europea de la cultura a partir de la *Estrategia 2020*.

El informe KEA *The Economy of Culture in Europe* (2006) es el punto de partida a partir del cual se elaboran y se evalúan las políticas de las ICC en la Unión Europea. Informe que sirvió de base para la elaboración por la Comisión Europea del libro verde

⁴⁴ El estudio KEA para la Comisión Europea *Business Innovation Support Services for Creative Industries* (informe sobre los servicios de apoyo a la innovación en el ámbito de las industrias culturales y creativas) alude a las buenas prácticas de Andalucía en relación al fomento de la innovación en el ámbito de las empresas culturales y creativas. Ver http://www.europe-innova.eu/c/document_library/get_file?folderId=21454&name=DLFE-6815.pdf

⁴⁵ <http://www.proyectolunar.com/mu/>

Emprendimiento creativo y economía social

de las ICC y en el que se observa como la Comisión considera las ICC como elementos relevantes a la hora de hacer frente a la crisis actual.

De la *Estrategia Europa 2020 para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador*, se deduce que tanto los países miembros de la Unión Europea como la Comisión deben trabajar por incentivar al máximo la innovación económica y social, pero, cuál es el papel de las ICC en la senda fijada por la *Estrategia 2020*. Cómo se va a conseguir que las bazas culturales de Europa sean la base de una poderosa economía creativa y una sociedad cohesionada.

Para intentar dar respuesta a estas preguntas, e iniciar un debate al respecto, el 27 de abril de 2010 la Comisión Europea publicó el *libro verde de las industrias culturales y creativas: liberar el potencial de las industrias culturales y creativas*, documento que en su inicio indica lo siguiente:

“En las últimas décadas, el mundo se ha transformado a una mayor velocidad. Para Europa y otras partes del mundo, la rápida implantación de las nuevas tecnologías y la creciente globalización han provocado una radical reorientación desde la industria manufacturera tradicional hacia los servicios y la innovación. Las fábricas se están sustituyendo progresivamente por comunidades creativas cuya materia prima es su capacidad para imaginar, crear e innovar”.

Si Europa quiere seguir siendo competitiva en este entorno global en transformación es necesario que desde los poderes públicos se establezcan las condiciones adecuadas para que la creatividad y la innovación florezcan en una nueva cultura empresarial, tal y como establece la *Estrategia Europa 2020*, para ello, Europa tiene que identificar nuevas fuentes del crecimiento inteligente, sostenible e integrador al que aspira la Estrategia y para ello debe invertir en dichas fuentes, con el objetivo final de que se produzca el relevo.

7.1 Contribución de la cultura a la aplicación de la *Estrategia Europa 2020*.

La política de cohesión de la UE ha reconocido la contribución múltiple de la cultura a sus objetivos estratégicos: convergencia; competitividad y empleo; cooperación territorial. Asimismo, desde la Comisión Europea se indica que las ICC de Europa ofrecen un gran potencial para responder a los desafíos del panorama económico actual y contribuir a la consecución de los objetivos fijados en la *Estrategia Europa 2020*.

Emprendimiento creativo y economía social

Tal y como han demostrado numerosos estudios⁴⁶, a los que ya hemos hecho referencia a lo largo de este documento, el sector cultural y creativo tiene unas empresas muy innovadoras, con un gran potencial económico y son uno de los sectores más dinámicos de Europa.

En base a las conclusiones del Consejo sobre la contribución de la cultura a la aplicación de la *Estrategia 2020*⁴⁷ se considera que la cultura puede contribuir de manera significativa y multidimensional a las medidas propuestas por las directrices integradas en la *Estrategia Europa 2020* y en sus iniciativas emblemáticas. Para lograr dicha contribución, tanto el Consejo de Europa como los Gobiernos de los Estados miembros han señalado seis prioridades en el plan de trabajo en materia de cultura para el período 2011-2014⁴⁸. Prioridades que son las que se citan a continuación:

- Prioridad A: Diversidad cultural, diálogo intercultural y cultura accesible e integradora.
- Prioridad B: Industrias culturales y creativas.
- Prioridad C: Competencias y movilidad.
- Prioridad D: Patrimonio cultural.
- Prioridad E: La cultura en las relaciones exteriores.
- Prioridad F: Estadísticas culturales.

En base a todo esto, en relación a la contribución de la cultura a la consecución de los objetivos fijados por la *Estrategia Europa 2020*, el Consejo subraya:

En primer lugar, en relación a la contribución de la cultura al crecimiento inteligente, el Consejo de Europa indica que:

“las ICC son una fuente importante de potencial de empleo. En la última década, el empleo total en las ICC se ha triplicado en relación con el aumento del empleo en la economía de la UE en su conjunto. También, son un motor de la creatividad y la innovación no tecnológica para toda la economía, generando servicios y bienes de alta calidad y competitivos. Por último, por medio de los vínculos pertinentes con la educación, la cultura puede contribuir eficazmente a la formación de una mano de obra competente y adaptable, complementando así la actuación económica”.

En segundo lugar, en relación a la contribución de la cultura al crecimiento sostenible, el Consejo establece que:

⁴⁶ Entre los diversos estudios que resaltan la importancia socioeconómica de las industrias culturales y creativas se encuentran el estudio sobre la economía de la cultura en Europa, realizado por KEA para la Comisión Europea en el año 2006, así como los informes UNCTAD sobre economía creativa de 2008 y 2010.

⁴⁷ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2011:175:0001:0004:ES:PDF>

⁴⁸ DO C 325 de 2/12/2010, página 1.

Emprendimiento creativo y economía social

“la cultura puede contribuir al desarrollo sostenible fomentando una movilidad más ecológica, y la utilización de tecnologías punta sostenibles, incluida la digitalización que garantiza la disponibilidad en línea de los contenidos culturales. Los artistas y el sector cultural en su conjunto pueden desempeñar un papel fundamental para cambiar las actitudes de la sociedad hacia el medio ambiente”.

Por último, en cuanto a la contribución de la cultura al crecimiento integrador, el Consejo concluye que:

“la cultura puede contribuir al crecimiento integrador mediante el fomento del diálogo intercultural respetando plenamente la diversidad cultural. Las actividades y programas culturales pueden reforzar la cohesión social y el desarrollo comunitario, así como permitir a las personas o a una comunidad su plena participación en la vida social, cultural y económica”.

Por todo ello, con el objeto de facilitar que las ICC sean elementos fundamentales en la construcción del nuevo modelo económico y de desarrollo, el Consejo hace una serie de recomendaciones a los Estados miembros de la UE, entre las que destacaría:

1. Tomar en consideración la transversalidad de la cultura a la hora de elaborar políticas y programas dirigidos a la consecución de los objetivos de la *Estrategia Europa 2020*, de conformidad con el apartado 4 del artículo 167 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea, que establece la necesidad de integrar la cultura en las demás políticas europeas, tanto interiores como exteriores, además de compartir buenas prácticas en relación con los instrumentos y metodologías para evaluar la contribución de la cultura a dichos objetivos.

2. Reforzar las sinergias y fomentar las asociaciones entre la educación, la cultura, las instituciones de investigación y el mundo de los negocios atendiendo especialmente a las necesidades de cultivar el talento, las destrezas y las competencias necesarias para las actividades creativas.

3. Utilizar los instrumentos financieros de la UE, en particular los fondos estructurales, para reconocer el potencial de la cultura y las ICC como motores de desarrollo, integrándolas en las estrategias de especialización inteligentes⁴⁹

4. Fomentar tecnologías sostenibles y ecológicas en los procesos de producción y distribución de los bienes y servicios culturales. Apoyar a los artistas y al sector cultural en el proceso de concienciación de los problemas del desarrollo sostenible, a través de actividades educativas no formales e informales.

⁴⁹ Comunicación de la Comisión de 6 de octubre de 2010 sobre *Contribución de la política regional al crecimiento inteligente en el marco de Europa 2020* COM(2010) 553 final.

5. Responder a las necesidades de formación y a las prioridades en materia de desarrollo de la capacidad de las instituciones y de los profesionales que llevan a cabo un trabajo sociocultural efectivo.

7.2 El libro verde de las industrias culturales y creativas.

El libro verde de las ICC de la Comisión Europea lanza un debate para *liberar el potencial de las industrias culturales y creativas* y reconoce oficialmente la importancia económica y social de este sector. Para cumplir su objetivo, la Comisión Europea elaboró un cuestionario que difundió para que fuese respondido por los diferentes grupos de interés. De este modo, lo que se pretendió fue que todas las partes interesadas participasen en la elaboración de una estrategia a través de la cual se libere el potencial de las ICC, para que éstas contribuyan a la consecución de los objetivos de la *Estrategia Europa 2020*. Cuestionario que se adjuntan a este proyecto como Anexo I.

Para poder liberar plenamente su doble potencial cultural y económico, las ICC necesitan aumentar su capacidad de experimentar e innovar, servirse de una combinación de competencias adecuada y acceder a financiación. Gracias a la economía creativa, los profesionales de la cultura son los motores de la sociedad del conocimiento y se convierten en la fuente del desarrollo y de la cohesión social.

El libro verde examina las diversas opciones a partir de las cuales es posible incrementar la competitividad de las ICC en Europa. En su elaboración la Comisión ha tenido en cuenta múltiples perspectivas. Según el libro verde para convertir las bazas culturales de las que dispone Europa en la base de una poderosa economía creativa, las ICC deben poder aprovechar al máximo las oportunidades que ofrecen la diversidad cultural, la globalización y la digitalización, que son considerados como los factores impulsores clave para el futuro desarrollo de estas industrias. En este marco, según la Comisión, va a ser necesario focalizar los esfuerzos de las instituciones en los siguientes puntos:

a) Crear los medios adecuados para incrementar la capacidad de experimentar, innovar y tener éxito como empresarios.

Emprendimiento creativo y economía social

b) Ayudar a las ICC a desarrollarse en su entorno local y regional como plataforma de lanzamiento para una mayor presencia global, contribuyendo a ello a través de intercambios y políticas de movilidad.

Entre las *Conclusiones del Consejo de Europa sobre la contribución de los sectores culturales y creativos a la consecución de los objetivos de Lisboa*⁵⁰ y las *Conclusiones del Consejo de Europa sobre la cultura como catalizador para la creatividad y la innovación*⁵¹ destacan: la necesidad de reforzar el vínculo entre la educación, la formación y las ICC, así como la necesidad de maximizar el potencial de las PYME en los sectores culturales y creativo.

El libro verde inicia un debate sobre cuáles son los requisitos de un entorno creativo estimulante para las industrias culturales y creativas de la UE. Asimismo, aborda ámbitos clave, en los que para liberar efectivamente el potencial de las industrias culturales y creativas, se precisa una plena utilización de las políticas y de los instrumentos, a todos los niveles de gobernanza, así como la consecución de una mayor coherencia y coordinación entre ellos.

A partir de aquí establece las prioridades de actuación a nivel europeo. Prioridades de las que nos vamos a ocupar a continuación.

7.2.1 Factores que impulsan un mayor desarrollo de las industrias culturales y creativas.

Las ICC se enfrentan a un contexto en rápida transformación caracterizado por la velocidad del desarrollo y la implantación de las TIC a escala global, las cuales tienen un gran impacto en todos los sectores, sobre toda la cadena de valor, desde la creación hasta la producción, pasando por la distribución y el consumo de bienes y servicios culturales. Estas nuevas circunstancias cambian los modelos tradicionales de producción y consumo, ello representa un desafío al sistema a través del cual la comunidad de creadores ha conseguido hasta ahora sacar valor del contenido. El valor económico se está desplazando hacia el final de la cadena, lo cual, en determinados sectores, afecta a la redistribución efectiva de la creación. Motivo por el que deben desarrollarse modelos empresariales nuevos e innovadores.

⁵⁰ Ver http://www.consilium.europa.eu/ueDocs/cms_Data/docs/pressData/en/educ/94291.pdf

⁵¹ Ver http://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/doc/CONS_NATIVE_CS_2009_08749_1_EN.pdf

Emprendimiento creativo y economía social

Para muchas empresas creativas, puede resultar difícil mantener en funcionamiento la empresa con un modelo empresarial tradicional. En gran medida la capacidad de una empresa para responder a estos cambios estructurales va a depender de su tamaño. Tal y como ya hemos señalado, la gran mayoría de las ICC consisten en una multitud de microempresas y de pequeñas y medianas empresas, así como de autónomos que coexisten con empresas vertical u horizontalmente integradas. La existencia de una gama variada de empresarios y la libre circulación de sus servicios es un requisito previo para una oferta culturalmente diversa para los consumidores.

La interoperabilidad puede desempeñar un destacado papel en la creación de unas condiciones equitativas de acceso para las nuevas plataformas y los nuevos equipos. Asimismo es importante no solo para los productores, especialmente para las PYME, sino también para los usuarios. La interoperabilidad refuerza la capacidad de elegir del usuario, especialmente en el caso de los productos y servicios de las industrias culturales y creativas basados en las TIC⁵².

En este contexto la Comisión a través de sus políticas va a abordar tres importantes ámbitos. Políticas que van a tener un impacto significativo en las condiciones marco para las ICC en un entorno digital. Los ámbitos a los que vamos a hacer referencia son los que se indican a continuación:

En primer lugar, *la Agenda Digital* para Europa, la cual es una de las siete iniciativas insignia de la Europa 2020. En el marco que se crea a partir de *la Agenda Digital*, la Comisión se va a esforzar en crear un auténtico mercado único para contenidos y servicios en línea.

En segundo lugar, en el ámbito de actuación de la iniciativa *Unión por la innovación*, que también es una de las iniciativas insignias de la *Estrategia Europa 2020*, se van a emprender acciones específicas para reforzar el papel de las ICC como catalizadores de la innovación y el cambio estructural. A este respecto, se presta especial atención a promover el espíritu de empresa, el acceso a la financiación, a mejorar las condiciones marco y la previsión, a determinar las necesidades de investigación y competencias a desarrollar nuevos conceptos de agrupaciones de empresas y a apoyar mejor a las

⁵² Véase el documento de trabajo de los servicios de la Comisión *The challenges for European standardisation*, de octubre de 2004.

Emprendimiento creativo y economía social

empresas y la innovación⁵³. El objetivo es el de reunir a los principales actores a nivel regional, nacional y europeo con el objetivo de utilizar de manera más estratégica las iniciativas actuales y previstas en apoyo de las ICC así como de reforzar la cooperación transnacional entre ellas. De este modo se pretende contribuir a que más ideas innovadoras se conviertan en nuevos productos y servicios que creen crecimiento y empleo.

En tercer lugar, pero no menos importante, se hace referencia a la *Estrategia sobre propiedad intelectual*, entre otras cosas, se basará en una serie de iniciativas pasadas y en curso que están directamente relacionadas con varias ICC⁵⁴. Se presta especial atención a la utilización y la gestión de los derechos, buscando un equilibrio entre la necesaria protección y sostenibilidad de la creación y la necesidad de fomentar el desarrollo de nuevos servicios y modelos empresariales.

7.2.2 Crear los medios adecuados.

Las ICC necesitan una mayor capacidad para experimentar e innovar y poder acceder a una adecuada combinación de competencias y a la financiación. En este ámbito el libro verde hace referencia a tres puntos:

1. La puesta en marcha de nuevos espacios para la experimentación, la innovación y el espíritu de empresa en el sector cultural y creativo.
2. Responder mejor a las necesidades de competencias de las industrias culturales y creativas (reforzar el vínculo entre industrias culturales y creativas, educación y formación).
3. Acceso a la financiación

En relación a la necesidad de nuevos espacios se observa como impulsados por las nuevas tecnologías, sobre todo las digitales, han surgido nuevas audiencias, canales de distribución y modelos de consumo. El acceso a las artes, y su participación en ellas, está constantemente cambiando de forma. Existe la necesidad de reconocer y

⁵³ En este ámbito de actuación el libro verde hace referencia a los debates llevados a cabo durante el taller de expertos *Toward a Pan-European initiative in support of innovative creative industries in Europe* que se celebró en Ámsterdam el 4 y 5 de febrero de 2010. Ver <http://www.europe-innova.eu/creative-industries>.

⁵⁴ Comunicación de la Comisión *Los derechos de autor en la economía del conocimiento*, COM(2009)532; documento de consulta *Creative content in a European digital single market: Challenges for the future*.

Emprendimiento creativo y economía social

apoyar nuevas maneras de experimentar la cultura. Debe reforzarse el aspecto de investigación y desarrollo de la creatividad y la creación. A su vez, es necesario promover una colaboración más intensiva, sistemática y amplia entre las artes y las instituciones académicas y científicas, así como iniciativas entre el sector público y el privado en apoyo de una experimentación impulsada por los artistas.

La administración pública debe hacer todo lo posible para crear unas condiciones en las que los actores puedan cooperar sobre acciones concretas en una serie de ámbitos de interés estratégico. Así pues, debiera promoverse tal y como indica el libro verde, el establecimiento de lugares de reunión y laboratorios para una innovación y una experimentación abiertas y centradas en el usuario, en los que trabajen juntas diferentes disciplinas, y debería alentarse la existencia de intermediarios o mediadores entre diferentes sectores y disciplinas. También debieran impulsarse mejores prácticas en materia de responsabilidad y transparencia con el fin último de alcanzar la excelencia a nivel mundial.

Es importante crear unas condiciones más apropiadas y favorables para integrar las nuevas tecnologías y, en particular, las digitales, en las ICC, con lo que éstas podrían producir un contenido profesional más diverso e innovador para los ciudadanos de la UE, a través de la interconexión efectiva de las diferentes capas relacionadas de los servicios empresariales e innovadores para aportar creatividad al mercado.

Los procesos de producción de las ICC están sometidos a una adaptación e innovación constantes, por lo cual es esencial intercambiar información, basarse en activos intangibles y atraer talento para renovar el proceso. Estos requisitos se derivan de la propia naturaleza de los productos culturales. Debido a estas limitaciones la mejor estructura organizativa es la de una “agrupación de industrias culturales y creativas”, es decir, un conjunto concentrado de industrias reactivas y adaptables. En la mayor parte de los casos, estas agrupaciones funcionales se basan en una intensa colaboración entre diferentes instituciones y actores de la innovación interrelacionados. En estos entornos, los competidores emprenden frecuentemente cooperaciones entre empresas.

Tal y como establece la Declaración de Ámsterdam⁵⁵ existe la necesidad de mejorar el entorno físico y social en el que los trabajadores creativos y las instituciones

⁵⁵ Declaración adoptada por los participantes en el taller *Towards a Pan-European initiative in support of innovative creative industries in Europe* (hacia una iniciativa paneuropea para el apoyo de industrias innovadoras creativas), febrero 2010: <http://www.europe-innova.eu>

Emprendimiento creativo y economía social

relacionadas, tales como las escuelas de arte y diseño y los museos, puedan operar efectivamente en agrupaciones.

7.2.2.1 Responder mejor a las necesidades de competencias de las industrias culturales y creativas.

Las industrias culturales y creativas situadas en el punto en el que confluyen la creatividad y el espíritu de empresa tienen dificultades para encontrar personal con la adecuada combinación de competencias. Es de capital importancia garantizar una mejor correspondencia entre la oferta de competencias y la demanda del mercado laboral a medio y largo plazo a fin de reforzar el potencial competitivo del sector. La cooperación entre las escuelas o centros universitarios de arte y diseño y las empresas puede contribuir a este objetivo. Los viveros de empresas, que en muchos casos se han establecido fuera de las escuelas de arte, pero con los que éstas cooperan han demostrado tener éxito a la hora de eliminar el desfase entre la oferta y la demanda de competencias. Asimismo, la presión de una evolución tecnológica constante, las necesidades técnicas del sector exigen un aprendizaje permanente. Además, las ICC también necesitan personas con competencias empresariales que puedan comprender y movilizar las oportunidades de financiación y que a su vez comprendan las TIC. A no ser que se tomen medidas a este respecto, existe el riesgo de que la insuficiencia, la inadecuación y la falta de competencias impidan a Europa liberar el potencial de las ICC.

Con el objetivo de reducir las barreras que se sitúan entre la formación y la práctica profesional se podría plantear el uso de la tutoría por pares como un instrumento útil para acelerar la respuesta de las ICC a los cambios, dado que la mejora de las competencias y los procesos mediante el intercambio entre pares que se enfrentan a los mismos desafíos, como manera de aprender de los errores o éxitos de otros, definir mejor los propios proyectos gracias a aprender de los errores o los éxitos de otros, definir mejor los propios proyectos gracias a tutores experimentados, explorar nuevas tecnologías o expandir la propia base de contactos

7.2.2.2 Acceso a la financiación.

El acceso a la financiación es una barrera fundamental para el crecimiento de muchas empresas dentro de este sector. Tal y como hemos hecho referencia en el punto que

Emprendimiento creativo y economía social

trataba sobre el emprendizaje cultural, en base al estudio que la Utrecht School of the Arts realizó para la Comisión europea sobre la dimensión de las industrias culturales y creativas, uno de los problemas de los “individuos emprendedores” o “trabajadores culturales emprendedores” no encajan en los anteriores modelos típicos de profesionales a tiempo completo.

Las ICC se enfrentan a desafíos específicos en lo que respecta a su disposición a invertir por diferentes motivos, entre los que se encuentran la falta de información acerca de las fuentes pertinentes de financiación y de comprensión de las mismas, dificultad para desarrollar y presentar un plan empresarial de manera convincente, o simplemente la utilización de un modelo empresarial caduco. A su vez, otro problema al que se enfrentan las ICC es que los valores inmateriales de las ICC no tienen ningún valor reconocido en los balances y sus inversiones para desarrollar nuevos talentos e ideas creativas no se corresponden con el concepto estándar de I+D.

El mundo de la creación y el mundo de las finanzas debieran encontrar un lenguaje común que permita a las ICC un acceso más sencillo y más justo a la financiación. En este contexto se identifican una serie de instrumentos financieros innovadores, tales como el capital riesgo, las garantías y otros instrumentos para compartir el riesgo, todos ellos podrían desempeñar un papel fundamental a la hora de facilitar el acceso de las PYME a la financiación. Instrumentos cuya efectividad ha sido ya verificada en otros sectores, dado que este tipo de instrumentos se están ya aplicando en el contexto de los programas de gasto de la UE orientados al mercado, como es por ejemplo el caso de el Programa para la Innovación y la Competitividad, en el que han demostrado su eficiencia a la hora de facilitar el acceso de las PYME a la financiación.

7.2.3 El desarrollo local y regional como punto de partida para conseguir el éxito global.

Las estrategias regionales y locales de desarrollo han integrado con éxito a las ICC en muchos ámbitos, entre ellos la creación de agrupaciones de empresas locales; así como las asociaciones entre las ICC con otros sectores industriales, la investigación, la enseñanza y otros sectores; la creación de laboratorios innovadores,....

Las políticas y los instrumentos de apoyo deben estar determinados a nivel local, basándose en un enfoque de desarrollo basado en el lugar, que haga hincapié en las

Emprendimiento creativo y economía social

características específicas y los activos locales, aprovechando de este modo los recursos locales. Adoptando este enfoque, las inversiones deben ser destinadas a ámbitos cruciales tales como los nuevos modelos empresariales, la creatividad y la innovación, la digitalización, las competencias y la mejora del capital humano, y la colaboración creativa con otros sectores y a partir de aquí definir estrategias de desarrollo integradas en los niveles territoriales pertinentes, en colaboración con las autoridades responsables de las diferentes políticas públicas y los representantes de la sociedad civil, entre los que deben encontrarse las empresas y los trabajadores. A su vez, es de gran importancia posibilitar el intercambio de buenas prácticas, utilizando todas las redes posibles para facilitar el conocimiento y la transferencia de capacidades.

7.2.4 La movilidad y la circulación de las obras culturales y creativas.

La promoción de la movilidad de los artistas y los profesionales de la cultura son esenciales para el florecimiento de las ICC contribuye significativamente a la adquisición de las competencias profesionales que requiere el sector, así como a su evolución artística, contribuyendo además a la apertura de nuevas oportunidades de mercado y reforzando sus posibilidades de carrera.

La movilidad puede repercutir de forma muy positiva en los resultados de las ICC mediante la apertura de nuevas oportunidades de mercado a través de programas que mejoren las estrategias de exportación de la industria, promuevan los programas internacionales de colocación o refuercen el desarrollo de las capacidades.

La circulación más allá de las fronteras nacionales dentro de la UE ayuda a los ciudadanos europeos a conocer y comprender mejor la cultura de los demás, a apreciar la riqueza de la diversidad cultural. Asimismo, la movilidad de los artistas, de los profesionales de la cultura y las obras también es esencial para la circulación de ideas y para dar a todo el mundo un acceso más amplio a la diversidad cultural.

Es necesario comprender mejor qué formas de asociación, cooperación o apoyo podrían contribuir a facilitar, acelerar y expandir la movilidad de las obras, los artistas y los profesionales de la cultura más allá de las fronteras a nivel europeo.

Emprendimiento creativo y economía social

7.2.5 Intercambios culturales y comercio internacional.

El marco que rige la perspectiva de la UE en relación al comercio y los intercambios culturales internacionales es la Convención de la UNESCO de 2005 sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales. Con arreglo a esta convención la UE se compromete a fomentar unos intercambios culturales más equilibrados y a reforzar la solidaridad y la cooperación internacional dentro de un espíritu de colaboración con el fin de reforzar las capacidades de los países en desarrollo para proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales. Además, al mismo tiempo la UE ha reforzado su compromiso de apoyar el papel de la cultura en el desarrollo y promueve diferentes formas de trato preferencial para los países en desarrollo. La UE también está comprometida en la promoción del diálogo intercultural en todo el mundo. Al hacerlo también contribuye a la difusión de su diversidad cultural, incluidos los bienes y servicios producidos por sus industrias culturales y creativas, en todo el mundo.

Para favorecer el desarrollo de las ICC a nivel internacional y la exportación de sus obras, productos y servicios es necesario establecer vínculos con terceros países. Las PYME necesitan ayuda para establecer contactos y para que se promocionen sus actividades en otros países. El diálogo de industria a industria, las misiones de exploración y la información sobre los mercados, así como la representación colectiva en ferias internacionales son algunos de los instrumentos colectivos desarrollados para apoyar las exportaciones. Los programas de cooperación ofrecen tanto una oportunidad de aprendizaje mutuo como una red de contactos en otros países. También es importante facilitar los intercambios artísticos con terceros países para estimular la diversidad cultural.

Europa ha celebrado numerosos acuerdos con terceros países o asociaciones regionales de países. La asistencia técnica y los programas de cooperación podrían incluir a las ICC como ámbitos prioritarios para los intercambios económicos, mediante el apoyo de los diálogos de industria a industria.

Emprendimiento creativo y economía social

7.2.6 Hacia una economía creativa: los efectos indirectos de las Industrias culturales y creativas.

El libro verde de las ICC reconoce que las ICC desempeñan un papel más importante en los sistemas nacionales y regionales de innovación de lo que se ha venido reconociendo hasta ahora, ya que en primer lugar es necesario tener en cuenta que estas industrias proporcionan contenido para alimentar los dispositivos y las redes digitales y, de esta manera, contribuyen a la aceptación y el posterior desarrollo de las TIC, como por ejemplo la implantación de la banda ancha. Dado que por lo general, las demandas de los usuarios intensivos de tecnología alientan las adaptaciones y la evolución de la tecnología, impulsando la innovación por parte de los productores de tecnología. En segundo lugar, a través de su papel específico en el centro de la transición hacia una economía de la experiencia basada en el conocimiento, así como a través de su capacidad para configurar y amplificar las tendencias sociales y culturales y, por tanto, la demanda del consumidor.

Por último, en relación a este tema la Comisión señala que se observa que las empresas que utilizan proporcionalmente más los servicios de las ICC obtienen mejores resultados en materia de innovación. Así pues, parece observarse que los servicios de innovación creativa proporcionados por las ICC son utilizados por otras empresas y organizaciones de la economía más general para sus actividades innovadoras, con lo que se contribuye a hacer frente a las carencias de comportamiento tales como la aversión al riesgo, la tendencia a la inercia y la falta de visión, pero la pregunta que aquí debemos realizarnos es la siguiente: cómo acelerar los efectos indirectos positivos que la cultura y las ICC pueden producir en la sociedad y la economía en general. En este caso, según la Comisión Europea, la principal premisa es la de que la creatividad no es un don innato y ésta se aprende. Todo el mundo es creativo de una manera u otra, y puede aprender a utilizar su potencial creativo. Por tanto, deberíamos esforzarnos en promover competencias creativas, empresariales e interculturales que ayuden a los ciudadanos europeos a responder mejor a los nuevos desafíos económicos y sociales. En relación a este tema la Administración debe actuar desde una perspectiva relacional, como intermediaria, actuando como interfaz entre mundos que solo están empezando a conocerse, contribuyendo a crear confianza y comprensión sobre objetivos y expectativas, y desarrollando o perfeccionando métodos de trabajo.

Emprendimiento creativo y economía social

8. La economía social como modelo de gestión empresarial para una cultura sostenible.

8.1 La economía social en el ámbito de la Unión Europea y en el Estado español.

Conceptualización de la economía social: El emprendedor social y la empresa social.

En la búsqueda de un modelo económico y de desarrollo inteligente, sostenible e integrador, la UE ha dirigido su mirada hacia modelos de empresas que hasta el momento han tenido menor visibilidad que las entidades mercantiles tradicionales. Nos referimos a las entidades de la economía social. Empresas que por definición tienen una clara vocación social, compatible con la faceta económica de sus actividades.

Más allá de las cifras que representa la economía social, su importancia para el nuevo modelo de desarrollo sostenible deriva de los valores que mueven a sus empresas, entidades socialmente innovadoras y comprometidas que se han adelantado a las circunstancias y han adoptado una visión diferente y avanzada de entender la economía y la empresa. Su modelo de negocio, más participativo, solidario y socialmente responsable, es el propio de una economía sostenible y equilibrada, motivo por el que las empresas de economía social tienen un papel importante que jugar en la estrategia de crecimiento económico *Europa 2020*, dada la coincidencia de los objetivos y filosofía de la estrategia con los principios de la economía social.

Tal y como indica la Confederación Empresarial Española de la Economía Social (CEPES), a pesar de que el término economía social viene de lejos, las empresas sociales tienen su origen moderno en el último cuarto del siglo XX, a partir de la crisis del sistema del estado del bienestar. La empresa social nace en Italia a finales de los 80, y concretamente el concepto de empresa social aparece por primera vez en la revista "impresa sociale" (empresa social) en 1990 para referirse las iniciativas empresariales que se agrupan bajo la denominación de "cooperativas sociales"

La Carta de principios de la Economía Social (2002) de la Conferencia Europea de Cooperativas, Mutualidades, Asociaciones y Fundaciones, antecesora de la actual asociación europea de economía social (Social Economy Europe) introdujo en el acervo comunitario un conjunto de principios que permiten plasmar una realidad diferenciada de las entidades de la economía social. Principios entre los que se encuentran: la primacía de la persona y del objeto social sobre el capital; la adhesión

Emprendimiento creativo y economía social

voluntaria y abierta; el control democrático por sus integrantes; conjunción de los intereses de las personas usuarias y del interés general; defensa y aplicación de los principios de solidaridad y responsabilidad; autonomía de gestión e independencia respecto de los poderes públicos y por último, el destino de los excedentes a la consecución de objetivos a favor del desarrollo sostenible, del interés de los servicios a sus integrantes y del interés social.

Realidad que logró trascender posteriormente al ámbito comunitario a través del Parlamento Europeo, por medio del Informe 2008/2250 (INI) de 26 de enero de 2009 o en el propio Comité Económico y Social Europeo a través de distintos dictámenes como *Economía Social y Mercado Único*⁵⁶ en el año 2000 o más recientemente el Dictamen de *Distintos tipos de empresas*⁵⁷ del año 2009. Dictamen que supuso un primer espaldarazo al reconocimiento de la economía social como sector institucional de la economía.

El Dictamen sobre *Distintos tipos de empresas* establece que cuando se habla de economía social no se trata de una categoría jurídica, sino sociológica. La definición del emprendimiento social no es sencilla y la diversidad tipológica del emprendimiento social complica un cierre conceptual⁵⁸, por lo que su categorización no es tarea fácil. Otra de las cuestiones que plantea este dictamen es la de cómo apoyar a estos emprendedores con entornos que les permitan desarrollar su capacidad de innovación⁵⁹. A partir de este dictamen de 2009, desde las distintas organizaciones del sector de la economía social se trabaja en la elaboración de una iniciativa en favor del emprendimiento social, esfuerzo que finalmente se traduce en la Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones, publicada el 25 de octubre de 2011 y que lleva por título *Iniciativa en favor del emprendimiento social. Construir un ecosistema para promover las empresas sociales en el centro de la economía y las innovaciones sociales*⁶⁰.

El mercado único necesita un nuevo crecimiento inclusivo, orientado hacia el empleo para todos. Con el fin de favorecer una “economía social de mercado altamente competitiva” la Comisión ha situado la economía social y la innovación social en el centro de sus iniciativas, tanto en lo que concierne a la cohesión territorial, como a la

⁵⁶<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=CES/00/21&format=HTML&aged=1&language=ES&guiLanguage=en>

⁵⁷ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2009:318:0022:0028:ES:PDF>

⁵⁸ Punto 2.3 del Dictamen “Distintos tipos de empresas”

⁵⁹ Punto 3.5 del Dictamen “Distintos tipos de empresas”

⁶⁰ Ver <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0682:FIN:ES:PDF>

Emprendimiento creativo y economía social

búsqueda de soluciones originales para los problemas sociales y, en concreto, en la lucha contra la pobreza y la exclusión, tal y como se observa en los documentos que se citan a continuación: *Estrategia Europa 2020*⁶¹, iniciativa emblemática *Unión por la innovación*⁶², *Plataforma Europea contra la Pobreza y la Exclusión Social*⁶³ y *Acta del Mercado Único (AMU)*⁶⁴.

Por su parte, el Estado español aprobó durante el primer trimestre de 2011, la *Ley 5/2011, de 29 de marzo, de Economía Social*. Ley que constituyó un referente a nivel europeo (es anterior a la comunicación de la Comisión Europea), a la hora de contribuir al reconocimiento de la Economía Social como un actor económico y social que debe ser tenido en cuenta en la definición de las políticas públicas. La ley española de economía social logra otorgar un marco normativo común a las más de 45.000 empresas de economía social, que facturan el 10% del PIB⁶⁵. Asimismo, consigue que los principios generales que inspiran la economía social tengan rango de ley. Conforme a la valoración de la Ley 5/2011, que lleva a cabo CEPES (Confederación Empresarial Española de la Economía Social), “esta norma supone un primer paso para la creación de un nuevo modelo económico más proactivo, alejado del asistencialismo y en donde los valores de la economía social se extrapolan al resto de las empresas”.

Hasta aquí, a partir de lo fijado por la Unión Europea y la normativa del Estado español, ha quedado claro que la economía social es una realidad plural y dinámica compuesta por empresas que no se caracterizan por el tamaño o por el sector de actividad sino por el respeto de los valores comunes y la realización de actividades económicas basadas en la solidaridad y la equidad, pero, **¿qué es un emprendedor social?, ¿cuándo podemos concluir que una empresa puede ser considerada como empresa social?**

En relación a la primera pregunta, se observa como la doctrina ha venido tradicionalmente indicando que “los emprendedores sociales poseen rasgos muy especiales, pasión por alcanzar su visión, capacidad de liderazgo y una fibra ética muy

⁶¹ *Europa 2020. Una estrategia para un crecimiento inteligente, sostenible e integrado*. Ver http://ec.europa.eu/commission_2010-2014/president/news/documents/pdf/20100303_1_es.pdf

⁶² Comunicación sobre la Unión por la innovación. Ver <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0546:FIN:ES:PDF#page=2>

⁶³ Comunicación *La Plataforma Europea contra la Pobreza y la Exclusión Social: Un marco europeo para la cohesión social y territorial*. Ver <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0758:FIN:ES:PDF>

⁶⁴ *Acta del Mercado Único. Doce prioridades para estimular el crecimiento y reforzar la confianza*. Ver <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0206:FIN:ES:PDF>

⁶⁵ Datos obtenidos de *Cuadernos de Economía Social* nº 1 de 2011

Emprendimiento creativo y economía social

fuerte”⁶⁶. Gregory Dees⁶⁷ en su artículo sobre “el significado del emprendimiento social”⁶⁸ establece que:

“el emprendimiento social se define por un conjunto de conductas que son excepcionales. Estas conductas deberían estar promovidas y recompensadas hacia quienes tienen las capacidades y el temperamento para llevar a cabo este tipo de trabajo [.....] la sociedad tiene una necesidad de diferentes tipos de estilos de liderazgo. El emprendedor social es una variedad especial de líder, y debería reconocerse como tal”.

En definitiva, es posible concluir que el emprendedor social se caracteriza por plantear una solución a problemas existentes en el ámbito social, medioambiental y cultural. En base a esto y conforme a la comunicación de la Comisión Europea de fecha 25 de octubre de 2011 se puede afirmar que su razón de ser es la de organizar transformaciones sociales y económicas que contribuyan a los objetivos de la *Estrategia Europa 2020*, ya que:

“Al responder mediante la innovación social a necesidades aún no satisfechas, las empresas sociales forman parte de un crecimiento inteligente; al tener en cuenta su impacto ambiental y su visión a largo plazo, conforman un crecimiento sostenible; al hacer hincapié en los aspectos humanos y la cohesión social, se sitúan en el centro del crecimiento inclusivo”.

En segundo lugar, en lo referente al concepto de empresa social, nos encontramos con que a pesar del interés académico que suscita este tema, no existe una definición clara del mismo. Motivo por el que la definición de empresa social que voy a utilizar en este documento con el objeto de tratar de determinar la idoneidad del uso de la economía social en el desarrollo de un nuevo paradigma de ICC es el establecido a partir de la iniciativa a favor de la economía social de la Comisión y por la ley española de economía social. La Comunicación de la Comisión de 25 de octubre de 2011 define la empresa social como:

“una empresa cuyo principal objetivo es tener una incidencia social, más que generar beneficios para sus propietarios o sus socios. Funciona en el mercado proporcionando bienes y servicios de manera empresarial e innovadora y utiliza sus excedentes principalmente para fines sociales. Además, está sometida a una gestión responsable y transparente”.

Por empresa social la Comisión entiende las empresas que⁶⁹:

⁶⁶ Mair & Martí, 2006, *Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction and delight* (Investigación sobre la economía social: un recurso para la explicación, la predicción y la alegría)

⁶⁷ Gregory Dees que obtuvo el doctorado por la John Hopkins University, es una de las personas más reconocidas en EEUU en el área de “social entrepreneurship”. Ha sido emprendedor y profesor en 4 de las mejores universidades de EEUU: Yale, Harvard Business School, Stanford y Duke University, donde enseña actualmente. Fuente: Revista español del tercer sector.

⁶⁸ Artículo publicado en el número 17 de la *Revista española del Tercer Sector*.

⁶⁹ Definición elaborada por la Comisión para la Iniciativa en favor del emprendimiento social. Dicha definición fue realizada conforme a las normas del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea y de la jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea.

Emprendimiento creativo y economía social

- Tienen como objetivo social un elemento de interés común, como podría ser por ejemplo la cultura.
- Reinvierten sus beneficios principalmente en la realización de este objetivo social.
- Tienen un modo de organización basado en principios democráticos o participativos u orientados a la justicia social.

Por su parte, la Ley española de Economía Social cuando habla de economía social se refiere:

“Al conjunto de las actividades económicas y empresariales, que en el ámbito privado llevan a cabo aquellas entidades que, de conformidad con los principios recogidos en el artículo 4, persiguen bien el interés colectivo de sus integrantes, bien el interés general económico o social, o ambos⁷⁰”.

Las sociedades y entidades que constituyen la economía social son auténticas instituciones socioeconómicas, plenamente adaptadas a la economía de mercado, a los sectores empresariales emergentes y, en general a las necesidades que requiere la sociedad actual.

En base a lo establecido por el artículo 4 las entidades de la economía social actúan en base a los siguientes principios orientadores:

a) Primacía de las personas y del fin social sobre el capital, que se concreta en gestión autónoma y transparente, democrática y participativa, que lleva a priorizar la toma de decisiones más en función de las personas y sus aportaciones de trabajo y servicios prestados a la entidad o en función del fin social, que en relación a sus aportaciones al capital social.

b) Aplicación de los resultados obtenidos de la actividad económica principalmente en función del trabajo aportado y servicio o actividad realizada por las socias y socios o por sus miembros y, en su caso, al fin social objeto de la entidad.

c) Promoción de la solidaridad interna y con la sociedad que favorezca el compromiso con el desarrollo local, la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, la cohesión social, la inserción de personas en riesgo de exclusión social, la generación de empleo estable y de calidad, la conciliación de la vida personal, familiar y laboral y la sostenibilidad.

d) Independencia respecto a los poderes públicos”.

El artículo 5 de la Ley 5/2011 hace referencia expresa a las entidades que se considera integran la economía social. Según el texto normativo forman parte de la economía social:

“las cooperativas, las mutualidades, las fundaciones y las asociaciones que lleven a cabo actividad económica, las sociedades laborales, las empresas de inserción, los centros especiales de empleo, las cofradías de pescadores, las sociedades agrarias de transformación y las entidades singulares creadas por normas específicas que se rijan por los principios establecidos en el artículo anterior. Asimismo, podrán formar parte de la economía social aquellas entidades que realicen actividad económica y empresarial, cuyas reglas de

⁷⁰ Artículo 2 de la Ley 5/2011, de 29 de marzo, de Economía Social.

Emprendimiento creativo y economía social

funcionamiento respondan a los principios enumerados en el artículo anterior, y que sean incluidas en el catálogo de entidades establecido en el artículo 6 de esta Ley⁷¹.

Por todo ello, en base al contenido de la Ley española de Economía Social y en consonancia con lo establecido por la iniciativa de la Comisión en favor del emprendimiento social se observa que la economía social agrupa entidades con un régimen jurídico específico y empresas sociales en forma de sociedad privada o de sociedad anónima tradicional. Los regímenes jurídicos específicos de la economía social están especialmente adaptados a las empresas sociales, ya que su modo de gobernanza favorece la participación y la apertura. Por su parte, en lo referente a las empresas sociales en forma de sociedad privada, lo importante es que su gestión se lleve conforme a los principios básicos de la economía social, enumerados en el artículo 4 de la Ley 5/2011.

8.2 Economía social y cohesión social

Desde sus orígenes, la economía social ha estado dando respuesta a los problemas sociales, colaborando para ello con los poderes públicos y con la sociedad civil para resolverlos.

La economía social conecta con los objetivos de cohesión social y ciudadanía activa. Objetivos que la *Estrategia de Lisboa*⁷² menciona como centrales. Conexión que debe llevarse a cabo dado el anclaje territorial de la economía social y las características específicas de funcionamiento de las entidades que la integran.

Hoy en día, uno de los grandes problemas a los que se enfrenta la sociedad actual es el de la exclusión social. Situación a la que en numerosas ocasiones se llega como consecuencia de la exclusión socio-laboral. En un momento como el actual, caracterizado por un desempleo masivo (en diciembre de 2011 el número de parados en España era de 4.998.225 personas) se observa como los principales grupos excluidos del ámbito laboral son por lo general colectivos vulnerables que se encuentran en situaciones de desigualdad, en relación a su capacidad, cualificación profesional o condiciones culturales, como son por ejemplo las personas con discapacidad, los parados de larga duración, el sector de la población menos formado, ciertas minorías étnicas, inmigrantes, mujeres,.....En contextos tan problemáticos

⁷¹ El artículo 6 de la Ley 5/2011 de la Economía Social prevé la elaboración de un catálogo que incluirá los diferentes tipos de entidades integrantes de la economía social, teniendo en cuenta los principios establecidos en la ley. Catálogo que tendrá que ser elaborado por el Ministerio de Trabajo previo informe del Consejo para el fomento de la Economía Social. A día de hoy todavía no ha sido elaborado dicho catálogo.

⁷² http://eur-lex.europa.eu/es/dossier/dossier_13.htm

Emprendimiento creativo y economía social

como el actual, tradicionalmente, la economía social ha venido demostrando una gran capacidad a la hora de trabajar por la inclusión social, tarea que unas veces ha liderado y que en otras ocasiones ha llevado a cabo en colaboración con la administración, tal y como se observa a través de las actuaciones de asociaciones, fundaciones, empresas sociales y especialmente, a través de los centros especiales de empleo.

La contribución de la economía social a la cohesión social ha sido remarcada por órganos como el CESE, el cual ha concluido que “este sector genera empleo de calidad y contribuye al desarrollo sostenible, puesto que vincula el empleo al territorio, crea capital social y anticipa los procesos de reestructuración sectorial y territorial”⁷³.

Tal y como se deduce de los diversos dictámenes del CESE y de la Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo de 25 de octubre de 2011, el papel de la economía social concuerda con los valores tradicionales del modelo social europeo y su objetivo de garantizar niveles elevados de bienestar y de integración social, económica y política para todos los ciudadanos europeos. Una muestra de la importancia de la contribución de la economía social a la cohesión social es el protagonismo, que poco a poco, van adquiriendo los actores de la economía social en las acciones de cooperación internacional al desarrollo⁷⁴, dada la capacidad de la economía social para incrementar el nivel de cultura democrática de las sociedades, dinamizar el grado de participación social y conseguir dar voz y capacidad de negociación a aquellos grupos sociales que se hayan excluidos del proceso económico y del proceso de elaboración y aplicación de las políticas públicas.

8.3 Economía social y desarrollo local y territorial

Dado el creciente proceso de globalización y las consecuencias del mismo, en base a lo establecido por el informe CIRIEC sobre la economía social europea, se observa como en este contexto, las diferentes entidades que conforman la realidad de la economía social han resultado ser activos fundamentales para facilitar el desarrollo de las capacidades de movilización del capital endógeno, de atracción de empresas, de anclaje del tejido empresarial y de construcción colectiva de nuevas sinergias para la dinamización global del territorio.

⁷³ Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre el *Cuarto informe sobre la cohesión económica y social*. DOUE C 120 16/05/2008

⁷⁴ CEPES (2011). *Informe sobre la economía española en la cooperación al desarrollo*.

Emprendimiento creativo y economía social

La economía social y el desarrollo local son dos conceptos intrínsecamente unidos. La empresa de economía social surge y se desarrolla en un territorio, dado que nace con la vocación de dar solución a problemas locales. Tal y como indica CEPES, territorialmente, la empresa de economía social estimula y aglutina las potencialidades personales, coordinando recursos colectivos, generando empresas, economía y riqueza.

La escuela de organización industrial (EOI) en sus diversas investigaciones ha analizado e identificado las razones que hacen posible la promoción de los procesos de desarrollo local a través de la economía social, razones que identifica tal y como se establece a continuación:

“a) Las empresas sociales presentan una mayor propensión a reinvertir los beneficios en el mismo territorio que los genera, dada la lógica de distribución de beneficios y excedentes típica de la economía social.

b) La capacidad de las empresas de economía social para movilizar no solo los recursos existentes a nivel local, sino también los actores locales, que sin duda son los que mejor conocen su medio y los que están mejor situados para activar iniciativas adecuadas, susceptibles de éxito.

c) La capacidad de las entidades de economía social para crear y fomentar cultura emprendedora, así como para el desarrollo y fortalecimiento del tejido empresarial.

d) Su capacidad para detectar necesidades locales y generar actividad económica que las satisfaga.

e) Su capacidad para generar capital social, requisito indispensable para generar y fundamentar un desarrollo económico sostenido”.

Razones que encuentran su fundamento en los principios orientadores fijados por la Ley 5/2011 de economía social, los cuales definen a este tipo de entidades. Principios entre los que se encuentra la promoción de la solidaridad interna y externa, que favorece el compromiso con el desarrollo local; la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres; la cohesión social; la inserción de personas en riesgo de exclusión; la generación de empleo estable y de calidad; la conciliación de la vida personal, familiar y laboral; así como la sostenibilidad.

Todo ello, en consonancia con lo manifestado por el Comité de las Regiones al afirmar que:

“el desarrollo sostenible de los territorios es una de las grandes políticas europeas en las que la economía social desempeña un papel esencial, puesto que contribuye a la cohesión social, a

Emprendimiento creativo y economía social

la formación de capital social, a la integración social, a la generación de empleo y a la creación de empresas a nivel local”⁷⁵.

8.4 Economía social e innovación.

Otro elemento a tener en cuenta es el papel de la economía social en los procesos de cambio y su influencia en los procesos de innovación no tecnológicos. Últimamente se habla mucho de innovación social, concepto que a mi juicio resulta muy difícil de definir. En relación a este tema, me decanto por una definición que leí en un artículo de la *Revista Española del Tercer Sector*, en el que se definía la innovación social como:

“una combinación más eficaz y eficiente de los elementos existentes en la economía para solucionar un problema social, que necesita de la capacidad de los implicados y de la generación de apoyos para poder crear valor sostenible para toda la sociedad”⁷⁶.

Una de las características de las entidades integrantes de la economía social es que a través de sus actividades pretenden innovar y solucionar problemas reales, a través de respuestas por lo general creativas e innovadoras. En este sentido, el informe de la subcomisión para el fomento de la economía social del Congreso de los Diputados indica que la vinculación directa de estas empresas con la sociedad les otorga una especial capacidad para detectar nuevas necesidades, para canalizarlas a las administraciones públicas y a las empresas privadas tradicionales.

Esta característica ha estado presente en la economía social desde sus orígenes y un ejemplo de ello, es lo que aconteció en el siglo XIX cuando las sociedades de socorros mutuos y las mutualidades fueron pioneras al dar respuesta a los problemas de los obreros a la hora de cubrir sus riesgos sanitarios. Mutualidades que supusieron una gran innovación social, dado que, constituyeron el paso previo al nacimiento de los sistemas públicos de seguridad social europeos. Sin embargo, es necesario tener en cuenta que el potencial de la innovación de la economía social no se agota en el ámbito social y asistencial. Un factor clave para el desarrollo de este potencial son los sistemas de alianza estable entre los diferentes agentes de un territorio implicados en el fomento de la economía social, como es el caso de las administraciones, las universidades, las federaciones y el propio sector empresarial de la economía social.

⁷⁵ Dictamen del Comité de las Regiones sobre el tema *Asociaciones entre las autoridades locales y regionales y las organizaciones socioeconómicas: contribución al empleo, al desarrollo local y a la cohesión social*. DOUE C 192, 12/08/2002

⁷⁶ Vernis, Alfred *Innovación social local a través del mercado en las organizaciones de la sociedad civil en Iberoamérica*. Revista española del tercer sector, número 13 (2009)

Emprendimiento creativo y economía social

Entre los ejemplos de desarrollo de la innovación por los agentes de la economía social a través del sistema de alianzas podríamos citar el sistema CEPES-Andalucía⁷⁷ y el de Mondragón Corporación Cooperativa.

8.5 Economía social y empleo

La contribución de la economía social al empleo no se limita tan solo a la inserción profesional, sino que a través de la diversidad representada por la multitud de entidades que forman parte de la economía social, también crea puestos de trabajo que, en base a los valores intrínsecos de la economía social, aportan a los trabajadores garantías sociales, oportunidades de progresión profesional, derecho a la formación y la posibilidad de autodeterminarse en un papel socialmente útil en la sociedad⁷⁸.

Desde la Secretaría de Estado de Empleo y desde la Subcomisión para el fomento de la economía social del Congreso de los Diputados se reconoce que la economía social contribuye a la realización de los objetivos principales de la Estrategia Europea de Empleo⁷⁹:

1. Mejorar la “empleabilidad” de la población activa.
2. Promover el espíritu empresarial, especialmente mediante la creación de empleo a escala local.
3. Mejorar la capacidad de adaptación de las empresas y sus trabajadores mediante la modernización de la organización del trabajo.
4. Reforzar la política de igualdad de oportunidades, en particular desarrollando políticas públicas que permitan conciliar la vida familiar y la profesional.

La Estrategia de Lisboa de la Unión Europea reconoció, de forma explícita, la economía social como un eje fundamental de su política de empleo. Dicha estrategia constata que:

⁷⁷ Un ejemplo de este sistema de alianzas que favorecen la innovación es el protocolo de colaboración entre la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía y la Confederación de entidades para la economía social de Andalucía en el ámbito de las industrias culturales.

⁷⁸ Informe 154/000015 de la subcomisión para el fomento de la economía social del Congreso de los Diputados. Publicado en el boletín oficial de las cortes generales, número 581 de 2 de junio de 2011

⁷⁹<http://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=es&catId=101>

Emprendimiento creativo y economía social

“las empresas de la economía social han contribuido a crear nuevos empleos, a mantener puestos de trabajo en sectores de actividad y en empresas en crisis y/o amenazadas de cierre, a incrementar el nivel de estabilidad del empleo, a hacer emerger empleos desde la economía informal hacia la oficial, a mantener oficios, explorar nuevas profesiones, y a desarrollar trayectorias de inserción laboral de colectivos especialmente desfavorecidos y ubicados en procesos de exclusión social”.

Por consiguiente, a través de la economía social, tal y como reconocen las diversas instituciones de la Unión Europea, se logra la rectificación de tres desequilibrios fundamentales del mercado de trabajo: el desempleo, la inestabilidad y la exclusión de los desempleados tanto en el plano social como en el mercado laboral.

8.6 Fomento de la economía social.

8.6.1 La necesidad de un ecosistema de apoyo colaborativo.

Ahora más que nunca, la necesidad de impulsar las empresas sociales en España y en el ámbito de la Unión Europea, se ha convertido en una cuestión de vital importancia, tanto por la necesidad de crear empleo y crecimiento, como por la exigencia de aportar en tiempos de crisis soluciones innovadoras a los problemas económicos, sociales, culturales y medioambientales a los que Europa debe hacer frente para seguir siendo competitiva a través de un crecimiento inteligente, sostenible e inclusivo.

Uno de los problemas a los que deben hacer frente las empresas sociales es la de lograr sostenibilidad económica en el sistema de mercado, en el que no es fácil crear de forma simultánea valor social, económico y cultural.

La especificidad y el potencial innovador de las empresas de la economía social están basados en sus valores y en sus principios característicos. Las normas que regulan estas entidades tienen que tener por objeto recoger esta especificidad. Asimismo, también deben ser reconocidas las cargas que conllevan estas especificidades, cargas que se deben a la internalización de los costes sociales que realizan. Se trata de costes ligados al proceso de decisión democrático, al modo de distribución y a la naturaleza de los bienes y servicios que producen, y es a partir de estas características específicas, que a la hora de apoyar el fomento de las empresas de economía social, “se ha detectado la importancia de la elaboración de un ecosistema

Emprendimiento creativo y economía social

de colaboración multitypo y multistakeholder entre diferentes actores de manera que se produzcan sinergias”⁸⁰.

En uno de los artículos del número 17 de la revista española del tercer sector, en el que se analiza el modelo para el análisis organizativo de la empresa social, se hace referencia a la importancia de la creación de un ecosistema colaborativo que facilite la actuación de las empresas sociales. Ecosistema colaborativo que debe tener su base en la creación de alianzas estratégicas entre diferentes actores –empresas, organizaciones de la sociedad civil, universidades, administraciones,....-. Ecosistema en el que estos actores se dedican a poner en común diferentes capacidades estratégicas complementarias con el objeto de mejorar la entrega de productos y servicios susceptibles de contribuir al desarrollo social, cultural y económico. Las alianzas con mayor impacto son aquellas que no consisten tan solo en una transferencia de fondos, sino aquellas en las que se despliegan y desarrollan capacidades estratégicas de cada actor, tales como el conocimiento, los modelos de gestión,...⁸¹.

Una vez determinada la necesidad de crear un ecosistema colaborativo que facilite el fomento de empresas sociales y el desarrollo de su actividad, la pregunta obligada es ¿cómo lo hacemos? Alfred Vernis i Domenech y Clara Navarro Colomer⁸² tratan de contestar esta pregunta indicando que la respuesta la encontramos en los países anglosajones, los cuales llevan más años trabajando sobre este tema. Países que han sido capaces de crear lo que se ha bautizado como un “ecosistema social”. Concepto que se fundamenta en la noción de ecosistema biológico, en el que se observa que las organizaciones que se mantienen aisladas tienden a ser frágiles y vulnerables, concluyendo que para que las empresas puedan evolucionar, manteniéndose vivas y fuertes, deben integrarse con su entorno y evolucionar conjuntamente con él.

En base a lo establecido por estos autores para que un emprendedor social pueda actuar en el mercado en igualdad de condiciones que el resto de empresas, necesitará de un ecosistema de emprendimiento social, el cual constará al menos de seis elementos, los cuales son: la formación e investigación, el asesoramiento, el financiamiento, la difusión, la innovación y las redes.

⁸⁰ Bornstein, David (2004). *How to change the world: social entrepreneurs and the power of new ideas* (Cómo cambiar el mundo: emprendedores sociales y el poder de las nuevas ideas).

⁸¹ Austin, J. *The Collaboration Challenge: How non-profit and business succeed through strategic alliances*. New York. (2000)

⁸² Autores de un artículo titulado “El concepto de ecosistema para el emprendimiento social”. *Revista española del tercer sector*. Número 17.

Emprendimiento creativo y economía social

8.6.2 El fomento de la economía social en España.

Con la finalidad de garantizar la igualdad de oportunidades entre las diferentes formas organizativas, y dado que, a partir de esta finalidad, se ha de realizar un tratamiento desigual antes situaciones desiguales, el marco legal debe establecer medidas dirigidas a compensar las dificultades⁸³ a las que las empresas sociales deben hacer frente en el desempeño de su actividad. Justamente, en este sentido, se pronuncia la Ley 5/2011 de Economía Social, la cual a través de su artículo 8 considera el fomento y la difusión de la economía social como tareas de interés general.

En base a esta consideración, conforme al apartado segundo del artículo 8 de la ley:

“los poderes públicos, en el ámbito de sus respectivas competencias, tendrán como objetivos de sus políticas de promoción de la economía social, entre otros, los siguientes:

- a) Remover los obstáculos que impidan el inicio y desarrollo de una actividad económica de las entidades de la economía social. Para ello se prestará especial atención a la simplificación de trámites administrativos para la creación de entidades de la economía social.
- b) Facilitar las diversas iniciativas de economía social.
- c) Promover los principios y valores de la economía social.
- d) Promocionar la formación y readaptación profesional en el ámbito de las entidades de la economía social.
- e) Facilitar el acceso a los procesos de innovación tecnológica y organizativa a los emprendedores de las entidades de economía social.
- f) Crear un entorno que fomente el desarrollo de las iniciativas económicas y sociales en el marco de la economía social.
- g) Involucrar a las entidades de la economía social en las políticas activas de empleo, especialmente en favor de los sectores más afectados por el desempleo, mujeres, jóvenes y parados de larga duración.
- h) Introducir referencias a la economía social en los planes de estudio de las diferentes etapas educativas.
- i) Fomentar el desarrollo de la economía social en áreas como el desarrollo rural, la dependencia y la integración social”.

⁸³ Informe 154/000015 de la subcomisión para el fomento de la economía social del Congreso de los Diputados. Publicado en el boletín oficial de las cortes generales, número 581 de 2 de junio de 2011.

Emprendimiento creativo y economía social

8.6.2.1 Plan de Fomento de la Economía Social (2004-2011)

Aunque la aprobación de la Ley de Economía Social se produjo en 2011, desde 2004 en el Estado español se ha desarrollado un programa de fomento de la economía social basado en los compromisos que adquirió el gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero en relación al desarrollo de la economía social.

El pasado 19 de julio de 2011 desde la Secretaría de Estado de Empleo, concretamente desde la Dirección General de la economía social, del trabajo autónomo y de la responsabilidad social de las empresas se llevó a cabo un balance del programa de fomento de la economía social 2004-2011, el cual se centraba básicamente en las empresas con una forma jurídica tradicional del sector de la economía social, sin tener en cuenta el concepto más amplio de empresa social que actualmente recoge la Ley 5/2011 y la Comunicación de la Comisión Europea de 25 de octubre de 2011. Según el balance que se realizó desde el Ministerio de Trabajo, los objetivos alcanzados durante este período de tiempo, son los que se indican a continuación:

1. Ley de Empresas de Inserción, que lleva a cabo la regulación de las empresas de inserción con la finalidad de servir como un instrumento más a la inserción de los sectores excluidos de la sociedad. En base a la ley, la inserción se articula a través de una prestación laboral en la empresa de inserción, que posibilita la transición de la persona en situación de exclusión social al empleo ordinario.
2. Ley de economía social, con la que se respondió a la demanda histórica del sector de reconocer como tarea de interés general la promoción, estímulo y desarrollo de las entidades de economía social y de sus organizaciones representativas.
3. Ley de la sociedad cooperativa europea con domicilio en España, que permite la intensificación de actividades transnacionales a las sociedades cooperativas, y en el caso de las cooperativas españolas de gran dimensión, su alianza con otras cooperativas de otros países de la Unión Europea.
4. Fomento del empleo en cooperativas y sociedades laborales. En este punto destacaría:

Emprendimiento creativo y economía social

a) El Real Decreto 1300/2009, de 31 de julio, de medidas urgentes de empleo destinadas a los trabajadores autónomos y a las cooperativas y sociedades laborales, que incluye las siguientes medidas:

- Eliminación del plazo de 24 meses para poder percibir la capitalización de la prestación de desempleo por los trabajadores asalariados que pasen a formar parte como socios trabajadores o socios de trabajo de las cooperativas y sociedades laborales. Medida que facilita a los asalariados de sociedades laborales y cooperativas de trabajo asociado poder constituirse como socios trabajadores de las mismas con independencia de la antigüedad como trabajador en la empresa.

- Amortización de deudas al FOGASA por parte de las sociedades laborales y las cooperativas. Cuando por causas tales como fallecimiento, incapacidad y jubilación los socios hayan causado baja en cooperativas y sociedades laborales, el FOGASA no reclamará la devolución de las aportaciones hechas por los trabajadores que percibieron de dicho fondo.

b) La ley de presupuestos generales del estado para el 2010 contemplaba la elevación a 15.500 € la parte del pago único de la prestación por desempleo que está exenta de tributar al impuesto de la renta de las personas físicas.

c) El Real Decreto-ley 1/2011 contempla un programa excepcional de empleo para la transición hacia la contratación estable, mediante una reducción de las cuotas empresariales a la Seguridad Social (que puede llegar al 100%) para las empresas y sociedades laborales o cooperativas, así como los autónomos que contraten a personas trabajadoras pertenecientes a algunos de los colectivos objeto de la misma, que creen nuevos puestos de trabajo a tiempo parcial, siempre que la jornada oscile entre el 50 y el 75% de la habitual y la duración del contrato no sea inferior a seis meses.

d) El Real Decreto-ley 3/2011, de 18 de febrero, de medidas urgentes para la mejora de la empleabilidad y la reforma de las políticas activas de empleo aborda:

- El establecimiento de un catálogo de servicios a la ciudadanía de los servicios públicos de empleo, comprendiendo como servicios destinados a las empresas, entre otros, los de información y asesoramiento para la creación, gestión y funcionamiento

Emprendimiento creativo y economía social

de empresas, por parte de trabajadores autónomos y otras empresas de la economía social.

- Define las políticas activas de empleo, como el conjunto de acciones y medidas de orientación, empleo y formación dirigidas a mejorar las posibilidades de acceso al empleo, por cuenta ajena o propia, de las personas desempleadas, al mantenimiento del empleo y a la promoción profesional de las personas ocupadas y al fomento del espíritu empresarial y de la economía social.

- Identifica las políticas activas de empleo que cubrirán, entre otros ámbitos, el autoempleo y creación de empresas, mediante acciones y medidas dirigidas a fomentar las iniciativas empresariales mediante el empleo autónomo o la economía social

5. Protección social.

- Reconocimiento de la protección por desempleo para los socios trabajadores de duración determinada de las cooperativas que coticen al Régimen General de la Seguridad Social, incorporado en la Ley 43/2006 para la mejora del crecimiento y del empleo.

- La ley 32/2010, de 5 de agosto, por la que se crea un Sistema de Protección por Cese de Actividad para los trabajadores autónomos, incluye en su disposición adicional sexta como beneficiarios de dicha prestación a los socios trabajadores de las cooperativas de trabajo asociado que hayan optado por su encuadramiento en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos o en el Régimen Especial de Trabajadores del Mar.

6. Actuaciones sobre diversas figuras de la economía social: cooperativas y sociedades laborales.

a) Cooperativas. De las actuaciones llevadas a cabo en relación a cooperativas destacaría:

- Transposición de la directiva europea sobre la participación de los trabajadores en la sociedad cooperativa europea.

Emprendimiento creativo y economía social

- Modificación de la Ley 27/1999, de cooperativas para adaptarla a las NIC (normas internacionales de contabilidad) y Orden EHA/3360/2010 por la que se aprueban las normas sobre los aspectos contables de las sociedades cooperativas, con la finalidad de que las sociedades cooperativas puedan tener a su disposición unas normas contables que les permitan seguir suministrando información financiera en el marco del Plan General de Contabilidad y el Plan General de Contabilidad de Pequeñas y Medianas Empresas, en sintonía con las Normas internacionales de información financiera adoptadas por la UE, pero sin abandonar gran parte de la regulación especial aprobada previamente.

b) Sociedades laborales.

Modernización del sistema de la Seguridad Social, mejora el tratamiento de los socios trabajadores de las sociedades laborales, cuando ocupan puestos de administración social, en cuanto a hacerles extensibles todos los beneficios de la Seguridad Social, incluidas la protección por desempleo y el Fondo de Garantía Salarial. Se trata de una medida aplicable a las sociedades laborales no superiores a 25 socios, y recoge una vieja reivindicación de las asociaciones representativas de las sociedades laborales. Medida que va a afectar a unas 14.000 empresas, el 97,6% de las sociedades laborales.

8.6.2.2 Informe de la subcomisión del Congreso de los Diputados para el fomento de la economía social.

Por otra parte, en junio de 2011, en consonancia con lo establecido por el artículo 8 de la Ley 5/2011, y ante la inminente finalización del Plan de Fomento de la Economía Social, la Subcomisión para el fomento de la economía social, del Congreso de los Diputados, publicó en el Boletín Oficial de las Cortes un informe, del que destacaría los siguientes aspectos⁸⁴:

En primer lugar, el hecho de que este informe representa la afirmación de que efectivamente es necesaria la iniciativa de la política en la economía social, dado que tal y como afirma la subcomisión la pluralidad y la diversidad de la economía social hacen posible la construcción de un nuevo tipo de institucionalidad. Asimismo, establece que el hecho de reconocer los aportes sociales de la economía social a la

⁸⁴ Informe 154/000015 de la subcomisión para el fomento de la economía social del Congreso de los Diputados. Publicado en el boletín oficial de las cortes generales, número 581 de 2 de junio de 2011

Emprendimiento creativo y economía social

sociedad no supone reemplazar el papel social del gobierno frente a las necesidades de la sociedad, sino que ofrece una manera de construir un nuevo grado de vinculación entre la sociedad civil y el estado.

El informe continúa diciendo que a pesar de la creciente importancia socioeconómica de la economía social en la sociedad española, se observa que un gran problema que impide su desarrollo es la falta de conciencia pública. Además, constata que la educación es un elemento fundamental en el proceso de difundir y asentar en la sociedad y las personas la economía social.

Entre las muchas recomendaciones que lleva a cabo la subcomisión del Congreso de los Diputados para el fomento de la economía social, destacaría las siguientes:

1. Se recomienda la creación de políticas públicas de fomento de empresas de la economía social que puedan apoyar y desarrollar esta forma de hacer empresa.

La subcomisión hace hincapié en la existencia de problemas relacionados con la constitución de nuevas empresas, sobre todo, problemas de fomento de instrumentos financieros, de capitales de asistencia a la nueva empresa, como el capital-riesgo, sociedades de garantía recíproca. La subcomisión afirma que la política debiera potenciar estos instrumentos con atención a la agilidad de los procesos administrativos, la formación y la gestión.

Dichas políticas de fomento deberían ser impulsadas y consideradas como compensación a la función pública desarrollada por las entidades de economía social, en la medida en que su legislación específica les obliga a asumir determinados compromisos respecto al entorno social y al medio en el que se implican.

2. Recomendación para integrar las empresas de la economía social de manera explícita en las estrategias nacionales para la mejora de la productividad, probablemente uno de los principales problemas de la economía española.

Tal y como establece la subcomisión en su informe es importante potenciar la economía social como fuente de innovación socioeconómica para el conjunto de la economía, impulsando los vínculos entre las organizaciones que las integran. Asimismo, sería recomendable alentar a los actores de la economía social para que adopten estrategias que sean acordes con las nuevas exigencias de unos mercados

Emprendimiento creativo y economía social

cada vez más competitivos y que les permitan reforzar su misión de reconocimiento del bienestar de sus miembros, su respuesta a las necesidades de interés general y su refuerzo de la cohesión social.

3. Recomendación sobre la necesidad de revisar la fiscalidad de las entidades de la economía social.

4. Estimular la responsabilidad social empresarial (RSE) como forma de convertir cada vez más las empresas a las fórmulas de la economía social. La subcomisión señala la importancia de potenciar y facilitar las iniciativas colaborativas entre empresas que incorporen la RSE y las entidades de la economía social.

Tal y como se ha venido reconociendo, las distintas familias de la economía social tienen un vínculo sustantivo con la RSE. Por tanto, desde la subcomisión se recomienda que se integren sus acciones responsables en una política global de RSE y que configuren su reputación social como una seña distintiva de su estrategia empresarial. Además, debería promoverse y apoyar aquellas iniciativas orientadas a la incorporación de los criterios de gestión responsable en las organizaciones no lucrativas. En este sentido, se observa como el parecer de la Comisión Europea en relación a la RSE es muy parecido, la cual publicó recientemente “la estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad de las empresas”⁸⁵.

8.6.3 El fomento de la economía social en el ámbito de la UE.

La Comisión Europea lleva a cabo una serie de propuestas para el fomento de la economía social en el marco de la Comunicación de la Comisión de 25 de octubre de 2011 titulada *la Iniciativa en favor del emprendimiento social. Construir un ecosistema para promover las empresas sociales en el centro de la economía y las innovaciones sociales*⁸⁶. Comunicación que supone una propuesta legislativa de la Comisión, la cual establece que para que las empresas sociales puedan desarrollar todo su potencial es necesario facilitar la implantación de un ecosistema que favorezca el nacimiento de entidades de la economía social, así como su actividad. Es por ello, que la Comisión propone un plan de acción enmarcado en el apoyo general a la innovación social. En

⁸⁵ Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité económico y social europeo y al comité de las regiones. Bruselas 25/10/2011. COM (2011) 681 final

⁸⁶ Ver <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0682:FIN:ES:PDF>

este contexto, la comisión propone once medidas clave, que pretende poner en marcha antes de que finalice el 2012. Estas medidas son:

1. Mejorar el acceso a la financiación

1.1 *Facilitar el acceso a la financiación privada*

Medida clave 1: Proponer antes de que termine 2011 un marco normativo europeo para los fondos de inversión solidaria que facilite el acceso a los mercados financieros de las empresas sociales. El objetivo será fomentar la creación de fondos específicos que les permitan actuar en todo el mercado único.

Medida clave 2: Desarrollo del instrumento europeo de microfinanciación Progress mediante el refuerzo de las capacidades institucionales en el marco del Programa de la Unión Europea para el cambio social y la innovación social para el período 2014-2020. Analizar mejor, fomentar y favorecer el desarrollo del entorno jurídico e institucional del microcrédito.

1.2 *Movilización de los fondos europeos*

Medida clave 3: Creación de un instrumento financiero europeo de 90 millones de euros destinado a facilitar el acceso a la financiación de las empresas sociales.

Medida clave 4: Introducción explícita de una prioridad de inversión en “empresas sociales” en los Reglamentos del FEDER⁸⁷ y del FSE⁸⁸ a partir de 2014⁸⁹.

2. Mejorar la visibilidad del emprendimiento social.

2.1 *Desarrollar instrumentos para conocer mejor el sector y hacer más visible el emprendimiento social.*

Medida clave 5: Determinar cuáles son las buenas prácticas y los modelos reproducibles elaborando con las partes interesadas un mapa completo de las empresas sociales en Europa, señalando cuáles son sus características, sus modelos económicos, su peso económico, su potencial de crecimiento transfronterizo, el

⁸⁷ Fondo Europeo de Desarrollo Regional.

⁸⁸ Fondo Social Europeo

⁸⁹ http://ec.europa.eu/regional_policy/what/future/proposals_2014_2020_fr.cfm

Emprendimiento creativo y economía social

contenido y los criterios de los regímenes jurídicos y fiscales que se les aplican, así como los mecanismos de etiquetado existente.

Medida clave 6: Crear una base de datos pública de las etiquetas y certificaciones aplicables a las empresas sociales en Europa, para mejorar su visibilidad y facilitar su comparación.

Medida clave 7: Promover el aprendizaje mutuo y el reforzamiento de las competencias de las administraciones nacionales y regionales para la aplicación de estrategias globales de apoyo, promoción y financiación de las empresas sociales, en concreto en el marco de los Fondos estructurales, mediante el análisis, el intercambio de las mejores prácticas, la sensibilización y actividades de integración en redes de difusión.

2.2 Reforzar las capacidades de gestión la profesionalización y la integración en redes de los emprendedores sociales.

Los emprendedores sociales tienen que adquirir las competencias necesarias para la buena gestión y el crecimiento de su empresa. Con este fin la Comisión quiere fomentar los intercambios con otros emprendedores innovadores, así como con el mundo académico y de la investigación. Este enriquecimiento mutuo puede llevarse a cabo en el marco de los viveros de empresas.

Medida clave 8:

- Crear una plataforma electrónica de información e intercambio única y multilingüe, dirigida a los empresarios sociales, los viveros y grupos de empresas, los inversores sociales y quienes trabajan con ellos.
- Dar a conocer mejor y hacer más accesibles los programas de la UE que pueden dar apoyo a los empresarios sociales como ERASMUS, ERASMUS -para los jóvenes empresarios, TEMPO, “la juventud en acción” 2007-2013 (en concreto las actividades iniciativas de jóvenes) y Horizonte 2020.

3. Mejorar el entorno jurídico.

Emprendimiento creativo y economía social

3.1 Desarrollar formas jurídicas europeas adaptadas que puedan ser utilizadas por el emprendimiento social europeo.

La diversidad normativa entre los distintos países de la UE lleva a exigencias y procedimientos complejos en materia fiscal, lo cual complica el funcionamiento de este tipo de empresas en el mercado interior.

Medida clave 9: Homogeneizar a nivel europeo la normativa de entidades sociales con un régimen jurídico específico (cooperativas, fundaciones, asociaciones y mutuas)

3.2 Contratación pública.

Pese a las diversas posibilidades que ofrece la normativa en la materia, las empresas sociales suelen considerar que aún tropiezan con dificultades en el acceso a los contratos públicos.

Medida clave 10: En el marco de la reforma de la contratación pública, dar mayor valor al elemento de la calidad en la adjudicación de los contratos, sobre todo en el caso de los servicios sociales y sanitarios, y estudiar cómo podrían tenerse en cuenta las condiciones de trabajo de las personas que participan en la producción de los bienes y servicios objeto del contrato, garantizando siempre el pleno respeto de los principios del Tratado sobre la no discriminación, la igualdad de trato y la transparencia.

3.3 Ayudas estatales.

La Comisión adoptó el 23 de marzo de 2011 una Comunicación sobre la reforma de las normas de la UE en materia de ayudas estatales aplicables a los servicios de interés económico general⁹⁰. La Comisión precisa que tiene previsto adoptar normas más diferenciadas en función de los efectos de las ayudas en forma de compensaciones por la prestación de un servicio público en el mercado intracomunitario. Asimismo, reconoce que determinados tipos de servicios sociales presentan una serie de particularidades relacionadas con su estructura financiera y sus objetivos.

⁹⁰ Ver <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0146:FIN:ES:PDF>

Emprendimiento creativo y economía social

Medida clave 11: Simplificar la aplicación de las normas en materia de ayudas estatales a los servicios sociales y a los servicios locales.

A través de la *iniciativa en favor del emprendimiento social* la Comisión Europea pide a los Estados miembros y a las entidades locales que apoyen y fomenten el desarrollo de las empresas sociales en el ámbito de sus competencias, y, en concreto, a través de las estructuras de desarrollo económico y de las cámaras de comercio. Asimismo, pide que desarrollen una estrategia de conjunto que favorezca el fortalecimiento de las capacidades y la integración en redes y para movilizar los fondos privados y públicos e integrar las empresas sociales en los pactos sobre el empleo y las iniciativas sobre la inclusión social.

Por su parte, la Comisión aplicará sus iniciativas en asociación con los estados miembros, respetando el principio de subsidiariedad y teniendo en cuenta la cohesión económica y social a nivel local, regional y nacional. Es por ello, que a través de su comunicación la Comisión no pretende dar una definición normativa que se imponga a todos y de lugar a un corsé reglamentario. Propone una descripción basada en principios comunes a la mayoría de los estados miembros, cuya diversidad de opciones políticas, económicas y sociales quiere respetar, al igual que la capacidad de innovación de los emprendedores sociales.

9. La economía social y la economía creativa como pilares de un nuevo modelo productivo. La Cultura como nuevo sector emergente para las empresas de economía social.

Tal y como hemos visto a lo largo de este documento, un hecho ampliamente aceptado es que la crisis económica que estamos viviendo en la actualidad ha puesto de manifiesto la necesidad del establecimiento de un nuevo modelo económico y de desarrollo. Motivo por el que desde las instancias de la Unión Europea se ha diseñado una propuesta con la que transformar el modelo económico de la Unión, propuesta que no es otra que la *Estrategia Europa 2020* y con la que se pretende la consecución de un modelo económico inteligente, sostenible e inclusivo.

Para ser capaces de determinar cómo va a ser el nuevo modelo económico y de desarrollo, en primer lugar, es necesario dar respuesta al interrogante que trata de determinar qué sectores son los que van a actuar como impulsores y conductores de

este nuevo modelo. Existen numerosos estudios que investigan esta cuestión, como es por ejemplo el caso de la Escuela de Organización Industrial que ha desarrollado una investigación sobre los *Sectores de la nueva economía 20+20*⁹¹ o el de la Fundación Ideas para el progreso que ha elaborado un documento titulado *Ideas para una nueva economía*⁹².

En el marco de la *Estrategia Europa 2020* la Escuela de Organización Industria (EOI), investiga sobre las nuevas formas de gestión empresarial que, a través de la introducción de metodologías de organización innovadoras y modelos de negocio basados en la creatividad y el talento, sean capaces de responder a las necesidades de modernización de la PYME española.

A partir del debate surgido en torno al nacimiento de una “nueva economía” a escala mundial, la EOI lleva a cabo una caracterización de la misma, en relación a la cual establece que:

“Como propone Castells⁹³ se trata de una economía cuyos dos componentes fundamentales son la informacionalización y la globalización. Se considera que la nueva economía es informacional porque “la productividad y la competitividad de sus agentes (empresas, regiones o naciones) dependen fundamentalmente de su capacidad para generar, procesar y aplicar con eficiencia la información basada en el conocimiento”. Asimismo, es considerada como una economía global porque “la producción, el consumo y la circulación, así como sus componentes (capital, mano de obra, materias primas, gestión, información, tecnología, mercados) están organizados a escala global, bien de forma directa, bien mediante una red de vínculos entre agentes económicos””.

Por otro lado, en base a lo establecido por Ontiveros⁹⁴:

“la posibilidad de disfrutar de información de forma instantánea y simultánea a bajo coste por numerosas personas dispersas en el espacio configura una red de relaciones que influye sobre la configuración de la actividad económica”.

Con el término nueva economía, tal y como establece la EOI, no se hace referencia a un determinado sector, sino más bien a una nueva forma de producir y de consumir, consecuencia de los cambios tecnológicos relacionados con la información, las comunicaciones y la globalización. Cambios que están provocando la transformación estructural de muchos sectores tradicionales, dando lugar a la aparición de oportunidades de negocio en otras actividades, que se caracterizan por su transversalidad en relación a los sectores tradicionales.

⁹¹ <http://www.eoi.es>

⁹² <http://www.fundacionideas.es>

⁹³ Castells, M (1997): *La sociedad red*, Alianza Editorial, Madrid

⁹⁴ Ontiveros, E (2000): *La nueva economía*, Claves de razón práctica, nº 103

Sectores como la economía social y las ICC se mueven de forma transversal a lo largo de las divisiones sectoriales tradicionales. Transversalidad que supone una de las grandes bazas de la economía social y de las ICC a la hora de determinar las posibilidades de futuro de estos sectores en el marco definido para la economía por la *Estrategia Europa 2020*.

En su investigación sobre las nuevas formas de gestión características de la “nueva economía” 2020 la EOI concluye que estas nuevas formas de gestión asientan sus pilares en los valores de sostenibilidad, creatividad, transparencia, participación, responsabilidad, tecnología y compromiso. Asimismo, establece que los sectores sobre los que se va a fundamentar el nuevo modelo económico aparentan ser muy diferentes entre sí. Sin embargo, presentan una serie de tendencias convergentes, que según la investigación sobre los nuevos sectores de la economía 2020 son:

1. El objetivo principal consiste en la creación de valor y la apropiación del valor creado. Aquellas organizaciones capaces de que crear valor encuentran su hueco en el sistema, pero solo aquellas capaces de apropiarse de forma sostenida en el tiempo del valor creado son las que obtienen rentabilidad y pueden sobrevivir en el largo plazo.
2. Las nuevas oportunidades para estas empresas surgen de una elevada creatividad dado que las ideas del negocio surgen de conexiones originales, no establecidas anteriormente.
3. Se hace un uso intensivo de la información y la comunicación.
4. Las estructuras organizativas tienden a ser planas, flexibles e integradas. La toma de decisiones se produce de forma descentralizada y abierta, pudiendo intervenir en las decisiones fundamentales stakeholders que no estén integrados en los órganos de dirección de la empresa. De modo que la empresa se torna abierta.
5. Las relaciones entre los diferentes stakeholders que interaccionan en cada actividad económica son difusas y, en muchos casos, el capital social y relacional adquiere mayor importancia que el capital económico financiero.
6. Creación y gestión de un capital relacional basado en la confianza. Esta confianza ya no proviene exclusivamente del producto o servicio que se vende sino que va más allá, buscando compartir unos mismos valores entre empresa y consumidor a través de redes o subredes sociales. La confianza se configura como uno de los elementos imprescindibles para el funcionamiento de las relaciones en las que están basadas estas actividades económicas, de ahí la importancia estratégica del capital relacional de la empresa.
7. Las comunidades de consumidores se definen a partir de unos valores comunes fuertemente ideologizados, como pueden ser la ecología, la pasión por software abierto o la implicación social. A partir de estos valores se identifican inquietudes comunes que pueden ser satisfechas de forma original mediante ofertas de productos o servicios que responden a las necesidades de estos colectivos.
8. Se supera la barrera del tamaño físico de la empresa. Para estas empresas, el tamaño se configura y tiene sentido en función de la capacidad de gestionar la escala competitiva que reclama la red.

Emprendimiento creativo y economía social

La exposición de motivos de la Ley de Economía Social refleja la esperanza de que a través del proceso de construcción de un nuevo modelo económico europeo, conforme a la *Estrategia Europa 2020*, se logre extrapolar los valores de la economía social al resto de las empresas. La economía social no solo destaca por sus valores económicos, sino que sobre todo destaca por sus valores intrínsecos, que son los que definen su naturaleza social, la cual resulta determinante a la hora de avanzar y trabajar en aquellos sectores en los que el inversor tradicional no suele actuar, por lo que la economía social se configura como un actor que ofrece soluciones y alternativas a los grandes retos económicos y sociales actuales. Motivo que convierte la economía social en uno de los pilares fundamentales del proceso de creación del nuevo modelo económico. En palabras de Mario Mauro⁹⁵:

“las empresas de la economía social demuestran cada día que la racionalidad económica y el progreso social son criterios compatibles, y que la solidaridad y la responsabilidad social son elementos clave para la consecución de un horizonte común de bienestar y cohesión social. Un modelo comprometido con la creación de trabajo, la inversión en capital humano, la lucha contra la exclusión social y el aprovechamiento de la capacidad de innovación de la sociedad europea”

Por otro lado, el papel de las ICC en la configuración del nuevo modelo económico ha sido reconocido en numerosos documentos⁹⁶ de la Comisión Europea, los cuales resaltan la capacidad de las ICC para realizar conexiones originales entre distintas actividades.

En lo referente a la consideración de la cultura como nuevo sector emergente para las empresas de economía social, el informe sobre Economía Social en España 2009-2010⁹⁷ indica, que en el proceso de redefinición del paradigma de las ICC en el que nos hallamos inmersos, comienza a observarse cierto interés por las estructuras de gestión de la economía social, las cuales representan una estructura de organización económica más democrática, sostenible y solidaria que las formas mercantiles tradicionales.

En este sentido, en Francia encontramos ejemplos muy interesantes al respecto, entre los que destacaría por una parte, el caso de UFISC⁹⁸ que cuenta con su propio manifiesto para otra economía del arte y de la cultura, en el que las empresas artísticas y culturales que integran las asociaciones, cooperativas,

⁹⁵ Copresidente del Intergrupo de Economía Social del Parlamento Europeo.

⁹⁶ Documentos entre los que se encuentran la Comunicación de la Comisión *Europa 2020: Una estrategia para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador*, así como el documento de trabajo de los servicios de la Comisión *Challenges for EU support to innovation services: Fostering new markets and jobs through innovation*.

⁹⁷ Informe publicado por CEPES (Confederación Empresarial Española de Economía Social)

⁹⁸ <http://www.ufisc.org>

Emprendimiento creativo y economía social

mutualidades,...declaran su compromiso a favor de un modelo de desarrollo basado en los valores de la solidaridad, la cooperación y la equidad. Asimismo, declaran su compromiso de contribuir a este desarrollo mediante sus proyectos y las formas de organización que adoptan, además, a través del manifiesto al que hemos hecho referencia afirman su pertenencia a la esfera de la economía solidaria.

Por otro lado, también es destacable el caso de la asociación francesa *culture et proximité*⁹⁹ desde la que se han llevado a cabo iniciativas muy interesantes respecto a la cultura y la economía social o solidaria, y entre cuyos objetivos se encuentra el de valorizar las prácticas de la economía social en el ámbito cultural, a través del acompañamiento para la consolidación y el desarrollo de estructuras artísticas y culturales. En este sentido, destacan los dispositivos locales de acompañamiento (DLA), los cuales acompañan las estructuras (asociaciones, cooperativas, estructuras de gestión,...) en su planteamiento de consolidación económica y de desarrollo.

Desde las distintas administraciones públicas españolas, a través de los planes estratégicos de cultura se empiezan a hacer guiños a determinadas estructuras típicas de la economía social, como intento de fortalecer el sector de las ICC, otorgándole mayor fuerza y visibilidad, así como un intento de legitimar un modelo socioeconómico cuya naturaleza se ubica en el espacio que se encuentra entre el sector público y el mercado, y con el que se intenta romper las reglas de la competencia a través del espíritu de la colaboración y de los emprendimientos colectivos, dando lugar a lo que se ha venido a denominar como *smart competition*.

Un ejemplo de ello lo encontramos en el *Plan Estratégico de Cultura de Andalucía*¹⁰⁰ (PECA), el cual establece que uno de los pasos necesarios para el desarrollo de un nuevo modelo de gestión cultural es “la estimulación en la creación y potenciación de un cluster del sector. A tal fin, se promoverá una figura jurídica de asociación empresarial que aglutine a los distintos ámbitos de las industrias culturales”¹⁰¹. En este sentido el PECA establece entre sus objetivos “impulsar una mayor vertebración social y económica de las industrias culturales” (objetivo específico 4 del PECA). Entre las líneas establecidas para la consecución de este objetivo se encuentra la línea 4.1.1 que consiste en fomentar el asociacionismo empresarial

⁹⁹ <http://www.culture-proximite.org>

¹⁰⁰ http://www.juntadeandalucia.es/cultura/web/html/sites/consejeria/migracion/adjuntos/28291_06.pdf

¹⁰¹ www.juntadeandalucia.es/compromisos20082012

Emprendimiento creativo y economía social

Otro ejemplo sería el de la *Estrategia Zaragoza Cultural 2010-2020*, que incluye entre sus propuestas:

“apoyar y fomentar cooperativas de servicios para poder gestionar las cuestiones administrativas de los artistas asociados a ella, impulsadas por un directivo ejecutivo que plantee los temas que los artistas luego desarrollaran y con especial relevancia al técnico jurídico especializado en la propiedad intelectual”¹⁰²; “favorecer fiscal y administrativamente el cooperativismo artístico en la producción”¹⁰³,...

Se trata de medidas que intentan impulsar la constitución de estructuras susceptibles de, por una parte, lograr una mayor eficacia y eficiencia en la gestión de los recursos, y por otra, aumentar la visibilidad y la fuerza de los agentes pertenecientes al ámbito de la producción cultural, a través del uso de las entidades de economía social más tradicionales.

Por otra parte, me gustaría hacer referencia a la importancia que las empresas sociales pueden tener en la potenciación del ámbito de las ICC. Entidades con las que, en mi opinión, es posible dar respuesta a la necesaria orientación de los agentes culturales hacia la gestión privada de la cultura, fomentando el espíritu emprendedor y apoyando la creación de empresas para el desarrollo del sector, su supervivencia y su crecimiento a escala local.

En relación a este tema, me gustaría poner como ejemplo de gestión innovadora aplicada a las ICC, la colaboración existente entre la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía¹⁰⁴ y la Confederación de Entidades para la Economía Social de Andalucía (CEPES-A). Colaboración que se enmarca en el entorno fijado por el *I Plan de Industrias Culturales Andaluzas*¹⁰⁵, y que tiene como objetivo impulsar la presencia de las empresas de economía social en todos los sectores de la producción cultural andaluza, como una nueva forma de contribuir a la creación de riqueza y empleo, así como a la cohesión social de Andalucía, dado que “la economía social detecta las necesidades culturales de nuestra sociedad, convirtiendo al subsector de la cultura en un importante yacimiento para la creación de empresas y empleo, siempre desde su propio modelo de gestión”¹⁰⁶. La gestión de estos acuerdos de colaboración está siendo llevada a cabo por la Fundación Innoves¹⁰⁷, la cual es una fundación cuya

¹⁰² Vector 8.2, propuesta 6 de la *Estrategia Zaragoza Cultural 2010-2020*.

¹⁰³ Vector 8.3, propuesta 5 de la *Estrategia Zaragoza Cultural 2010-2020*.

¹⁰⁴ El estudio KEA para la Comisión Europea *Business Innovation Support Services for Creative Industries* (informe sobre los servicios de apoyo a la innovación en el ámbito de las industrias culturales y creativas) alude a las buenas prácticas de Andalucía en relación al fomento de la innovación en el ámbito de las ICC.

¹⁰⁵ <http://www.juntadeandalucia.es/cultura/web/destacados/destacados/7ea56357-ba33-11de-8ed3-31450f5b9dd5>

¹⁰⁶ Fundación Innoves. Relación entre la economía social y la cultura. Ver <http://cultura.innoves.es/>

¹⁰⁷ Fundación innovación de la economía social.

Emprendimiento creativo y economía social

creación en 2006 fue promovida por CEPES-A y por FAECTA (Federación Andaluza de Empresas de Trabajo Asociado). Su misión es la de promover, articular y aplicar proyectos de innovación, intercooperación e internacionalización en las empresas de economía social andaluza y sus actuación está siendo crucial en el desarrollo empresarial de sectores estratégicos en la economía andaluza, entre los que se sitúa la cultura.

Entre las iniciativas llevadas a cabo por la Fundación Innoves en relación al sector cultural, destaca sin duda, la elaboración del directorio de industrias culturales de economía social. Conforme a lo establecido en su página web¹⁰⁸, “el Directorio de Empresas Culturales de Economía Social recoge casi 500 empresas culturales enmarcadas dentro del sector de la Economía Social, clasificadas según dos categorías: distribución provincial y sectores de actividad”.

Con la elaboración del Directorio se ha contribuido a la ordenación y vertebración del sector, a través de la identificación, catalogación y caracterización de la industria cultural perteneciente a la Economía Social. El directorio cuenta con dos versiones, la edición Web y la edición impresa. Su finalidad es la de potenciar el desarrollo del sector, facilitar la relación comercial de las empresas con sus potenciales clientes y posibilitar el establecimiento de redes de cooperación en el sector de las industrias culturales de la Economía Social con el objeto de facilitar la creación de un ecosistema colaborativo de la economía social en el ámbito cultural. Además, a través de su página web la Fundación Innoves ofrece un “servicio de alerta de oportunidades de la economía social”¹⁰⁹ que permite a las empresas interactuar entre ellas y con los administradores del servicio, así como acceder a información relacionada con temas tales como: oferta de servicios, oportunidades de negocio, intercooperación, financiación, gestión de proyectos,...

Las empresas tenidas en cuenta para formar parte del directorio son aquellas que reúnen la fórmula jurídica de sociedad cooperativa andaluza y sociedad laboral (anónima y limitada). Del mapeo llevado a cabo por la Fundación Innoves se desprenden los siguientes resultados: del total de las industrias culturales de economía social registradas en Andalucía el 43,39% son Sociedades Cooperativas Andaluzas, el 54,71 % son Sociedades Laborales Limitadas y el 1,88% son Sociedades Anónimas Limitadas.

¹⁰⁸ <http://cultura.innoves.es/directorio.php>

¹⁰⁹ <http://alertas.innoves.es//Servicios>

Emprendimiento creativo y economía social

En lo que respecta a Aragón, ha sido imposible acceder a un directorio de estas características, dada su inexistencia. Sin embargo, a través del Observatorio de la Cultura de Zaragoza, ha sido posible acceder a su directorio online de ICC¹¹⁰, en el que, a pesar de que no siempre aparece la forma jurídica de la empresa, si se ha observado la presencia de Sociedades Cooperativas Limitadas y Sociedades Laborales Limitadas.

10. Conclusiones.

El objetivo de este proyecto era determinar si el modelo de gestión que ofrece la economía social es aplicable al ámbito de las ICC para lograr un modelo de gestión sostenible de la cultura.

Los numerosos recortes llevados a cabo en las administraciones públicas en relación a la cultura ponen de manifiesto la necesidad de diseñar un modelo sostenible de gestión y financiación de la cultura. Modelo que, tal y como están las cosas, va a tener que fundamentarse en el ámbito privado a partir del paradigma de las ICC, pero no en las ICC tal y como existen ahora, sino en un modelo mejorado que potencie una economía creativa sostenible en la que sea posible alcanzar el equilibrio entre el discurso económico y el social.

Tanto la economía creativa como la economía social se caracterizan por su naturaleza multidimensional, por el impacto social de las actividades de sus empresas, por las características específicas de sus emprendedores, así como por la dificultad de lograr al mismo tiempo sostenibilidad económica y social en el desarrollo de sus actividades.

Desde la UE a través de la *Estrategia Europa 2020* se está intentando definir un nuevo modelo económico y de desarrollo inteligente, sostenible e integrador. A lo largo de este documento, ha quedado patente la importancia y la contribución de las ICC y de las empresas de la economía social a la consecución de los objetivos fijados por esta estrategia y sus iniciativas emblemáticas.

La aplicación de los principios de la economía social a la economía creativa supondría la creación de un nuevo modelo de gestión cultural sostenible, en el que a partir de unos determinados principios y valores, existan empresas que se caractericen por la

¹¹⁰ <http://www.zaragoza.es/ciudad/cultura/observatorio/directorios/empresas.htm>

Emprendimiento creativo y economía social

gestión de la cultura a partir de la concepción de ésta como un bien común y con la voluntad de servir al fin general. Asimismo, la adopción por parte de las ICC de un modelo y una estructura de gestión acorde a la economía social implicaría la aplicación a estas empresas de unas determinadas condiciones que faciliten su actividad, tal y como se deduce de lo establecido por la Ley de Economía Social y por la Comunicación de la Comisión de 25 de octubre de 2011, *iniciativa en favor del emprendimiento social*.

Las diferentes administraciones públicas se han pronunciado sobre la importancia de las ICC para el desarrollo económico, social, humano y cultural de la ciudadanía, sin embargo, todavía no se han articulado medidas concretas que favorezcan las actividades de las ICC conforme a sus características específicas. Ante esta situación de pasividad administrativa, el sector cultural debiera reaccionar en un momento como el actual y aprovechar las medidas de fomento que desde las distintas instituciones se plantean para fomentar la economía social y para extrapolar los principios de la economía social a todas las empresas.

Un problema que a mi juicio presentan tanto la Ley de Economía Social como la Comunicación de la Comisión Europea, a la que anteriormente hemos hecho referencia, en relación al ámbito cultural es que ninguna de ellas concibe la cultura como cuarto pilar del desarrollo sostenible. En su preámbulo, la ley establece que “la economía social es, en cierto modo, precursora y está comprometida con el modelo económico de desarrollo sostenible, en su triple dimensión económica, social y medioambiental”, y ello a pesar de que en la actualidad está más que reconocido que el alcance del término sostenibilidad va más allá de la simple aplicación al medio ambiente. En este sentido, creo que reivindicar el papel de la cultura como cuarto pilar del desarrollo sostenible es una demanda que debiera realizarse desde el sector cultural tanto a nivel europeo como nacional, dada la importancia de las medidas que desde la Comisión se van a aprobar para incentivar el emprendizaje social. Oportunidad que debiera ser aprovechada por el sector cultural ya que por una parte, los principios de la economía social son afines y compatibles con las características específicas de las ICC y por otra, muchos de los problemas a los que los agentes de ambos sectores se enfrentan son muy similares, tal y como hemos visto a lo largo del documento. Problemas entre los que destacan la necesidad de un régimen jurídico y fiscal acorde a su naturaleza, la dificultad en el acceso a la financiación, la necesidad de crear ecosistemas colaborativos que permitan el fortalecimiento de las capacidades de los agentes del sector, así como la transmisión de conocimiento,...

Emprendimiento creativo y economía social

En el momento actual a las ICC les va a tocar experimentar con nuevos modelos de negocio, nuevas estructuras de gestión y con formas de financiación alternativas a las tradicionales. En este sentido, a través de un informe¹¹¹, el Parlamento Europeo:

“insta a la Comisión y a los Estados miembros a redefinir en el ámbito de las ICC la realidad no comercial, así como a los agentes de la economía social que actúan en los sectores pertinentes de las ICC mediante la concesión de beneficios fiscales, la facilitación del acceso al crédito y la protección del empleo”.

A nivel nacional, la relevancia de la economía social en la construcción del nuevo modelo productivo ha sido reconocida a través de la Ley 5/2011. En el ámbito europeo, mientras las ICC cuentan con un libro verde, los principales agentes de la economía social han logrado que la Comisión se pronuncie a través de una Comunicación, con todo lo que ello significa, y es que mientras un libro verde es un documento destinado a fomentar el debate y a iniciar un procedimiento de consulta, cuando la Comisión lleva a cabo una comunicación sobre un tema, lo que está haciendo es comunicar una propuesta legislativa sobre el mismo.

En mi opinión, la aplicación de la economía social al ámbito de las ICC daría lugar a un reforzamiento del sector y a la aplicación de un régimen jurídico específico, del que carece en la actualidad la economía creativa, y que tiene en cuenta las especiales circunstancias en las que las empresas de economía social llevan a cabo su actividad. Sin embargo, considero que el uso de las distintas fórmulas que presenta la economía social en el ámbito cultural no debe realizarse de un modo indiscriminado. Muy probablemente no todas las iniciativas son susceptibles de ser llevadas a cabo del mismo modo, y antes de elegir la fórmula jurídica a aplicar es necesario tener en cuenta las peculiaridades de cada caso.

Por una parte, la aplicación de las fórmulas más tradicionales de la economía social y del emprendimiento colectivo, tales como cooperativas, asociaciones,....podría suponer un fortalecimiento del sector, mediante la unión de fuerzas. Entidades que podrían ser utilizadas para favorecer la creación de un ecosistema social colaborativo y para la estructuración del sector mediante la creación de capital social. Planteando la cooperación como la alternativa para afrontar los recortes y el emprendimiento social como modo de gestionar dicha cooperación.

¹¹¹ Informe del Parlamento Europeo titulado *liberar el potencial de las ICC* de fecha 13/04/2011

Emprendimiento creativo y economía social

En segundo lugar, el uso de otro tipo de fórmulas de la economía social tales como las sociedades laborales o las cooperativas de trabajo asociado (fórmulas jurídicas que algunas ICC ya usan en la actualidad, tal y como hemos visto) permiten la gestión del proyecto bajo normativa específica que en la actualidad, garantiza una serie de ayudas en la puesta en marcha de la actividad y determinadas bonificaciones fiscales siempre que las empresas cumplan las condiciones fijadas por norma.

No todas las ICC pueden funcionar bajo una estructura jurídica típica de la economía social, tal y como la hemos conocido hasta ahora. Sin embargo, la Ley 5/2011 y la Comunicación de la Comisión de 25 de octubre de 2011 abren la puerta de la economía social a todas aquellas entidades que realicen actividad económica y empresarial, cuyas reglas de funcionamiento respondan a los principios fijados por la Ley 5/2011 en su artículo cuarto, a través de los cuales es posible lograr un fomento equilibrado y sostenible del tejido empresarial cultural y creativo. Para ello, en la línea de lo establecido por Hagoort y Kooyman es necesario que las ICC establezcan una misión cultural clara; que logren el equilibrio entre los intereses artísticos y culturales, por un lado, y los intereses económicos, por otro; y que la ICC haga propia la filosofía de la responsabilidad social corporativa, con el fin de incorporar criterios de gestión responsable.

Es necesario un compromiso por parte de todos los agentes del sector cultural, y ante la escasez de recursos, la necesidad de fortalecer el sector y garantizar la diversidad cultural podría ser interesante que las ICC que gestionen su actividad en base a los principios de la economía social, sin adoptar una estructura jurídica que cuente con su normativa específica, la cual indique cómo llevar a cabo la distribución de beneficios, reinviertan parte de sus ganancias en el sector a través de medidas adoptadas vía RSC (Responsabilidad Social Corporativa). Medida que podría servir posteriormente como ejemplo para empresas de otros sectores a la hora de ampliar el ámbito de actuación de las acciones de RSC y RSE (Responsabilidad Social Empresarial) al ámbito cultural, mediante el establecimiento de alianzas con empresas de otros sectores para el desarrollo de proyectos culturales sostenibles.

Para concluir este documento querría citar un artículo publicado en la Revista Española del Tercer Sector¹¹² y cuya autora Rocío Nogales dice:

¹¹² <http://www.fundacionluisvives.org/rets/>

Emprendimiento creativo y economía social

“Las empresas sociales están recibiendo cada vez más atención como modelo organizativo capaz de promover un nuevo modelo de desarrollo sostenible. El estudio de su contribución se ha centrado en los aspectos sociales, económicos y ambientales del desarrollo sostenible [...] Hasta el momento se ha pasado por alto al potencial de la cultura para el desarrollo de las empresas sociales: al considerarla un mero campo de actividad se ha dificultado el reconocimiento del verdadero significado de la creatividad y los procesos innovadores en el seno de organizaciones culturales y artísticas. Como consecuencia, el potencial de la cultura como una dimensión de la sostenibilidad - el cuarto pilar de la sostenibilidad - ha sido ignorado. Nuestra propuesta es que las empresas sociales, culturales y artísticas ofrecen un raro ejemplo de contexto organizacional que abarca las cuatro dimensiones del desarrollo sostenible (económica, social, medio ambiente y cultural)”.

Bibliografía y Recursos Web

Material normativo e informativo de Administraciones Públicas y Organismos Internacionales. Documentos oficiales de las instituciones, agencias y otros organismos de la Unión Europea.

- Ciudades y Gobiernos Locales Unidos. *Agenda 21 de la Cultura* (2004) Consultado en <http://www.agenda21.culture.net>

- Comisión Europea. *Acta del Mercado Único. Doce prioridades para estimular el crecimiento y reforzar la confianza. "Juntos por un nuevo crecimiento"*. Comunicación de la Comisión. Bruselas 13/04/2011. Consultado en <http://eur-lex.europa.eu>

- Comisión Europea. *Contribución de la política regional al crecimiento inteligente en el marco de Europa 2020*. Comunicación de la Comisión. Bruselas 06/10/2010. Consultado en <http://eur-lex.europa.eu>

- Comisión Europea. *Creative content in a European digital single market: Challenger for the future*. Documento de consulta (2009) Consultado en <http://ec.europa.eu>

- Comisión Europea. *Estrategia Europea para el Empleo*. Consultado en <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=es&catId=101>

- Comisión Europea. *Estrategia renovada de la Unión Europea para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas*. Comunicación de la Comisión, Bruselas 25/10/2011. Consultado en <http://eur-lex.europa.eu>

- Comisión Europea. *"Europa 2020". Una estrategia para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador*. Comunicación de la Comisión, Bruselas 03/03/2010. COM (2010) 2020. Consultado en <http://eur-lex.europa.eu>

- Comisión Europea. *Iniciativa emblemática de Europa 2020. Unión por la innovación*. Comunicación de la Comisión, Bruselas 06/10/2010. Consultado en <http://eur-lex.europa.eu>

- Comisión Europea. *Iniciativa en favor del emprendimiento social. Construir un ecosistema para promover las empresas sociales en el centro de la economía y las*

Emprendimiento creativo y economía social

innovaciones sociales. Comunicación de la Comisión, Bruselas 25/10/2011. Consultado en <http://eur-lex.europa.eu>

- Comisión Europea. *Libro Verde: Liberar el potencial de las industrias culturales y creativas*. Bruselas 27/04/2010. COM (2010) 183 final. Consultado en <http://eur-lex.europa.eu>

- Comisión Europea. *Los derechos de autor en la economía del conocimiento*. Comunicación de la Comisión, Bruselas 19/10/2009. Consultado en <http://eur-lex.europa.eu>

- Comisión Europea. *Plataforma Europea contra la pobreza y la exclusión social: un marco europeo para la cohesión social y territorial*. Comunicación de la Comisión, Bruselas 16/12/2010. Consultado en <http://eur-lex.europa.eu>

- Comisión Europea. *The Challenges for European Standardisation (2004)* Documento de trabajo del personal de la Comisión. Consultado en <http://ec.europa.eu>

- Comisión Europea. *Una Agenda Digital para Europa*. Comunicación de la Comisión. Bruselas 26/08/2010. Consultado en <http://eur-lex.europa.eu>

- Comisión Europea. *Una política industrial integrada para la era de la globalización: poner la competitividad y la sostenibilidad en el punto de mira*. Comunicación de la Comisión. Bruselas 28/10/2010. Consultado en <http://eur-lex.europa.eu>

- Comité de las Regiones. Dictamen sobre el tema *Asociaciones entre las autoridades locales y regionales y las organizaciones socioeconómicas: contribución al empleo, al desarrollo local y a la cohesión social*. DOUE de 12/08/2002. Consultado en <http://eur-lex.europa.eu>

- Comité Económico y Social Europeo. Dictamen sobre el *Cuarto informe sobre la cohesión económica y social*. DOUE de 16/05/2008. Consultado en <http://eur-lex.europa.eu>

- Comité Económico y Social Europeo. Dictamen sobre el tema *Distintos tipos de empresa*. DOUE de 23/12/2009. Consultado en <http://eur-lex.europa.eu>

Emprendimiento creativo y economía social

- Comité Económico y Social Europeo. Dictamen sobre el tema *Economía Social y Mercado Único*. DOUE de 13/03/2000. Consultado en <http://eur-lex.europa.eu>
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. *The Creative Economy Report 2008: The Challenge of Assessing the Creative Economy. Towards Informed Policymaking*. Naciones Unidas (2008) Extraído en www.unctad.org
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. *The Creative Economy Report 2010: The Creative Economy: A Feasible Development Option*. Naciones Unidas (2010) Consultado en www.unctad.org
- Congreso de los Diputados. *Informe de la subcomisión para el fomento de la economía social*. Informe 154/000015. Boletín Oficial de las Cortes Generales de 02/06/2011.
- Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía. Plan Estratégico de Cultura de Andalucía. Consultado en <http://www.juntadeandalucia.es/cultura>
- Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía. I Plan de Industrias Culturales Andaluzas. Consultado en <http://www.juntadeandalucia.es/cultura>
- Consejo de la Unión Europea. *Conclusiones del Consejo sobre la contribución de la cultura a la aplicación de la Estrategia 2020*. DOUE de 15/06/2011. Consultado en <http://eur-lex.europa.eu>
- Consejo de la Unión Europea. *Conclusiones del Consejo sobre la contribución de los sectores de la cultura y la creación a la consecución de los objetivos de Lisboa*. http://www.consilium.europa.eu/ueDocs/cms_Data/docs/pressData/en/educ/94291.pdf
- Consejo de la Unión Europea. *Conclusiones del Consejo sobre la cultura como catalizador para la creatividad y la innovación*. DOUE de 26/05/2010. Consultado en <http://eur-lex.europa.eu>
- Consejo de la Unión Europea. *Conclusiones del Consejo y de los Representantes de los Gobiernos de los Estados miembros reunidos en el seno del Consejo sobre el plan de trabajo en materia de cultura 2011-2014*. DOUE de 02/12/2010. Consultado en <http://eur-lex.europa.eu>

Emprendimiento creativo y economía social

- Consejo de la Unión Europea. *Estrategia de Lisboa* (2000) Consultado en <http://eur-lex.europa.eu>
- Consejo de la Unión Europea. *Resolución de 16 de noviembre de 2007 relativa a una Agenda Europea para la Cultura*. DOUE de 29/11/2007. Consultado en <http://eur-lex.europa.eu>
- Dirección General de la economía social, del trabajo autónomo y de la responsabilidad social de las empresas. *Balance del programa de fomento de economía social 2004-2011*. Consultado en <http://www.meys.es>
- Fundación Zaragoza 2016. *Propuesta de Estrategia Zaragoza Cultura 2010-2020*. Zaragoza (2011)
- Ley 5/2011, de 29 de marzo, de Economía Social. BOE de 30/03/2011.
- Parlamento Europeo. *Informe sobre "Liberar el potencial de las industrias culturales y creativas"* (2010/2156 (INI)) Consultado en www.europarl.europa.eu
- Parlamento Europeo. *Resolución de 19 de febrero de 2009, sobre Economía Social* (2008/2250 (INI)) Consultado en www.europarl.europa.eu
- UNESCO. *Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales* (2005) Consultado en www.unesco.org
- VVAA. *Declaración de Ámsterdam, "Hacia una iniciativa paneuropea de apoyo a las industrias innovadoras creativas en Europa"*. Declaración elaborada por un grupo de expertos como resultado del trabajo de un Workshops celebrado en Ámsterdam durante el 4 y el 5 de febrero de 2010, y organizado por la Dirección General de Empresa e Industria de la Comisión Europea. Consultado en <http://www.europe-innova.eu>

Emprendimiento creativo y economía social

Referencias bibliográficas

- Austin, James E. *How non profit and business succeed through strategic alliances*. The Drucker Foundation. New York (2000)
- Bornstein, David. *How to change the world: social entrepreneurs and the power of new ideas*. Oxford University Press. (2004)
- Casani, Fernando (coordinador). *Sectores de la nueva economía 20+20. Industrias de la Creatividad*. Madrid. Fundación EOI. (2010)
- Casani, Fernando (coordinador). *Sectores de la nueva economía 20+20. Economía Social*. Madrid. Fundación EOI. (2010)
- Castells, Manuel. *La sociedad red*. Madrid. Alianza Editorial. (1997)
- Comos Tovar, Carmen y González Marina, Gloria (coordinadoras). *Informe de la Economía Social Española 2010-2011*. Madrid. CEPES. (2011)
- Confederación Empresarial Española de Economía Social. *Anuario de la Economía Social en España y listado de empresas relevantes*. Madrid. CEPES. (2010)
- Confederación Empresarial Española de Economía Social. *Informe sobre la economía social española en la cooperación al desarrollo*. Madrid. CEPES. (2011)
- Dees, Gregory. "El significado del emprendimiento social". *Revista española del tercer sector*. Nº 17. Madrid (2011). Extraído en <http://www.fundacionluisvives.org>
- Drucker, Peter F. *Innovation and Entrepreneurship*. New York. Collins (2007)
- Infoculture. "El sector cultural, apuesta de futuro para el empleo y la regeneración económica" (2011) Extraído en www.infoculture.info
- Insa Alba, José Ramón. *Cultura 2020 ¿De qué queremos hablar?* (Documento elaborado dentro del proceso de reflexión de la Estrategia 2020). Zaragoza (2011)

Emprendimiento creativo y economía social

- Ivey, Bill. *Arts, Inc: How greed and neglect have destroyed our culture rights*. University of California Press, California. (2008)
- KEA European Affairs, estudio preparado para la Comisión Europea. *The Economy of Culture in Europe*. Bruselas (2006). Consultado en www.keanet.eu.
- KEA European Affairs, estudio preparado para la Comisión Europea. *Business Innovation Support Services for Creative Industries*. Bruselas (2010) Extraído de www.keanet.eu.
- Leadbeater, Charles y Oakley, Kate. *The Independents, Britain's new culture entrepreneur*. Londres. Demos (1999)
- Mair, Johanna y Martí, Ignasi. "Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction and delight". *Journal of World Business*. Nº 41 (2006). Extraído en <http://www.sciencedirect.com>
- Manito, Félix (editor). *Ciudades Creativas. Volumen 2. Creatividad, innovación, cultura y agenda local*. Barcelona. Fundación Kreanta (2010)
- Manito, Félix (editor) *Ciudades Creativas. Volumen 3. Economía Creativa, desarrollo urbano y políticas públicas*. Barcelona. Fundación Kreanta (2011).
- Ministerio de Cultura. División de Estadísticas Culturales. *Anuario de estadísticas culturales 2011*. Madrid. Secretaría General Técnica (2011). Extraído de www.mcu.es
- Newbigin, John. *La economía creativa. Una guía introductoria*. Londres. British Council. (2010). Extraído de www.britishcouncil.org
- Nogales Muriel, Rocío. "La empresa social en la lucha contra la exclusión: tres casos innovadores en el campo de la cultura". *Revista española del tercer sector*. Nº 17. Madrid (2011). Extraído en <http://www.fundacionluisvives.org>
- Nombela Merchán, Gustavo (coordinador). *Ideas para una nueva economía: Hacia una España más sostenible en 2025*. Madrid. Fundación Ideas. (2010).

Emprendimiento creativo y economía social

- Nussbaum Martha C. Sin fines de lucro. Por qué la democracia necesita de las humanidades. Buenos Aires. Katz. (2010).
- Ontiveros Baeza, Emilio. "La nueva economía". *Claves de razón práctica*, nº 103. Madrid. (2000)
- Pedreño, Juan Antonio. "Valoración de la Ley 5/2011 de Economía Social". *Cuadernos de Economía Social*. Nº 1 (2011) Extraído de www.cepes.es
- Prieto de Pedro, Jesús. "Cultura, economía y derecho, tres conceptos implicados". *Pensar Iberoamérica*. Nº 1 (2002) Extraído en <http://www.oei.es>
- Rowan, Jaron. *Emprendizajes en Cultura. Discursos, instituciones y contradicciones de la empresarialidad cultural*. Madrid. Traficantes de sueños (2010)
- Schumpeter, Joseph. *Capitalismo, socialismo y democracia*. Barcelona. Ediciones Folio (1983)
- Teixeira Coelho, José. *Diccionario Crítico de Política Cultural. Cultura e Imaginario*. Barcelona. Gedisa (2009)
- Throsby, David. *Economía y Cultura*. Madrid. Cambridge University Press (2001)
- Trias de Bes, Fernando. *El libro negro del emprendedor*. Barcelona. Empresa Activa (2007)
- Vernis i Doménech, Alfred y Navarro Colomer, Clara. "El concepto de ecosistema para el emprendimiento social". *Revista española del tercer sector*. Nº 17. Madrid (2011). Extraído en <http://www.fundacionluisvives.org>
- Vernis i Doménech, Alfred. "Innovación social local a través del mercado en las organizaciones de la sociedad civil en Iberoamérica". *Revista española del tercer sector*. Nº 13. Madrid (2009). Extraído en <http://www.fundacionluisvives.org>
- YProductions. *Nuevas economías de la cultura. Parte 1. Tensiones entre lo económico y lo cultural en las industrias creativas*. (2009) Extraído en www.ypsit.net
- Yúdice, George. *El recurso de la Cultura*. Barcelona. Gedisa. (2002)

Emprendimiento creativo y economía social

- Yúdice, George. "Las industrias culturales: más allá de la lógica puramente económica, el aporte social". *Pensar Iberoamérica*. Nº 1 (2002) Extraído en www.oei.es

Recursos Web.

<http://www.aecid.es>

<http://www.agenda21culture.net>

<http://www.aragon.es>

<http://www.asesaragon.org>

<http://www.boe.es>

<http://www.cepes-andalucia.es>

<http://www.ciriec-revistaeconomia.es>

<http://www.cities-localgovernments.org>

<http://www.congreso.es>

<http://www.consilium.europa.eu>

<http://cultura.innoves.es>

<http://www.culture-proximate.org>

<http://ec.europa.eu>

<http://www.economiasocialaragon.es>

<http://www.elpais.com>

<http://empresasdelprocomun.net>

<http://eur-lex.europa.eu>

http://europa.eu/index_es.htm

<http://www.europarl.europa.eu>

<http://www.europe-innova.eu>

<http://www.fundacionideas.es>

<http://www.fundacionluisvives.org>

<http://www.innoves.es>

<http://www.infoculture.info>

<http://www.interarts.net/es>

<http://www.juntadeandalucia.es/cultura/web>

<http://www.keanet.eu>

<http://www.labforculture.org>

<http://www.mcu.es>

<http://www.meyss.es>

<http://noticias.juridicas.com>

Emprendimiento creativo y economía social

<http://www.observatorioeconomiasocial.es>

<http://www.oei.es>

<http://www.proyectolunar.com>

<http://www.ufisc.org>

<http://www.unctad.org>

<http://www.unesco.org>

<http://www.wikipedia.org>

<http://www.ypsite.net>

<http://www.zaragoza.es>

ANEXO I: Cuestionario del Libro Verde.

1. Crear los medios adecuados

Nuevos espacios para la experimentación, la innovación y el espíritu de empresa en el sector cultural y creativo.

- ¿Cómo pueden crearse más espacios y apoyarse mejor la experimentación, la innovación y el espíritu de empresa en las industrias culturales y creativas? En concreto, ¿cómo puede incrementarse el acceso a los servicios de las TIC en las actividades culturales y creativas, y para ellas, y mejorar el uso de su contenido cultural? ¿Cómo podrían las TIC convertirse en impulsoras de nuevos modelos empresariales para algunas industrias culturales y creativas?

Responder mejor a las necesidades de competencias de las Industrias Culturales y Creativas.

- ¿Cómo podrían alentarse las colaboraciones entre las escuelas de arte y diseño y empresas como manera de promocionar la incubación, la creación de empresas y el espíritu de empresa, así como el desarrollo de ciber capacidades?

- ¿Cómo podría alentarse la tutoría por pares en las industrias culturales y creativas a nivel de la Unión Europea?

Acceso a la financiación.

- ¿Cómo pueden estimularse las inversiones privadas y mejorarse el acceso de las industrias culturales y creativas a la financiación? ¿Existe un valor añadido para los instrumentos financieros a nivel de la Unión Europea si apoyan y complementan los esfuerzos realizados a nivel nacional y regional? En caso afirmativo, ¿cómo?

- ¿Cómo puede mejorarse la disposición a invertir de las empresas de las industrias culturales y creativas? ¿Qué medidas específicas podrían tomarse y a qué nivel (regional, nacional o europeo)?

2. El desarrollo local y regional como punto de partida para conseguir el éxito global.

Dimensión local y regional.

- ¿Cómo puede reforzarse la integración de las industrias culturales y creativas en el desarrollo estratégico regional o local? ¿Qué instrumentos y qué colaboraciones se necesitan para un enfoque integrado?

La movilidad y la circulación de las obras culturales y creativas.

- ¿Qué instrumentos deberían preverse o reforzarse a nivel de la Unión Europea para promover la cooperación, los intercambios y el comercio entre las industrias culturales y creativas, los intercambios y el comercio entre las industrias culturales de la Unión Europea y terceros países?.

3. Hacia una economía creativa: los efectos indirectos de las industrias culturales y creativas.

- ¿Cómo pueden acelerarse los efectos indirectos de las industrias culturales y creativas en otras industrias y la sociedad en su conjunto? ¿Cómo pueden desarrollarse y aplicarse mecanismos eficaces para esta difusión del conocimiento?

- ¿Cómo pueden promoverse las “asociaciones creativas” entre las industrias culturales y creativas y las instituciones educativas, las empresas y las administraciones?

- ¿Cómo puede apoyarse un uso mejor de los intermediarios existentes así como el desarrollo de una serie de intermediarios que actúen como interfaz entre las comunidades artísticas y creativas y las industrias culturales y creativas, por una parte, y las instituciones educativas, las empresas y las administraciones, por otra?