

# ESTRATEGIA NARANJA II

*Informe sesión participativa  
4 Julio 2019*

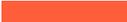


**GENERALITAT  
VALENCIANA**

Conselleria d'Hisenda  
i Model Econòmic



# Introducción



La economía creativa, o Economía Naranja representa una riqueza notable basada en el talento, la propiedad intelectual, la conectividad y por supuesto, la herencia cultural. Comprende los sectores en los que el valor de sus bienes y servicios se fundamentan en activos intangibles y la propiedad intelectual: arquitectura, artes visuales y escénicas, artesanías, gastronomía, cine, diseño, editorial, investigación y desarrollo, juegos y juguetes, moda, música, publicidad, software, TV y radio, y videojuegos.

Cada vez hay más evidencia de que la dimensión de los sectores culturales y creativos tiene una mayor influencia sobre la capacidad de desplazar la frontera de la producción potencial en las regiones europeas (Francisco Marco-Serrano & Rausell-Köster, 2014), ya que causan aumentos significativos en la productividad de la economía (Boix Doménech & Soler i Marco, 2014), pueden constituir una vía rápida para superar la crisis de crecimiento (P. Rausell-Köster, 2013) y definen uno de los vectores más plausibles para la especialización europea en un marco de competitividad global (Rausell Köster & Abeledo Sanchís, 2013).

Dada su importancia, la Conselleria De Hacienda y Modelo Económico, puso en marcha un plan para identificar su relevancia en la economía valenciana para posteriormente arbitrar las acciones oportunas en el marco del Plan de Acción para la Transformación del Modelo Económico.

A partir de 2017 la Generalitat Valenciana ha llevado a cabo las siguientes actuaciones en el marco del fomento de la Economía Naranja:

- Iniciativa legislativa de la diputada por Valencia Ana Botella, presentada en el Congreso de los Diputados: Proposición No de Ley para el desarrollo de un Estrategia Nacional de Diseño.
- Estudio encargado por el Servef a la Universitat de València: *Anàlisi de l'ocupació i diagnòsi prospectiva de les necessitats formatives dels sectors culturals i creatius a la Comunitat Valenciana.*
- Estudio encargado por la Dirección General de Cultura y Patrimonio, *Participación Cultural Comunidad Valenciana 2018*, sobre hábitos culturales realizado por la Universidad de Valencia.

- Taller con representantes de los sectores económicos intensivos en creatividad y expertos académicos.
- Encargo desde la Dirección General de Modelo Económico del estudio *Economía Naranja y los sectores culturales y creativos (SCC) en la Comunitat Valenciana: situación, potencialidades y definición de propuestas de actuación para su fomento*, a Pau Rausell, Economista, profesor titular del Departamento de Economía Aplicada de la Universitat de València y Director del Área de Investigación en Economía de la Cultura y Turismo (Econcult), y Rafael Boix, profesor titular del Departamento de Estructura Económica de la Universitat de València especializado en Economía Regional y Urbana e Industrias Creativas.
- Organización, por encargo de la Dirección General de Modelo Económico, de la sesión participativa ESTRATEGIA NARANJA II con expertos y expertas de los sectores culturales y creativos y de la administración de la Comunidad Valenciana.

# Objetivo

El objetivo de la realización de una sesión participativa nace de la voluntad de la Conselleria De Hacienda y Modelo Económico, Dirección General De Sector Público, Modelo Económico y Patrimonio de poner en práctica las propuestas y directrices que se desprenden del documento *Economía Naranja y los sectores culturales y creativos (SCC) en la Comunitat Valenciana: situación, potencialidades y definición de propuestas de actuación para su fomento*.

Lo que se pretende es, en colaboración con los autores del informe, Pau Rausell y Rafael Boix, encontrar acciones concretas, analizando las dificultades y las prioridades de la Economía Naranja de la Comunidad Valenciana.



# Metodología de la sesión

La metodología ha sido diseñada según la teoría del Design Thinking, en primer lugar, convocando a participar los actores y las actrices de la Economía Naranja de la Comunidad Valenciana para generar conjuntamente ideas y definir problemas y soluciones.

El Design Thinking es una metodología centrada en el usuario/a y orientada a la acción, cuyo objetivo es generar soluciones de acuerdo a problemas detectados en un determinado marco de trabajo. Permite generar en muy poco tiempo soluciones innovadoras.

Para facilitar el trabajo, los autores del informe han agrupado las 7 líneas de propuestas conclusiva del estudio en 5 retos:

1. Diseminación, difusión y creación de consciencia e institucionalización de la cooperación (Línea I y IV);
2. Internacionalización y articulación de un marco presupuestario integral (Línea II y III);
3. Incentivos diversos (Línea V);
4. Generación de sistemas de información para incrementar la inteligencia de la economía naranja (Línea VI);
5. Continuación y ampliación de los modelos de gobernanza y participación para la inclusión de la economía naranja en el cambio de modelo productivo (Línea VII).

# 43

*EXPERTOS Y  
EXPERTAS*



Tras un amplio proceso de difusión y comunicación, la sesión contó con la participación de 43 expertos y expertas de los sectores culturales y creativos y de la administración.

Cada reto ha sido abordado por un grupo heterogéneo de expertos y expertas representantes de distintos sectores, de distinta procedencia territorial y atendiendo a criterios de equilibrio de género.

La sesión se estructuró de la siguiente manera:

Intervención de Rafael Boix acerca de los efectos de la Economía Naranja sobre la renta per cápita y la productividad por persona ocupada.

Intervención de Pau Rausell sobre la Estrategia Naranja como factor de cambio sistémico.

Primera sesión de trabajo en grupo: selección y jerarquización de acciones e identificación de dificultades para su implementación.

Debate plenario sobre la monetarización del plan y distribución de recursos por ejes estratégicos.

Segunda sesión de trabajo en grupo: asignación de recursos por acciones y valoración de los costes de oportunidad.

Conclusiones.

# 5

## GRUPOS



Grupos heterogéneos, en función de sector de actividades, profesión, ubicación en el territorio y género.

# Estrategia Naranja

*Extracto de las aportaciones  
de Rafa Boix y Pau Rausell*

## *Efectos de la Economía Naranja sobre la renta per cápita y la productividad del factor trabajo*

Sabemos que, para mejorar la productividad, algunas recetas que han funcionado en otras economías han sido intensificar las inversiones en capital, incorporar I+D, innovación y tecnologías en el proceso productivo, mejorar el capital humano, incrementar la dimensión media de las empresas y promover su internacionalización.

El problema de todas estas vías de solución es que suelen tener unos períodos de maduración largos, es decir requieren de décadas, o al menos lustros de políticas públicas continuadas, coherentes, bien articuladas y coordinadas desde los distintos niveles y bien dotadas.

Otro problema es que no todas estas recetas tienen por qué funcionar en nuestro caso, además del problema evidente de dar con la combinación justa de ingredientes que se ajuste a las características de los múltiples modelos productivos locales valencianos.

Es evidente que la Comunidad Valenciana va estructurando acciones en ese sentido; desde el diseño de la RIS3 (Estrategia de Especialización Inteligente en Investigación e Innovación), la aparición de la Agencia Valenciana de Innovación, los programas de atracción de talento de la Conselleria de Educación, o el esfuerzo colectivo por el corredor mediterráneo o el modesto empuje a la I+D público.

Lamentablemente, esta intencionalidad colectiva parece que se diluye en épocas de crecimiento, que vuelven a protagonizar los sectores menos productivos como el turismo y la construcción.

¿Puede aportar alguna alternativa la llamada Economía Naranja – la economía de los sectores culturales y creativos- a nuestro modelo de crecimiento?

Ya tenemos clara constancia y evidencia, que, de media, los sectores de la Economía Naranja muestran unos niveles de productividad mayores que la media del sector servicios, de la media de la economía en su conjunto y con cifras muy superiores a las de otras agrupaciones como la actividad turística. En el informe sobre la Economía Naranja se aportan evidencias bastante rotundas de que, en términos comparativos, a nivel europeo la Comunitat Valenciana muestra una especial capacidad para transformar los incrementos de la dimensión de los sectores creativos (especialmente en el ámbito de los servicios creativos) en impactos sobre los niveles de productividad y en consecuencia en niveles de mayor renta per cápita.

Así según los cálculos de ese informe, desde la perspectiva del análisis de las regiones europea y para datos de 2008, un cambio de un 10% en la dimensión de los sectores culturales y creativos en el conjunto de la Comunitat Valenciana, implicaría una variación promedio del 1,8% en la productividad del factor trabajo.

Esta misma relación hemos encontrado con una metodología similar para el conjunto de los municipios de la Comunitat Valenciana y podemos afirmar, también con cierta solvencia que hay una relación causa-efecto entre la dimensión de los sectores culturales y creativos y la renta per cápita municipal.

Además, existe evidencia para los sistemas productivos locales de España (Lazzeretti, Capone y Boix, 2012) de que la especialización en actividades creativas depende de factores como las economías de aglomeración (tamaño promedio de las empresas creativas, organización de la cadena de valor creativa a nivel local, dimensión local del mercado de consumo, densidad urbana, diversidad y variedad productivas del lugar, y el capital social), el capital humano altamente formado, y las 3Ts de la clase creativa (tecnología, talento y tolerancia).

La circunstancia destacada en el párrafo anterior nos apunta a la importancia de las economías de aglomeración para el desarrollo de los sectores culturales y creativos, y nos alerta del posible efecto en el ámbito de la desigualdad ya sea por razones territoriales o de riqueza. Pero, en definitiva, nos indica con claridad que tejer una mayor imbricación de las actividades relacionadas con la cultura y la creatividad tienen la capacidad de afectar tanto a nivel micro, como meso o macro la productividad de empresas, instituciones y organizaciones y territorios. Se trata, por tanto, de actividades capaces de relacionarse de forma flexible con el resto del sistema productivo a diferentes escalas y a las singularidades de los diferentes modelos productivos locales.

Además, cada día acumulamos más conocimiento sobre la potencia de la cultura y la creatividad como motor de cambio. La justificación primordial de las políticas orientadas a la cultura y la creatividad se basan en el valor intrínseco de la cultura para maximizar nuestro bienestar y ya sabemos que la creatividad, el arte y la cultura nos afecta cognitiva, estética, y espiritualmente y transforma nuestra dimensión social, cívica, económica o política, influyendo en nuestro sentido de pertenencia e identidad, contribuyendo a la construcción de nuestro capital social, generando el conocimiento que nos da la libertad, conformando nuestra sensibilidad y ampliando la capacidad de obtener disfrute estético y ensanchando nuestras capacidades expresivas y comunicativas.

La cultura y la creatividad, afectan a todo aquello que nos hace seres libres, sociales y que disfrutan, es decir, humanos.



En resumen, de manera relativamente innovadora, hemos evidenciado en los párrafos anteriores que la dimensión de la ocupación en los sectores de la Economía naranja tiene un claro correlato en los niveles de renta per cápita (a nivel regional y local) y en la productividad del factor trabajo (a nivel de las regiones europeas), por lo que una estrategia basada en la ampliación de la dimensión de los sectores culturales y creativos claramente desplazaría la frontera de producción potencial de la economía valenciana. Estamos planteando una estrategia naranja de transición que permitiera iniciar transformaciones en el corto y medio plazo, con resultados e impactos inmediatos mientras acometemos los cambios estructurales (Inversiones, I+D, mejora del capital humano) cuyos impactos, en caso de aplicarse con eficacia, se notarían en plazos superiores a una década.



## *La Estrategia Naranja en una teoría del cambio*

A pesar de las afirmaciones anteriores, lo cierto es que no tenemos ni la experiencia ni la información, ni el corpus teórico suficientemente consolidado para saber cómo concretar operativamente una estrategia integral que oriente la acción de la política pública hacia un cambio de modelo productivo, solapando una primera fase basada en la cultura y la creatividad con una segunda de transición estructural. La fase naranja que nosotros proponemos es un conjunto de acciones a corto plazo, de coste reducido y que podría tener impactos casi inmediatos y que naturalmente debiera activarse en paralelo a las transformaciones estructurales.

Como destacamos en el estudio sobre la economía naranja, las relaciones entre los sectores culturales y creativos van mucho más allá y tienen lecturas complejas que van desde la dimensión macro como desde la dimensión micro y en consecuencia las políticas orientadas a los sectores culturales y creativos deben convertirse en una nueva artingiería estratégica (permítannos el neologismo) de la transformación social, que requiere dosis muy elevadas de racionalidad instrumental, conocimiento, información de calidad sobre la realidad socioeconómica e investigaciones rigurosas, pero también de plantear experiencias arriesgadas de prototipado y tácticas de prueba y error.

Los objetivos por tanto serían los siguientes:

- 1) activar innovaciones de pequeña y media escala basadas en la cultura y la creatividad, que puedan afectar globalmente al modelo productivo valenciano en múltiples dimensiones a través de su impacto adaptativo en los diferentes modelos productivos locales,
- 2) identificar qué otras iniciativas del resto de la cuádruple hélice podrían encajar en la estrategia,
- 3) alinearlas, con estructuras formales e informales y encajarlas en políticas de regulación a nivel local y regional e insertarlas en las directrices europeas con el objetivo inicial de consolidar una nube de acciones con suficiente masa crítica para tener efectos transformadores a nivel de nicho y efectos medibles en la mejora de los niveles de productividad, a relativo corto plazo, si nuestro análisis y diagnóstico es acertado.

Una segunda fase se activaría solapadamente cuando estas mejoras de la productividad junto a una acción política decidida, dirigieran los recursos necesarios (especialmente del gobierno central y de la financiación europea) para acometer inversiones y gasto en innovación, sistema educativo, política industrial, infraestructuras estratégicas, atracción de talento e inversión directa extranjera. La combinación de esta reorientación de recursos hacia vectores estratégicos, junto con el hecho de que, en esta segunda fase, también algunas de las transformaciones de nicho alcanzarían la suficiente escala para tener impactos transformadores del régimen socioeconómico. Es el momento en el que apropiadamente podríamos hablar de cambio de modelo económico.

Finalmente podríamos hablar de una tercera fase de cambio en el que no solo nos refiriéramos a la transformación del modelo económico, sino al conjunto de valores, discursos que orientan las acciones individuales y que determinan el horizonte de los anhelos colectivos. Y estos significados son también producto del campo de la cultura y que debieran situar a la sociedad valenciana en una sociedad solidaria, que respetara la libertad individual y fomentara una ciudadanía informada y crítica, atenta a los retos del cambio climático y la sostenibilidad, que atendiera a los problemas del envejecimiento, la igualdad de género, la inclusión social y que entendiera el objetivo del buen vivir y la calidad de vida, en definitiva, que persiguiera el bien común. Entonces podríamos hablar de cambios sistémicos.



# Línea I y IV. Diseminación, difusión y creación de consciencia e institucionalización de la cooperación



AGUSTIN ROVIRA, Pateco Comercio Y Territorio  
AMPARO PONS, Biblioteca Museo Etnográfico  
ANNA FERRER, Cu4 Arquitectura  
DAVID BARBERA, Ingenio  
FERNANDA MEDINA, Artes Escénicas IVC  
JACOBO PALLARES, Teatro Inestable  
JAIME MAESTRO, La Tribu Animation  
MARIA HEBENSTREIT, FCV Patrimonio Industrial Sagunto



# Acciones

## 1<sup>a</sup>

---

Procesos de formación para agentes públicos en el papel de la Economía Naranja en el desarrollo de los territorios.

## 3<sup>a</sup>

---

Creación de una agencia valenciana de la Economía Naranja.

## 5<sup>a</sup>

---

Activación de campañas de comunicación para generar consciencia en el conjunto de la ciudadanía y para activar demanda solvente.

## 2<sup>a</sup>

---

Creación de una comunidad de práctica activada desde la administración a través de la financiación de espacios y eventos regulares para el encuentro.

## 4<sup>a</sup>

---

Procesos de formación de los actores de los sectores culturales y creativos para la capacitación en la elaboración de proyectos y propuestas orientados al resto del sistema productivo.

# Debate & Aportaciones



La falta de información sobre el impacto de los sectores culturales y creativos se percibe como elemento limitante para el desarrollo de la cooperación entre los sectores de la Economía Naranja y el resto del sistema productivo.

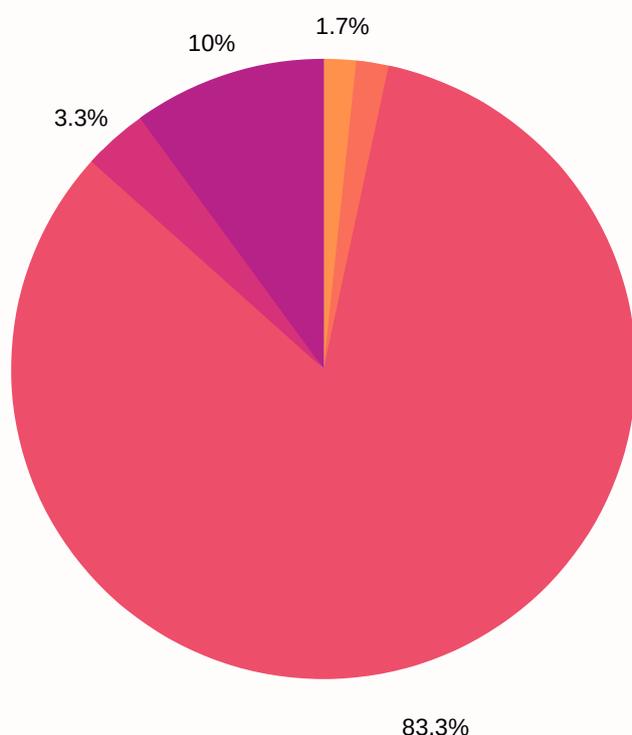
Es recomendable mostrar con evidencias a los agentes de los sectores productivos las bondades de las relaciones entre el sector de las artes y las organizaciones económicas.

Para impulsar la cooperación, hay que crear líneas de trabajo entre los sectores culturales y creativos y los otros sectores productivos. De esta manera la producción artística y creativa podría orientarse también hacia la satisfacción de las demandas de las empresas.

Con la finalidad de institucionalizar la cooperación es importante generar espacios de encuentro y conexión entre diversos agentes de la Economía Naranja. Con este propósito se propone la creación de un Instituto Naranja para fomentar la innovación en los sectores de la cultura y la creación y valorar su potencial.

Sin embargo, se detecta la necesidad de un cambio de paradigma en la forma de pensar de la administración, los actores privados y la sociedad civil.

# Monetarización del reto y distribución para acciones



# 30 M

TOTAL

Se ha estimado un total de 30.000.000 € para la realización de las acciones propuestas para favorecer la diseminación, difusión y creación de consciencia e institucionalización de la cooperación.

**500.000 €**

Procesos de formación para agentes públicos en el papel de la Economía Naranja en el desarrollo de los territorios.

**500.000 €**

Creación de una comunidad de práctica activada desde la administración a través de la financiación de espacios y eventos regulares para el encuentro.

**25.000.000 €**

Creación de una agencia valenciana de la Economía Naranja.

**1.000.000 €**

Procesos de formación de los actores de los sectores culturales y creativos para la capacitación en la elaboración de proyectos y propuestas orientados al resto del sistema productivo.

**3.000.000 €**

Activación de campañas de comunicación para generar consciencia en el conjunto de la ciudadanía y para activar demanda solvente.

# Línea II y III.

## Internacionalización y articulación de un marco presupuestario integral



BENJAMÍN FIGUERES JORGE, À Punt  
CARLOS MADRID, Cinema Jove  
CATALINA VELENCIA, Km Zero  
JESÚS SANTIAGO ALVAREZ MUÑOZ, Festival Valencia Negra  
JORGE TESCHENDORFF, Agencia Valenciana de Innovación  
M<sup>a</sup> ANGELES FAYOS, As. d'empresas d'art escèniques del País Valencià  
MANUEL COSTA RUIZ, Campus Berklee  
MIQUEL CLEMADES, Consorcio Artesania  
RAÚL ABELEDO SANCHIS, Universidad de Valencia



# Acciones

## 1<sup>a</sup>

Definición de un marco presupuestario claro y previsible para un período plurianual dedicado a la promoción e integración de la Economía Naranja.

## 3<sup>a</sup>

Creación de una figura gerencial de mediador y activador.

## 5<sup>a</sup>

Convocatorias de ayudas a la participación en ferias y eventos.

## 2<sup>a</sup>

Creación de una oficina específica de asesoramiento para la participación en proyectos europeos internacionales.

## 4<sup>a</sup>

Servicios de mentoring en proyectos de internacionalización.

## 6<sup>a</sup>

Creación de espacios de encuentro y debate.

# Debate & Aportaciones



Se detecta una escasa valorización de la necesidad de impulsar el desarrollo económico y la internacionalización de la cultura.

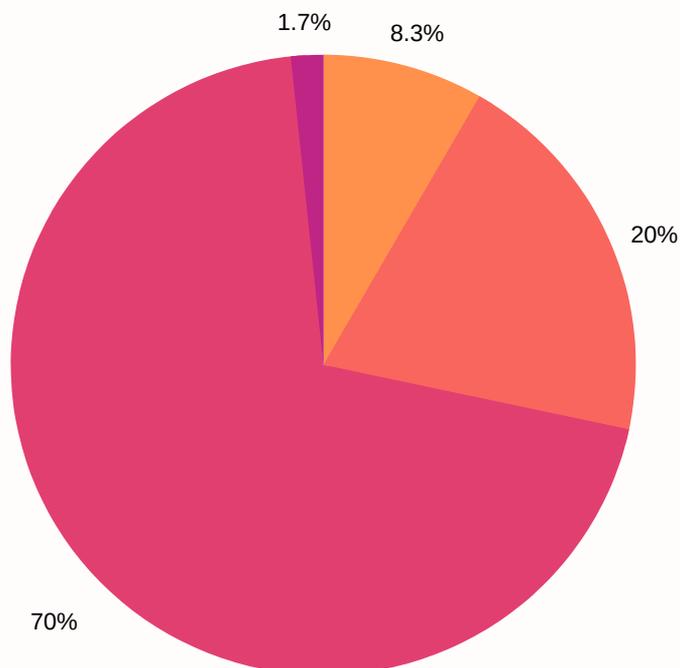
Si se acepta como premisa que las dinámicas de la Economía Naranja son un factor potencial de desarrollo de un territorio, hay que aceptar plenamente una mayor dimensión y centralidad de los recursos públicos orientados al estímulo de la misma.

La internacionalización de la Economía Naranja es una de los factores clave para la ampliación de la demanda potencial de producto y servicios culturales, sin embargo, las iniciativas de promoción y exportación de los bienes y servicios culturales locales son muy dispersas y poco visibles.

Se manifiesta entonces por un lado la necesidad de sensibilizar y capacitar sobre la Internacionalización, a través la recogida de buenas prácticas que sirvan como referentes de actuación, la generación de espacios por el debate y la formación.

Por otro lado, se revela la exigencia de modernizar el funcionamiento de las Administraciones Públicas a través de la creación de una entidad de referencia determinada para la internacionalización y la articulación adecuada de un marco presupuestario integral.

# Monetarización del reto y distribución para acciones



## 3 M

TOTAL



Se han estimado un total de 3.000.000 € para la realización de las acciones propuestas para implementar la internacionalización y articulación de un marco presupuestario integral.

0 €

Definición de un marco presupuestario claro y previsible para un período plurianual dedicado a la promoción e integración de la Economía Naranja.

250.000 €

Creación de una oficina específica de asesoramiento para la participación en proyectos europeos internacionales.

0 €

Creación de una figura gerencial de mediador y activador.

600.000 €

Servicios de mentoring en proyectos de internacionalización.

2.100.000 €

Convocatorias de ayudas a la participación en ferias y eventos.

50.000 €

Creación de espacios de encuentro y debate.

# Línea V.

## Incentivos diversos



GABRIEL SONGEL, Innoarrea  
JOSÉ FRANCISCO SORIANO, Secot Valencia  
MAR GÓMIZ DE SERRANO, Poética 2.0  
NADIA RUIZ PASTOR, La Tribu Animation Studio  
ROBERTO D. ARNAU GONZÁLEZ, Agencia Valenciana Innovación  
SANTIAGO RUBELLES ZORITA, Ruzafa Escénica  
TERESA MILLET, Ivam



# Acciones

## 1<sup>a</sup>

---

Plan piloto para el uso de la Economía Naranja en la innovación de programas, políticas y/o instituciones y organismos públicos.

## 3<sup>a</sup>

---

Mecanismos de aval financiero para proyectos empresariales con contenido creativo o uso de herramientas creativas para el desarrollo.

## 5<sup>a</sup>

---

Bonos creativos dirigidos a las Pymes para que demanden bienes y servicios creativos.

## 2<sup>a</sup>

---

Desarrollo de experiencias piloto de compra pública de aquellos proveedores que ofrezcan mayor uso de contenido innovador simbólico y creativo.

## 4<sup>a</sup>

---

Subvención directa a residencias de organizaciones culturales y creativas.

## 6<sup>a</sup>

---

Institución del premio internacional Economía Naranja sostenible.

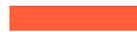
# Debate & Aportaciones



El diseño de un plan piloto para el uso de la Economía Naranja en la innovación de programas, políticas o instituciones y organismos público es el paraguas para todas las acciones y propuestas con la finalidad de experimentar y desarrollar modelos de incentivos diversos.

Una de las acciones reconocida como más importante es el desarrollo de experiencias de compra pública de aquellos proveedores que ofrezcan mayor uso de contenido innovador simbólico y creativo. La compra pública es una buena manera de incentivar cambios culturales y creativos, teniendo en cuenta que el sector público podría determinar la producción de objetos o la adopción de nuevas prácticas de producción a cambio de garantizar la compra de los productos con recursos públicos.

Se manifiesta la necesidad de superar el modelo de la subvención directa de proyecto de residencias y bonos creativos dirigidos a las Pymes para que demanden bienes y servicios creativos.

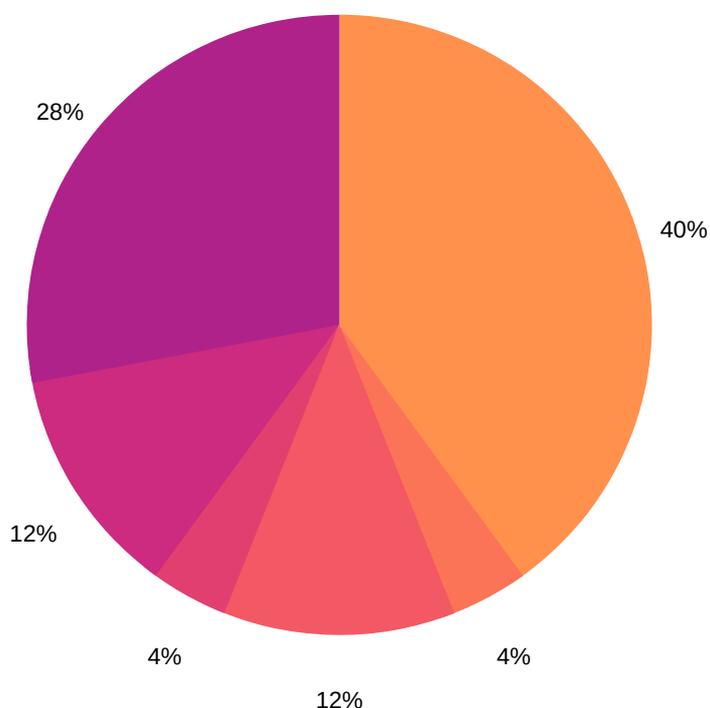


Se destaca la importancia de que la información que concierne los incentivos fluya y llegue a los diferentes públicos.

Además, se sugiere que todas las propuestas para impulsar espacios de experimentación y desarrollo de pruebas piloto de modelos de incentivos diversos consideren la sostenibilidad ambiental.



# Monetarización del reto y distribución para acciones



## 25 M

TOTAL

Se han estimado un total de 25.000.000 € para la realización de las acciones propuestas en tema de incentivos diversos.

**10.000.000 €**

Plan piloto para el uso de la Economía Naranja en la innovación de programas, políticas y/o instituciones y organismos públicos.

**1.000.000 €**

Desarrollo de experiencias piloto de compra pública de aquellos proveedores que ofrezcan mayor uso de contenido innovador simbólico y creativo.

**3.000.000 €**

Mecanismos de aval de financiero para proyectos empresariales con contenido creativo o uso de herramientas creativas para el desarrollo.

**1.000.000 €**

Subvención directa a residencias de organizaciones culturales y creativas.

**3.000.000 €**

Bonos creativos dirigidos a las Pymes para que demanden bienes y servicios creativos.

**7.000.000 €**

Institución del premio internacional Economía Naranja sostenible.

# Línea VI.

## Generación de sistemas de información para incrementar la inteligencia de la Economía Naranja y evaluar los impactos



EVE FERRIOLS, Biblioteca Valenciana Nicolau Primitiu  
JOANFRA ROZALÉN, As. d'empreses d'art escèniques del País Valencià  
JOSEP ARBIOL, Mice  
LUIS DOMENECH, FCV Patrimonio Industrial Sagunto  
MARIA LUISA PEYDRO, Las Naves  
MIGUEL LLOPIS, Admunsen Estrategia y Comunicación  
RUFINO SELVA, Distrito Digital Alicante  
TONI BENAVENT, Albena Productions  
VICENTE CHAMBÒ, El Caballero De La Blanca Luna  
VICENT GASENT, Ivace



# Acciones

1<sup>a</sup>

Creación y/o ampliación del Observatorio de la Economía Naranja. Construcción de una batería de indicadores para su seguimiento.

1<sup>a</sup>

Articulación a partir de una estructura existente (AVI, universidades, centros tecnológicos) de un centro de intercambio de conocimientos para la Economía Naranja.

2<sup>a</sup>

Incentivos específicos para la investigación entre la Economía Naranja y el resto del sistema productivo.

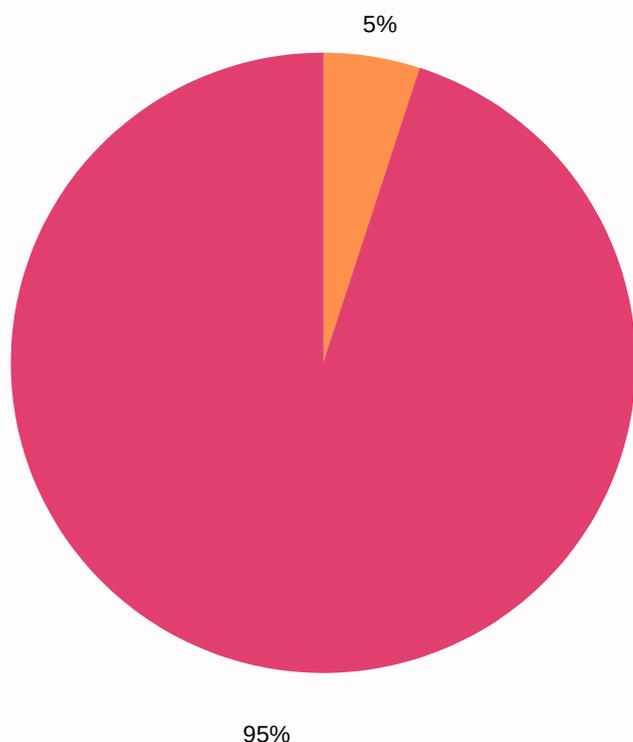
# Debate & Aportaciones



La creación de un Observatorio de la Economía Naranja y la articulación de un centro de intercambio de conocimiento entre los varios actores son fundamentales y están interconectadas. Resulta imprescindible incorporar con más intensidad la información de la que se dispone para tomar decisiones, planificar intervenciones y sobre todo para evaluarlas.

Las dificultades detectadas son principalmente dos. La primera, es el efectivo funcionamiento de estos centros. Se subraya la importancia de la construcción de indicadores reales y aplicables para la medición de los impactos. La segunda, es su difusión. El producto final del Observatorio no debe ser otro estudio no utilizado como muchos de los anteriores. Es necesario planificar su difusión y uso.

# Monetarización del reto y distribución para acciones



## 10 M

TOTAL

Se han estimado un total de 10.000.000 € para la realización de las acciones propuestas por generar sistemas de información para incrementar la inteligencia de la Economía Naranja y evaluar los impactos.

**500.000 €**

Creación y/o ampliación del Observatorio de la Economía Naranja. Construcción de una batería de indicadores para su seguimiento.

Articulación a partir de una estructura existente (AVI, universidades, centros tecnológicos) de un centro de intercambio de conocimientos para la Economía Naranja.

**9.500.000 €**

Incentivos específicos para la investigación entre la Economía Naranja y el resto del sistema productivo.

## Línea VII.

# Continuación y ampliación de los modelos de gobernanza y participación para la inclusión de la economía naranja en el cambio del modelo productivo



CARLES MOLINET, Artes Escénicas  
EMILIO OVIEDO, Asociación Productores Audiovisuales CV  
JAVIER MANSO, Sociedad Proyectos Temáticos  
JORGE SALAS MAFÈ, La Tribu Animation Studio  
JUAN M<sup>a</sup>SÁNCHEZ VILLAR, Convent Carmen  
LUIS GUARDEÑO, La Tribu Animation Studio  
MÓNICA EDWARDS SCHACHTER, Consultora Innovación  
PEPE GIMENO, Gimeno Grafía  
VALERIA LINDE, Sector Público



# Acciones

## 1<sup>a</sup>

---

Configuración de la mesa/consejo de la Economía Naranja, como órgano consultivo y de participación con los agentes relevantes de la actividad de los sectores culturales y creativos.

## 2<sup>a</sup>

---

Elaboración de un plan estratégico para el desarrollo de la Economía Naranja.

## 3<sup>a</sup>

---

Creación de una figura delegado/comisionado de Presidencia para la interlocución con la Economía Naranja.

## 4<sup>a</sup>

---

Apoyo a la creación de secciones/departamentos orientados a la Economía Naranja en organizaciones empresariales y sindicales.

# Debate & Aportaciones



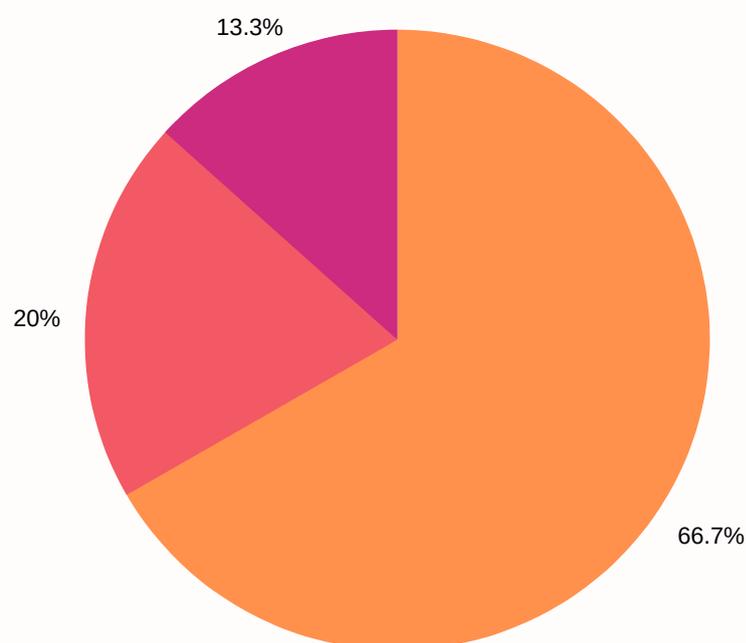
Para la ampliación de los modelos de gobernanza participativa se manifiesta la importancia de la configuración de una mesa/consejo de la Economía Naranja y la elaboración de un plan estratégico, que van de la mano con la creación de una figura de delegado de Presidencia para la interlocución con la Economía Naranja.

La experiencia va demostrando la dificultad de conseguir elevados grados de eficacia en el desarrollo de las políticas culturales, si no existe un proceso compartido en la definición de los objetivos y las estrategias para alcanzarlas. El factor clave es activar mecanismos de cooperación sectorial transversales, de gobernanza participativa bottom-up.

La dificultad se encuentra en la amplitud y diversidad del sector cultural y creativo. A este propósito es importante identificar los vínculos comunes y diversos en los distintos y heterogéneos subsectores de la cultura y crear mesas ad hoc. Las estrategias exitosas de apoyo a los SCC dependen en la mayoría de los casos de las redes internas y externas entre los diferentes niveles de la administración y los representantes de varios sectores culturales y creativos.

Se detecta la necesidad de comunicar, difundir y promover el plan estratégico para el desarrollo de la Economía Naranja.

# Monetarización del reto y distribución para acciones



## 1,5 M

TOTAL

Se han estimado un total de 1.500.000 € para la realización de las acciones propuestas con la finalidad de impulsar la continuación y ampliación de los modelos de gobernanza y participación para la inclusión de la Economía Naranja en el cambio del modelo productivo.

**1.000.000 €**

Configuración de la mesa/consejo de la Economía Naranja, como órgano consultivo y de participación con los agentes relevantes de la actividad de los sectores culturales y creativos.

**300.000 €**

Elaboración de un plan estratégico para el desarrollo de la Economía Naranja.

**200.000 €**

Creación de una figura delegado/comisionado de Presidencia para la interlocución con la Economía Naranja.

**0 €**

Apoyo a la creación de secciones/departamentos orientados a la Economía Naranja en organizaciones empresariales y sindicales.

# Referencias



Boix Doménech, R., & Soler i Marco, V. (2014). Creative industries and the productivity of the European regions. En International Conference on Regional Science (pp. 1-36).

Lazzeretti, L., Boix, R., & Capone, F. (2012). Do Creative Industries Cluster? Mapping Creative Local Production Systems in Italy and Spain. *Industry and Innovation Journal*, 15 (5).

Marco-Serrano, F., & Rausell-Köster, P. (2014). Economic development and the Creative Industries: a Mediterranean Tale of Causality. *Creative Industries Journal*, 7(2).

Rausell-Köster, P. (2013). Comprender la economía de la cultura como vía para salir de la crisis. *Profesional de la Información*, 22(4).

Rausell Köster, P., & Abeledo Sanchís, R. (2013). La cultura, la innovación y la creatividad como retos y oportunidades para el futuro de Europa. En A. (Cátedra U. Martinell (Ed.), *Impactos de la dimensión cultural en el desarrollo* (pp. 101-126). Girona: Documenta Universitaria.