

# **ECONOMÍA NARANJA Y LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS (SCC) EN LA COMUNITAT VALENCIANA: SITUACIÓN, POTENCIALIDADES Y DEFINICIÓN DE PROPUESTAS DE ACTUACIÓN PARA SU FOMENTO**

Versión: 3.1.

## **RESUMEN EJECUTIVO**



**GENERALITAT  
VALENCIANA**

Conselleria d'Hisenda  
i Model Econòmic

---

## CRÉDITOS

### **Equipo técnico**

Pau Rausell Köster. (Coord)

Rafael Boix Doménech

### **Análisis de datos y revisiones**

Raül Abeledo

María Sendra Moreno

Sendy Ghirardi

### **Corrección Lingüística y revisión**

Jordi Sanjuan

Abril 2019

VNIVERSITAT  
D VALÈNCIA



## CONTENIDO

<b>ECONOMÍA NARANJA Y LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS (SCC) EN LA COMUNITAT VALENCIANA: SITUACIÓN, POTENCIALIDADES Y DEFINICIÓN DE PROPUESTAS DE ACTUACIÓN PARA SU FOMENTO.....</b>	<b>1</b>
CRÉDITOS.....	2
Análisis de contexto.....	2
Delimitación de las actividades de la economía naranja.....	2
La conexión de los SCC y el modelo productivo .....	3
Nivel micro: algunas aproximaCIONES .....	3
Nivel Macro. El estado de la cuestión .....	4
El papel de los SCC en el resto de Europa y España y Europa .....	7
La situación en Europa .....	7
Algunos casos de políticas de promoción de la economía Naranja.....	8
La inserción de los sectores culturales y creativos valencianos en el contexto español.....	8
La ubicación de los SCC de la Comunitat Valenciana en Europa .....	10
Evolución de las empresas, ocupados/as y facturación de los SCC en la Comunitat Valenciana, 2007-2017 .....	12
Las tendencias .....	12
Dinámicas Análisis territorial.....	14
Dinámica territorial por Sistemas Locales de Trabajo .....	14
Economía Naranja, productividad y renta per cápita a nivel local .....	17
Correlaciones.....	18
Estimación a partir del modelo de efectos fijos .....	19
Estimación por cuantiles .....	19
Estimación por mínimos cuadrados localmente lineales .....	20
Análisis de los actores y su funcionalidad en el ecosistema de los sectores culturales y creativos.....	21
La jerarquización de las propuestas de intervención .....	21
A modo de Conclusiones .....	22
Propuestas de actuación para impulsar la Economía Naranja e Industrias Culturales y Creativas en la CV .....	29
Economía Naranja en el cambio de modelo productivo desde una perspectiva estratégica del gobierno valenciano .....	29
línea I. diseminación, difusión y Creación de consciencia .....	31
Línea II: Internacionalización.....	32
Línea III. Articulación de un marco presupuestario integral y adopción de una mirada desde la complejidad .....	32
Línea IV Generalización de espacios de encuentro e institucionalización de la cooperación a través de modelo de cuádruple hélice .....	33

Linea V Espacios de experimentación y desarrollo de pruebas piloto de modelos de incentivos diversos .....	33
Línea VI. Generación de sistemas de información para incrementar la inteligencia de la Economía Naranja y evaluar los impactos .....	34
Linea VII continuación y ampliación de los modelos de gobernanza y participación para la inclusión de la economía naranja en el cambio de modelo productivo .....	34
REFERENCIAS .....	35
ANEXO I ESTIMACIONES ECONOMETRICAS.....	35
ANEXO II SISTEMAS LOCALES DEL TRABAJO Y TIPOLOGÍA DE SISTEMAS PRODUCTIVOS LOCALES.....	35
CRÉDITOS.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

Gráfico 1. Tasas de crecimiento anual de la ocupación total y de los SCC, 2008-2014 (EU28). Fuente: Estadísticas culturales EUROSTAT (2016) .....	7
Gráfico 2. Evolución del porcentaje del nº de empresas respecto al total nacional. 2013-2017. Instituto Nacional de Estadística. Directorio Central de Empresas.....	9
Gráfico 3. Evolución del número de empresas de los SCC y porcentaje sobre el total de empresas.....	12
Gráfico 4. Evolución del número de ocupación de los SCC y porcentaje sobre el total de ocupación.....	13
Gráfico 5. Evolución de la facturación de los SCC. ....	13
Gráfico 6. Evolución en números índices de los ocupados en servicios creativos. 2007-2016 .....	17
Gráfico 7. . Comparación porcentual situación 2017 respecto a 2007 en ocupados por sectores .....	26
Ilustración 1. Relación entre las artes y las organizaciones económicas. Fuente: (Antal, 2009) .....	4
Ilustración 2. Variación de los ocupados en los servicios creativos, 2007-2017 por sistemas locales de trabajo. ....	27
Tabla 1 Códigos CNAE 2009 de las actividades de los Sectores Culturales y Creativos.....	2
Tabla 2. Modelos analíticos respecto a la conceptualización de las relaciones entre SCC y desarrollo territorial .....	6
Tabla 3. Estimación por mínimos cuadrados localmente lineales. La variable dependiente es la renta per cápita en paridad de poder adquisitivo. 275 regiones de la Unión Europea. ....	10
Tabla 4. Distribución de empresas sobre el total de la Economía Naranja por sistemas locales de trabajo y agrupaciones de servicios creativos .....	16
Tabla 5. Estimación por mínimos cuadrados localmente lineales. La variable dependiente es la renta bruta por declarante en los municipios de la Comunitat Valenciana en el año 2013.....	20
Tabla 6. Medidas que concitan mayor consenso sobre la promoción de la Economía Naranja. ....	22
Tabla 7: Productividad (valor añadido a coste de los factores / personal ocupado medio) de distintas actividades del sector servicios. 2016. Encuesta estructural de servicios. INE .....	23
Tabla 8. Comparación empresas, ocupados y facturación de la Economía Naranja valenciana. 2007-2017. Fuente: Elaboración propia .....	25

*Este informe pretende realizar una revisión de la situación de la denominada “Economía Naranja” en la Comunitat Valenciana, para poder realizar un diagnóstico basado en las evidencias y que nos lleve a algunas propuestas y recomendaciones desde la perspectiva de la voluntad transformadora del modelo productivo valenciano. El concepto de Economía Naranja, corresponde a las actividades económicas de los sectores culturales y creativos (SCC), que delimitaremos en la primera sección a partir de los códigos correspondientes de la CNAE 2009. La revisión se inicia con una aproximación conceptual y teórica sobre las relaciones entre los sectores culturales y creativos y la dinámica económica en general, tanto desde una perspectiva macro (entre la evolución de las variables agregadas como la productividad, el crecimiento, la renta per cápita y la actividad de los SCC) como desde la perspectiva micro (el papel de los sectores culturales y creativos en la transformación de las relaciones laborales, la capacidad de innovación de los individuos en las organizaciones empresariales o las transformaciones en la cultura corporativa). Seguidamente, se realiza una descripción de la aproximación valenciana, frente a las realidades del resto de España y Europa.*

*A continuación, se proporciona una descripción de las dinámicas, sectoriales y territoriales de los distintos sectores de la Economía Naranja, a partir de la elaboración de una base de microdatos, que nos permite identificar y geolocalizar variables como empresas, ocupados y facturación de las actividades de los sectores culturales y creativos, por distintas unidades territoriales. Posteriormente, se realiza un análisis sobre las dinámicas territoriales a partir de las unidades municipales y de los sistemas locales de trabajo. La sección siguiente corresponde al desarrollo de distintas metodologías de estimación para desvelar las relaciones entre SCC y la renta local, para llegar a los resultados del análisis de las consideraciones derivadas de la interacción con 27 expertos en el sector. Con todo este diagnóstico se realizan una serie de conclusiones, para seguir con un conjunto de recomendaciones en clave de políticas públicas, con el objetivo de estimular la denominada Economía Naranja.*

## DELIMITACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE LA ECONOMÍA NARANJA.

La economía creativa, o Economía Naranja representa una riqueza enorme 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.

Tabla 1 Códigos CNAE 2009 de las actividades de los Sectores Culturales y Creativos

Código	Descripción
<b>Manufactura creativa</b>	
14	Confección de piezas de vestir
15	Industria del cuero y del calzado
3212	Joyería
3220	Instrumentos musicales
3240	Juguetes
<b>Comercio creativo</b>	
4743	Comercio al detalle de equipos de audio y vídeo en establecimientos especializados
4761	Comercio al detalle de libros en establecimientos especializados
4762	Comercio al detalle de periódicos y artículos de papelería en establecimientos especializados
4763	Comercio al detalle de grabaciones de música y vídeo en establecimientos especializados
7722	Alquiler de cintas de video y discos
<b>Edición, edición de videojuegos y artes gráficas</b>	
18	Artes gráficas y reproducción de soportes registrados
58	Edición
<b>Multimedia</b>	
59	Actividades de cinematografía, de vídeo y de programas de televisión; actividades de grabación de sonido y edición musical.
<b>Radio y televisión</b>	
60	Actividades de emisión y programación de radio y televisión
<b>Programación</b>	
62	Servicios de tecnologías de la información
<b>Información y comunicación</b>	
6391	Agencias de noticias
6399	Otros servicios de información
7311	Agencias de publicidad
7312	Servicios de representación de medios de comunicación

Código	Descripción
<b>Arquitectura</b>	
7111	Servicios técnicos de arquitectura
<b>Servicios de investigación y desarrollo</b>	
72	Servicios de investigación y desarrollo
<b>Diseño, fotografía y traducción</b>	
7410	Diseño
7420	Fotografía
7430	Traducción e interpretación
<b>Educación relacionada con la cultura</b>	
8552	Educación relacionada con la cultura
<b>Creación artística y actividades culturales</b>	
90	Actividades de creación artística y espectáculos
91	Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales

## LA CONEXIÓN DE LOS SCC Y EL MODELO PRODUCTIVO

Si bien las expectativas iniciales más optimistas no se han cumplido, quizás por el efecto truncador de la tendencia de la crisis de 2008, cada vez hay más evidencia de que el tamaño 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).

### NIVEL MICRO: ALGUNAS APROXIMACIONES

La relación entre el funcionamiento de la economía naranja y el resto del sistema productivo se produce de manera compleja ya que en general la creación cultural no es sólo un espacio de producción, sino que configura tanto las referencias simbólicas de una comunidad y territorio y además, en muchas ocasiones, conforma los espacios de sociabilidad y relaciones de dicha comunidad. Los valores, sentidos y significados generados por la economía naranja tienen efectos claros en los hábitos, actitudes y comportamientos de la ciudadanía que afectan al conjunto del ecosistema social y económico.

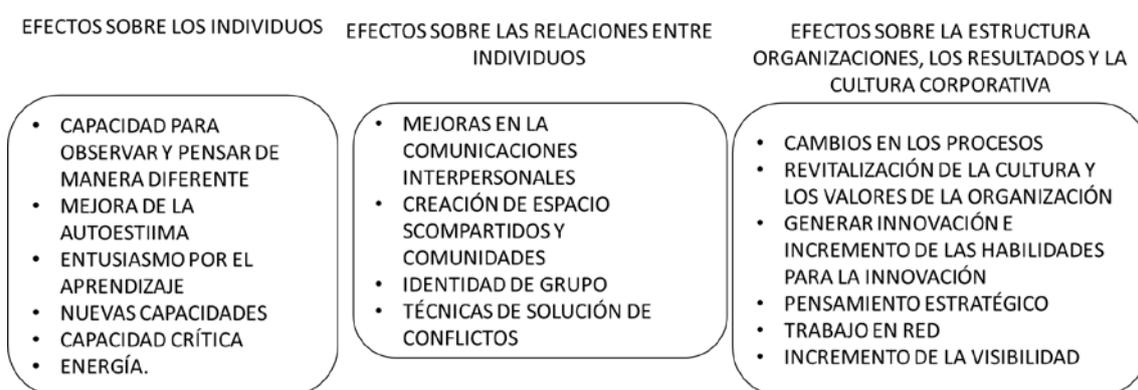
Resumiendo, desde la perspectiva de las relaciones micro, las principales interacciones identificadas por la literatura son:

- Un enfoque que apenas se ha estudiado en la literatura es el papel de la demanda. El número de personas empleadas en el sector cultural y creativo determina el poder de una demanda solvente que es muy propensa a la innovación y que, por lo tanto, se convierte en promotora de la innovación social y política. Esto no sólo se debe a un efecto en los ingresos, ya que la "clase creativa" también se manifiesta a través de un estilo de vida particular que implica el consumo de productos y servicios más innovadores y de contenidos creativos.
- Las acciones y eventos culturales generan espacios que facilitan la serendipia y la fecundación cruzada, dando lugar a nuevos proyectos, generando innovación y destacando el valor de los espacios públicos como espacios de interacción social.

- El capital humano descrito en las teorías tradicionales de crecimiento interactúa con el capital cultural a diferentes niveles (Sacco, Ferilli, Blessi, & Nuccio, 2013), generando un efecto multiplicador que explica mejor los modelos de crecimiento. El capital cultural acumulado en una comunidad es un factor relevante para el crecimiento.

- El sector cultural y creativo, (definido por la tendencia a trabajar proyecto por proyecto, la escasa estandarización de los procesos de producción, las bajas barreras de entrada y una variedad de relaciones de trabajo), está estructurado de una manera mucho más flexible que la mayoría de las actividades económicas. Estas características pueden tener algún efecto amortiguador sobre las variaciones y tensiones de la economía y, en consecuencia, las regiones que tienen un sector cultural y creativo más amplio muestran mayores niveles de resistencia a las perturbaciones de la oferta o la demanda.

- Finalmente, como afirma J. Potts (Jason Potts, 2011), los sectores culturales y creativos son la base de la innovación en todo el sistema socioeconómico.



**Ilustración 1. Relación entre las artes y las organizaciones económicas. Fuente: (Antal, 2009)**

En conclusión, se puede afirmar que las relaciones entre el campo cultural y artístico y las organizaciones empresariales muestra indicios de que puede ser beneficiosas para ambos lados. Por una parte, las empresas obtienen ventajas competitivas a través de las transformaciones en las capacidades de los individuos, las relaciones entre ellos y sobre la estructura organizativa, mejorando su capacidad de innovación y su resiliencia. También para las organizaciones artísticas la “demanda de las empresas”, como demanda intermedia puede ser un soporte muy valioso para su sostenibilidad financiera. A pesar de estos indicios, cada vez con mayores evidencias<sup>1</sup>, resulta necesario mucha más investigación para tratar de aprovechar todas las potencialidades.

---

## NIVEL MACRO. EL ESTADO DE LA CUESTIÓN

El modelo asume que las industrias creativas conducen a un aumento en la variedad de productos que aumenta la productividad al permitir una mayor difusión de la producción intermedia en un mayor número de actividades, cada una de las cuales está sujeta a rendimientos decrecientes y, por lo tanto, muestra un rendimiento promedio mayor cuando se opera a una menor intensidad. La implicación es que la forma de aumentar los niveles de productividad es dedicando una parte mayor de la producción a las actividades creativas.

---

<sup>1</sup> Este mismo equipo de investigación está desarrollando una metodología para evaluar las relaciones entre los sectores culturales y creativos y el sector textil en el proyecto europeo CREATIVWEAR. Véase los resultados en <https://creativewear.interreg-med.eu/>

---

## LA DIMENSIÓN DE LOS EFECTOS

La investigación empírica que ha medido los efectos de las industrias creativas en la riqueza, la productividad, los ingresos o salarios, proporciona, en general, evidencia de efectos positivos generales sobre la economía y demuestra su potencial para transformar el modelo económico.

Página | 5

Dolfman (Dolfman, Holden, & Wasser, 2007) encuentra que en los Estados Unidos el salario promedio en las industrias creativas es un 34,9% más alto que el salario promedio nacional del sector privado. Potts y Cunningham (2008) también proporcionan evidencia de que en Australia los ingresos promedio de los trabajadores en las industrias creativas son un 31% más altos que los ingresos promedio nacionales, y que la tasa de crecimiento agregada de los ingresos de la industria creativa es más alta que los ingresos para la economía agregada.

Otras investigaciones toman en cuenta los efectos sobre la economía en su conjunto. Cuando se emplean los controles correctos, producen resultados notablemente similares, incluso utilizando diferentes medidas de industrias creativas, lugares y unidades territoriales (Tabla 2):

En definitiva, existe una creciente evidencia científica de que los impactos de la dimensión de los sectores culturales y creativos tienen efectos perceptibles sobre aspectos relacionados con la productividad y la riqueza de las regiones, tanto en el contexto de USA y Australia como en Europa e incluso cada vez son más los trabajos que analizan los casos asiáticos.

Tabla 2. Modelos analíticos respecto a la conceptualización de las relaciones entre SCC y desarrollo territorial

Artículo	Aproximación	Aplicación	Objetivo	Variable explicativa	Controles	Efectos relativos (elasticidades) de un 1% de cambio en la contribución del sector
<b>Rausell et al (2011)</b>	Círculo virtuoso endógeno VAR niveles / logaritmos	Regiones españolas 2000-2008	PIB per cápita	Porcentaje de personas ocupadas en sectores culturales.	No	0,44%
<b>De Miguel et al (2012)</b>	Modelado empírico Ecuación lineal en niveles	Regiones europeas 2008	PIB per cápita	Porcentaje de personas ocupadas en industrias creativas.	Estructura industrial, economías de localización	0,45%
<b>Boix et al (2013)</b>	Modelado empírico Ecuación lineal en niveles	Regiones europeas 2008	PIB per cápita	Porcentaje de personas ocupadas en industrias creativas.	Estructura industrial, economías de localización e urbanización	0,39%
<b>Marco et al (2014)</b>	Círculo virtuoso Modelo de ecuaciones estructurales en niveles (dinámico)	Regiones europeas 1999-2008	PIB per cápita; renda disponible per cápita de las familias; productividad del trabajo	Porcentaje de personas ocupadas en industrias creativas.	Economías de urbanización, educación superior	0,41%
<b>Lee (2014)</b>	Ecuación de mercado de trabajo y efectos fijos	UK Travel-to-work areas 2003-2008	Salario por hora en industrias no creativas (total y privadas)	Empleo total en industrias creativas	Estructura industrial, población, cualificaciones, género, edad, migrantes	0,047% a 0,066%
<b>Hong et al (2014)</b>	Productividad Total de los Factores y efectos fijos	Provincias de China 2003-2010	Productividad Total de los Factores	Coefficiente de localización de los ocupados en industrias creativas	Estructura industrial, inversión directa extranjera, tamaño de empresa	0,04%
<b>Boix and Soler (2015) Boix y Peiró</b>	Modelo de crecimiento semi-endógeno Log-lineal Spatial Lag Model Local Linear Least Squares	Regiones europeas 2008	Productividad del trabajo	Porcentaje de personas ocupadas en industrias creativas.	Estructura industrial, economías MAR-Jacobs-Porter, inversión en capital, economías de red, innovación, capital humano, I+D, clase creativa, dependencia espacial.	0,04% a 0,10%

LA SITUACIÓN EN EUROPA

En las últimas décadas se ha escrito mucho sobre el efecto de la cultura y la creatividad sobre la actividad económica. Antes de la crisis, algunas voces entusiasmadas predijeron que la cultura y la creatividad se convertirían rápidamente en los nuevos impulsores del crecimiento económico en la era postindustrial. Si bien es cierto que los sectores culturales y creativos han mostrado una mayor resiliencia que la totalidad de la actividad económica, la profundidad de la crisis y las subsiguientes políticas de consolidación fiscal golpearon con fuerza, reduciendo su tamaño e impulso. Aun así, los sectores culturales y creativos han mostrado, en el conjunto de los países europeos más resiliencia que el resto de la economía ante los embates de la crisis.

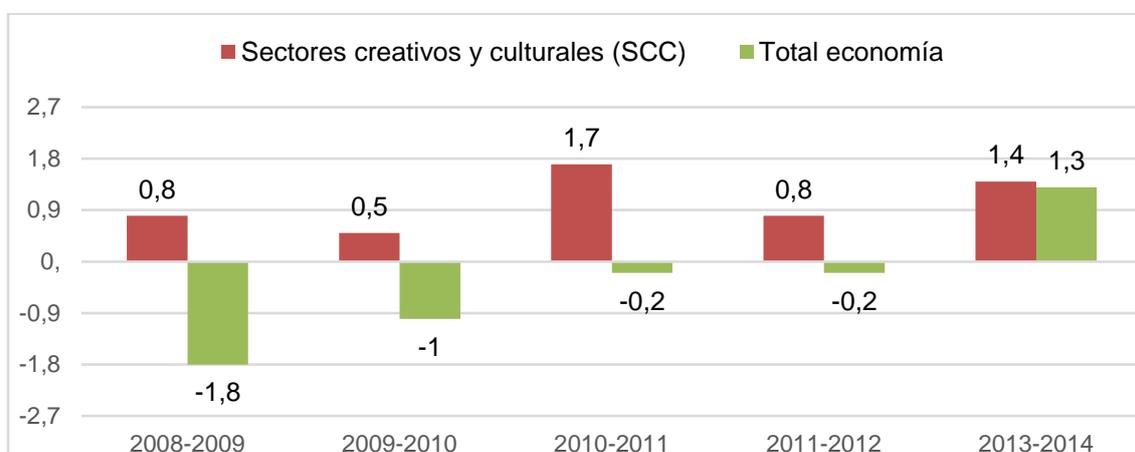


Gráfico 1. Tasas de crecimiento anual de la ocupación total y de los SCC, 2008-2014 (EU28). Fuente: Estadísticas culturales EUROSTAT (2016)

Algunos analistas consideran que, en Europa, la capacidad de los SCC no se aprovecha plenamente, y de manera genérica, los impactos de los SCC sobre el conjunto de las dinámicas territoriales a menudo se infravaloran y carecen de políticas específicas de las autoridades regionales, nacionales e internacionales. Al mismo tiempo, el sector cultural y creativo está experimentando cambios considerables debido a la revolución digital. La cadena de producción de valor de los SCC, desde el momento de la creación, a través de la producción y la reproducción, la promoción y la comercialización, la distribución y el acceso al consumo, tanto en mercados locales como globales, ha sido, dramáticamente transformada en las últimas décadas por tecnologías, plataformas, nuevas habilidades prácticas y conceptuales formales e informales y nuevos públicos, comunidades y redes transnacionales / globales de usuarios / consumidores y creadores / productores que se desarrollan en la economía digital y creativa (Mercer, 2011). La legislación lucha por seguir estas circunstancias cambiantes y el potencial de los SCC sigue bloqueado por los requisitos burocráticos y administrativos, la falta de datos y la escasa coordinación intersectorial. Esto plantea retos en el ámbito de las posibilidades de formación y la armonización de los mercados.

Por lo tanto, tanto en Europa, como en la Comunitat Valenciana, el campo de desarrollo de las políticas activas orientadas a los SCC tiene todavía un amplio recorrido.

---

## ALGUNOS CASOS DE POLÍTICAS DE PROMOCIÓN DE LA ECONOMÍA NARANJA

Como podemos comprobar, en el estudio se han analizado algunas estrategias de regiones europeas muy distintas, pero que dibujan el panorama posible de acciones que van desde la capacitación, cualificación y formación de los agentes locales (caso Wallonia) a la utilización de eventos para el impulso cultural y la reconversión de las industrias creativas tradicionales (caso Norte de Portugal) a la importación de infraestructuras culturales de marcas reconocidas, al mismo tiempo que se articulaban nuevas arquitecturas institucionales para fijar los efectos sobre el territorio (caso Pas de Calais).

Página | 8

En general, podemos considerar que cada territorio, en función de sus propios atributos, su estructura productiva y su ecosistema institucional, ha de buscar la fórmula de especialización que combine adecuadamente y para distintos sectores los siguientes procesos:

Normalización y estandarización en determinadas líneas de producción cultural que sean competitivas en los flujos globales, lo que en definitiva supone cierta **asimilación** y la inserción en las cadenas de valor mundiales. Este proceso permite la conexión global y la ampliación de las demandas, pero también impone una fuerte competencia que obliga a la búsqueda permanente en la innovación, y finalmente supone aprendizaje y capacitación en los mecanismos y rutinas de la internacionalización. A estas estrategias se pueden sumar aquellos sectores más ligados a las industrias culturales tradicionales (música grabada, edición, producción audiovisual, la edición de videojuegos o algunas actividades de creaciones funcionales como la moda, el diseño y la arquitectura).

El segundo ingrediente de la fórmula sería el de la **hibridación**, que significa realizar una relectura de la producción cultural y creativa local para combinarla con las demandas *mainstream*, de manera que puedan ser incorporadas en la cadena de valor cultural que está fijada al territorio, así como permite el *branding* territorial. Las estrategias de hibridación deben servir para atraer flujos de visitantes, inversiones internacionales e inmigrantes cualificados. A estos procesos se puede sumar también los sectores destacados en la sección anterior, pero también las manufacturas creativas, la gastronomía, la producción de espectáculos y la música en directo, la educación relacionada con la cultura, o el comercio de bienes y servicios culturales.

Finalmente cabe reforzar la especialización de la singularidad sobre aquellos elementos simbólicos en los que sean posible un **diferenciación** y especialización única y que no puedan repetirse en otros espacios y territorios. Es en este núcleo de actividades donde se deben tender hacia las rentas de monopolio. Esta estrategia es posible en aquellos elementos que sean singulares y únicos que la mayor parte de las veces tienen que ver con el legado patrimonial, la trayectoria histórica o el azar (p.ejemplo ser el lugar de nacimiento de una figura artística excepcional).

---

## LA INSERCIÓN DE LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS VALENCIANOS EN EL CONTEXTO ESPAÑOL

Dado que no hay trabajos sistemáticos, con la metodología adoptada en el presente informe, resulta complicado determinar la proporción de los SCC valencianos con respecto al total de España: Los únicos datos que permiten cierta comparación hacen referencia a aquellas actividades que se recogen en la Cuenta Satélite de la Cultura y que hacen referencia a actividades de los sectores culturales o de aquellas actividades ligadas a las industrias culturales como el libro o el sector audiovisual.

En términos de Valor Añadido Bruto y en aquellos casos en los que se puede comparar hasta 2013, resultan claras las siguientes consideraciones:

- Las actividades de los sectores culturales y creativos, se encuentran concentradas en los grandes espacios metropolitanos de Madrid y Barcelona. La ciudad de Valencia en particular y la

Comunitat Valenciana en general, se encuentra en la mayoría de los datos disponibles bastante lejos de la situación de Madrid y Barcelona, y la Comunitat Valenciana solo en los casos de las artes se acerca al 10% del total de la producción, dimensión que le correspondería por su proporción poblacional.

- Aunque no puede observarse en la tabla presentada, el año 2013 es el año suelo en la evolución de los SCC valencianos. A partir de ese año empiezan a recuperarse las cifras para todos los sectores culturales y creativos. Solo en el caso del Patrimonio, Archivos y Bibliotecas, las cifras de 2013 se ubican en los niveles de inicio de la crisis.
- Excepto en las artes escénicas y visuales, los SCC han tenido un peor comportamiento en la Comunitat Valenciana que en el conjunto de España. La situación es especialmente sangrante para el caso del audiovisual, por el cierre de la corporación pública de medios de comunicación, llegando a perder casi el 50% del valor generado al inicio de la crisis.

Si queremos aproximarnos a lo que ha pasado desde 2013, los únicos datos disponibles los tenemos a partir del número de empresas, y como podemos observar en el siguiente gráfico, las situaciones son muy diversas. Cabe destacar que solo en Fabricación de soportes, aparatos de imagen y sonido e instrumentos musicales, las actividades de fotografía y en las de comercio y educación cultural (lógicamente más conectadas a la distribución de la demanda) el número de empresas se aproxima a la proporción poblacional (el 10% aproximadamente).



**Gráfico 2. Evolución del porcentaje del nº de empresas respecto al total nacional. 2013-2017. Instituto Nacional de Estadística. Directorio Central de Empresas**

Por otra parte, también se pueden observar que hay algunas actividades que mejoran el porcentaje entre 2013 y 2017 (Patrimonio, edición, agencias de noticias, diseño y creación) en cambio otras como fabricación de soportes, fotografía, educación cultural o comercio cultural, disminuyen su proporción.

## LA UBICACIÓN DE LOS SCC DE LA COMUNITAT VALENCIANA EN EUROPA

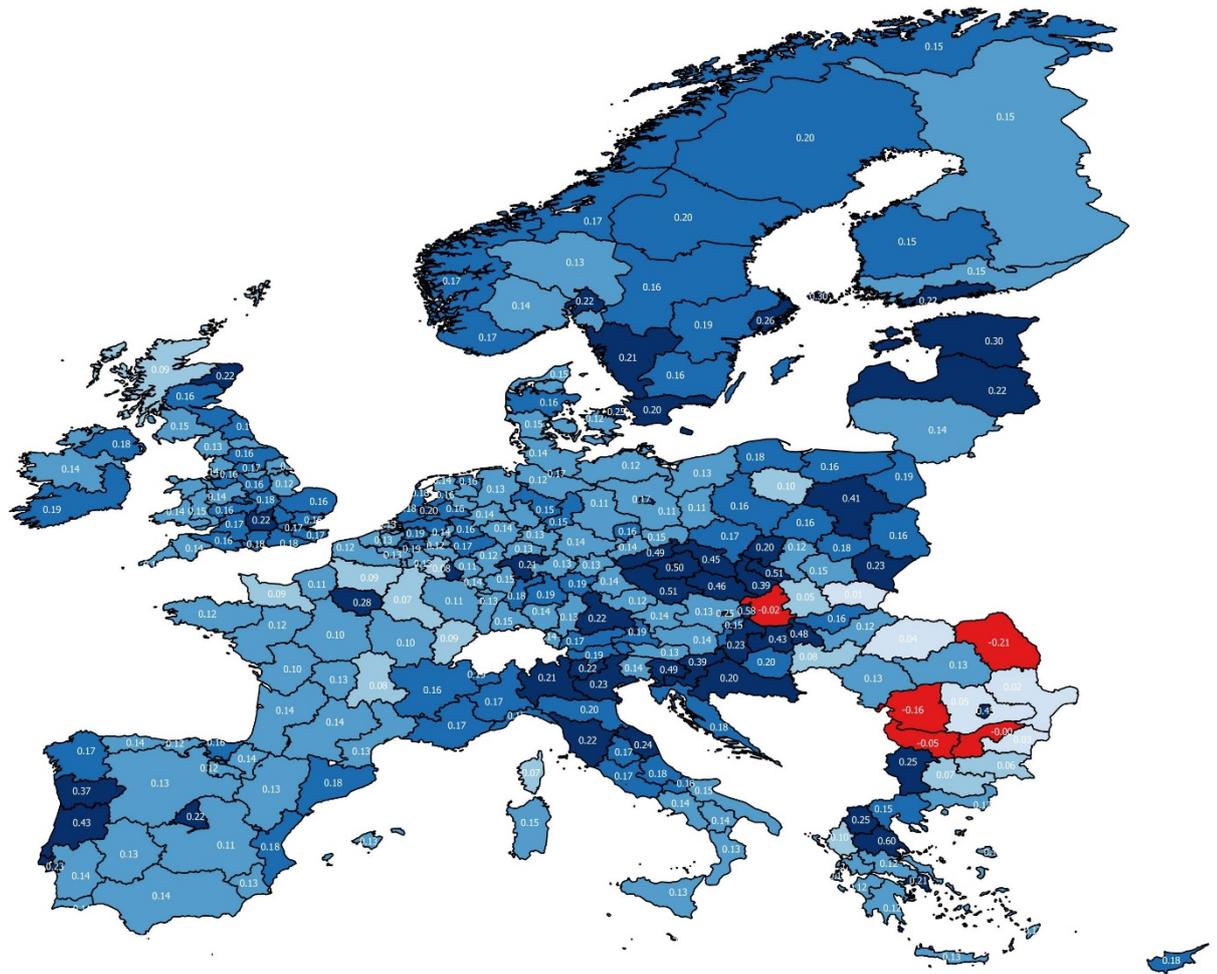
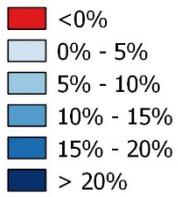
Desde la perspectiva del análisis regional, la Comunitat Valenciana se encuentra en una posición periférica en el conjunto de las regiones europeas, respecto a la presencia de actividades culturales y creativas en el campo de los servicios, pero bien posicionada en aquellas manufacturas que se pueden asociar fácilmente a las actividades culturales y creativas. Como puede comprobarse en las dos ilustraciones que siguen, con datos de 2008, la Comunitat Valenciana, junto con La Rioja son las dos únicas CCAA que superan el porcentaje del 1,8% de ocupados en el campo de las manufacturas creativas. Consideramos manufacturas creativas a los siguientes códigos de CNAE 2019: 14 Confección de piezas de vestir, 15 Industria del cuero y del calzado, 3212 Joyería, 3220 Instrumentos musicales y 3240 Juguetes.

Los resultados obtenidos con datos de 2008 resultan muy esperanzadores para la Comunitat Valenciana. En las dos ilustraciones siguientes se pueden observar para cada una de las regiones europeas analizadas los coeficientes de la elasticidad de la productividad ante variaciones de los ocupados en las manufacturas creativas y para el caso de los servicios creativos.

**Tabla 3. Estimación por mínimos cuadrados localmente lineales. La variable dependiente es la renta per cápita en paridad de poder adquisitivo. 275 regiones de la Unión Europea.**

	Modelo completo			
	Media	Cuartil 0.25	Cuartil 0.5 (mediana)	Cuartil 0.75
<b>Porcentaje de ocupados en servicios creativos</b>	<b>0.1830</b>	<b>0.133</b>	<b>0.1629</b>	<b>0.2023</b>
	(0.000)	(0.000)	(0.001)	(0.000)
<b>Porcentaje de ocupados en manufacturas creativas</b>	0.0183	-0.0082	0.0117	0.0356
	(0.0185)	(0.8079)	(0.089)	(0.001)
<b>Porcentaje de ocupados en el resto de sectores</b>	0.2677	-0.1231	0.0485	0.3262
	(0.5926)	(0.184)	(0.826)	(0.000)
<b>Dotación de capital por trabajador</b>	0.4120	0.359	0.4306	0.4791
	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)
<b>Ocupados</b>	0.0087	-0.0102	(0.015)	0.0330
	(0.5355)	(0.1304)	(0.366)	(0.805)
<b>n+g+d</b>	0.0601	0.0455	0.0740	0.0980
	(0.0149)	(0.0398)	(0.001)	(0.008)
<b>Tasa de crecimiento del progreso técnico (g)</b>	-0.0256	-0.063	-0.0310	0.0030
	(0.1549)	(0.094)	(0.115)	(0.694)
<b>Ocupados sobre población</b>	-0.6799	-0.7868	-0.6831	-0.5249
	(0.000)	(0.004)	(0.000)	(0.001)
<b>R2</b>	0.9652			
<b>Observaciones</b>	275			

### Elasticities



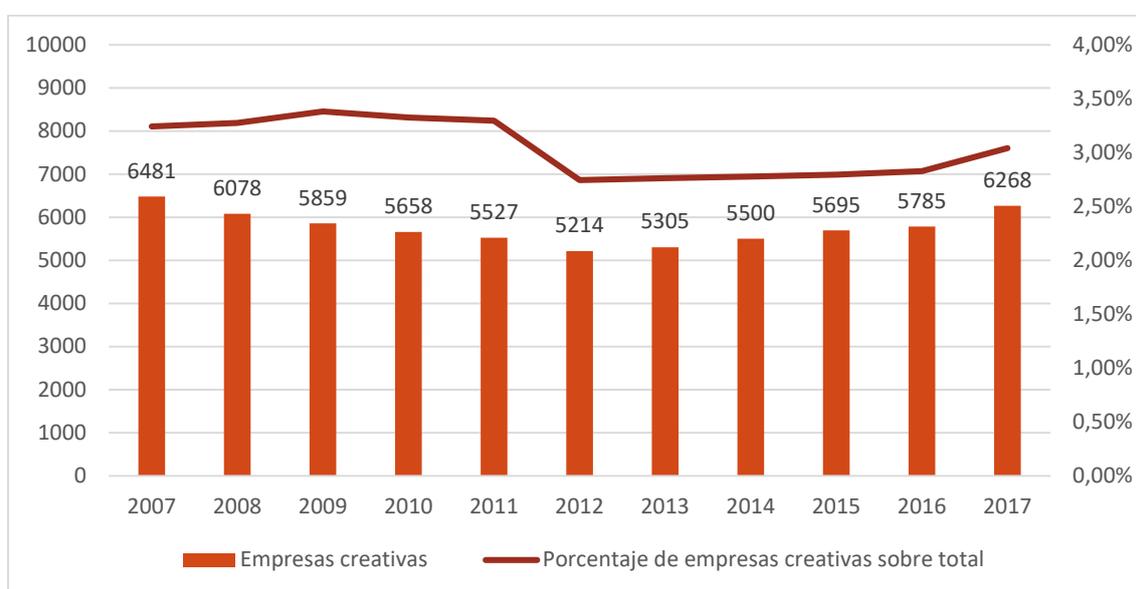
Source: Boix, Peiró and Rausell (2017).

Los resultados para la Comunitat Valenciana muestran que, para el caso de los servicios creativos, un incremento del 10% de los ocupados tendría un impacto del 1,8% en la magnitud de la renta per cápita en términos de poder adquisitivo. Este valor está por encima de la mayoría de las regiones europeas y españolas, como puede comprobarse en la ilustración 6 (véase informe completo). En el caso español, solo quedaría superada por Madrid y Cataluña.

Seguidamente pasamos a hacer una descripción de la evolución de los datos referidos a empresas, ocupado y facturación en la Comunitat Valenciana, en relación a las actividades cuyos códigos CNAE se recogen en la Tabla 1 de la presente publicación, omitiendo las actividades de las manufacturas creativas.

## LAS TENDENCIAS

La evolución de las empresas creativas y culturales en la última década ha venido marcada por la evolución de la economía valenciana en dicho período. Así, en el siguiente gráfico se muestra la evolución de las empresas creativas valencianas y su porcentaje sobre el total de empresas, pudiendo dividir dicha evolución en una etapa de decrecimiento entre 2007 y 2012 y otra de menor crecimiento desde dicho año hasta 2017.



**Gráfico 3. Evolución del número de empresas de los SCC y porcentaje sobre el total de empresas.**

Tal y como se observa en el gráfico, el mayor número de empresas creativas en la Comunitat Valenciana se produjo en 2007, con un total de 6.481 empresas. En dicho año, las empresas creativas representaron un 3,24% del total de las empresas valencianas. A partir de 2007, el número de empresas de los SCC presentó una tendencia decreciente hasta 2012, con un total de 5.214. Esta cifra resulta ser el valor mínimo del período analizado tanto en términos absolutos como en porcentaje respecto al total de empresas, representando el 2,74%.

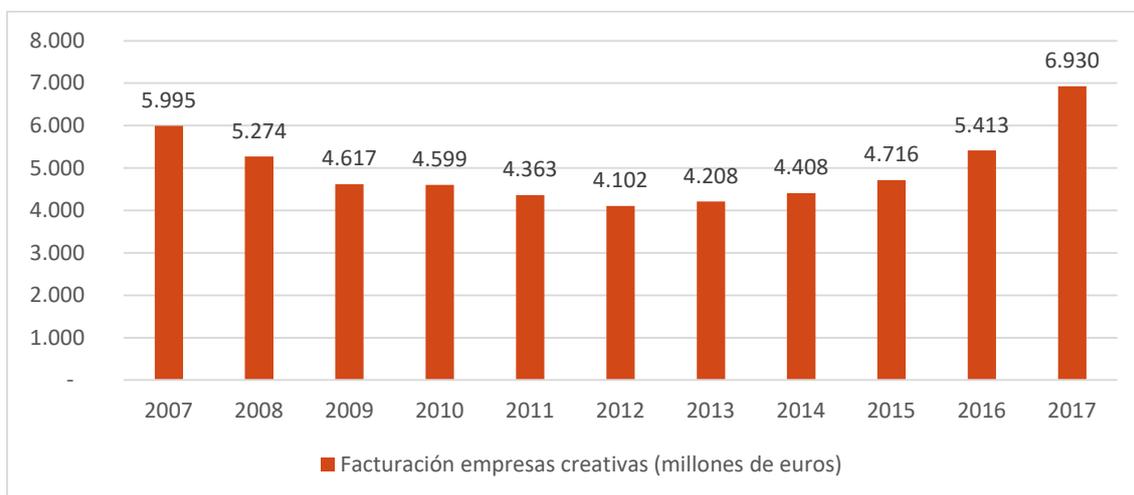
Por otra parte, por lo que respecta a la evolución de los ocupados en los sectores culturales y creativos entre 2007 y 2017 podemos ver que a grandes rasgos ha seguido las mismas tendencias que las empresas creativas. Así, podemos dividir esta evolución en dos etapas, la primera de decrecimiento entre 2007 y 2012 y una segunda etapa de crecimiento desde 2012 hasta 2017.



**Gráfico 4. Evolución del número de ocupación de los SCC y porcentaje sobre el total de ocupación.**

El número total de trabajadores en industrias creativas en 2007 fue de 61.022 trabajadores, cifra que representó un 3,06% del total de trabajadores en la Comunitat Valenciana. A partir de dicho año se observa una tendencia decreciente en el número de trabajadores en SCC hasta 2012, año en el que hubo un total de 48.784 trabajadores. A pesar de esta reducción paulatina del número de trabajadores el porcentaje de trabajadores creativos sobre el total de trabajadores se mantuvo e incluso ascendió levemente entre dichos años, pasando de representar el 3,06% al 3,15% en 2012.

En cuanto a la facturación, su variación entre 2007 y 2017 también parece seguir la misma tendencia, en líneas generales, que la analizada en las empresas y la ocupación de los SCC. En el siguiente gráfico se puede observar cómo ha ido evolucionando la facturación de los SCC en millones de euros.



**Gráfico 5. Evolución de la facturación de los SCC.**

Tal y como se observa en el gráfico, en el año 2007 las empresas en industrias creativas facturaron un total de 5.995 millones de euros. En los años consecutivos esta cifra se fue reduciendo hasta llegar a los 4.102 millones de euros facturados por las empresas creativas en 2012, año en el que se observa el menor nivel de facturación del período analizado. Manteniendo una relación con los niveles de empresas y ocupación de los SCC, la facturación en industrias creativas empezó a crecer consecutivamente desde

2012 hasta 2017, año en el que se alcanzó el mayor valor de facturación del período analizado. Así, en 2017 el nivel de facturación ascendió a un total de 6.960 millones de euros.

## DINÁMICAS ANÁLISIS TERRITORIAL.

Uno de los verdaderos valores añadido del presente trabajo es que, por primera vez, para la Comunitat Valenciana, se ofrecen datos territorializados sobre las dinámicas de los sectores culturales y creativos, que permiten una visión muy detallada y que, en términos instrumentales, también posibilitaría micropolíticas adaptadas a las características de las dinámicas locales.

Página | 14

Algunos autores señalan que el sistema de ciudades valenciano parece se aproxima al arquetipo propuesto por Mundford, que define como asentamiento más eficaz aquel que se organiza mediante núcleos autosuficientes con capacidad de liderar áreas pobladas por municipios de tamaño más reducido que se relacionan entre sí de manera muy intensa. El sistema de ciudades medias valenciano podría compensar la creciente tendencia a aprovechar las economías de aglomeración de la mayoría de las actividades de los sectores culturales y creativos y por ello resulta de especial interés analizar las dinámicas territoriales.

Para realizar el análisis territorial hemos decidido presentar los datos agregados en primer lugar por unidades territoriales de sistemas locales de trabajo<sup>2</sup> (véase para más detalle Anexo II) y mostramos también los resultados en mapas a nivel de municipio para obtener un mayor detalle en el análisis.

---

### DINÁMICA TERRITORIAL POR SISTEMAS LOCALES DE TRABAJO

Obviamente las actividades culturales y creativas muestran especializaciones relativas en los espacios urbanos y en consecuencia tanto empresas, como trabajadores y facturación se concentran en primer lugar en las grandes áreas metropolitanas de València, Alacant-Elx, y Castelló en menor medida. Si realizamos el análisis en el ámbito de los servicios creativos y por sistemas locales de trabajo.

**Podemos comprobar que no más de 14 sistemas locales de trabajo contienen más del 1% de las empresas de la Economía Naranja en 2017. Para los datos empresas, el sistema local de trabajo de València (que se correspondería aproximadamente con su área metropolitana) concentra el 47% de las empresas. El siguiente en términos de dimensión es Alicante que ya se reduce al 11%.**

---

<sup>2</sup> El Sistema Local de Trabajo (SLT) es la base territorial del Distrito Industrial. La delimitación de los Sistemas Locales de Trabajo (ISTAT 1997, p.235-242) se realiza a partir de un algoritmo que consta de cuatro etapas principales y una quinta de calibrado fino. El algoritmo parte de la unidad administrativa municipal y utiliza datos de población ocupada residente, población ocupada total y desplazamientos del lugar de residencia al lugar de trabajo, para formar el Sistema Local de Trabajo (SLT). De manera intuitiva corresponde al espacio territorial en el que se realicen desplazamientos de población por razones de Trabajo. Así un habitante de Villalonga (La Safor) contaría como habitante del Sistema Local de Trabajo de Gandia, porque la mayoría de desplazamientos por razones laborales se realizan al área de Gandia. Véase anexo para una explicación metodológica más detallada.

Las actividades de servicios creativos más capilarizadas del territorio son las Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales, la Actividades de emisión y programación de radio y televisión y en menor medida las actividades de comercio relacionadas con la cultura.

Si atendemos a especializaciones por sistema locales de trabajo, podemos señalar que Alicante y Gandia muestran una especialización relativa en servicios TIC, Alicante además en arquitectura y publicidad, Castellón en comercio cultural y actividades de creación artística y de espectáculos, Elx, Elda, Alcoi y Ontinyent en artes gráficas, Benidorm también en las actividades de creación artística como complementos a la oferta turística, Denia en publicidad.

De todas formas, en conjunto podemos observar que, en términos de empresas, la proporción más voluminosa corresponde a los servicios TIC (19%), seguido de las Artes gráficas (14,20%), las Agencias de Publicidad (12,3%), los servicios técnicos de arquitectura (11,4%) el comercio cultural (10,5%), las actividades de creación artística y espectáculos (7,75%) y la investigación y desarrollo (5,03%). El resto de las agrupaciones de actividades ya se encuentran por debajo del 5%.

Si comprobamos los resultados en términos dinámicos y ahora haciendo referencia a los niveles de ocupación podemos comprobar que entre 2008 y 2009 todos los sistemas locales de trabajo pierden ocupados en los sectores culturales y creativos, pero ya en 2010 hay algunos que inician una senda de recuperación como Elx, Xàtiva y Elda. La mayoría sin embargo continúan perdiendo ocupados hasta 2013 en el momento en que prácticamente todos comienzan a recuperar ocupados.

En conjunto podemos afirmar que los servicios creativos apenas alcanzan en 2017 los niveles previos a la crisis, evidenciando una década perdida en la consolidación y encaje de la Economía Naranja en el modelo productivo valenciano, mientras que las manufacturas creativas han tenido un mejor comportamiento y se encuentran en niveles por encima del 20% respecto al inicio de la crisis.

Las dinámicas territoriales nos hacen intuir que pueden haber dos maneras de activar la economía naranja; por una parte como sector que complementa el crecimiento de actividades de otros sectores productivos a través de la incorporación de valor simbólico en los procesos productivos a partir de los sectores de creaciones funcionales, -diseño, publicidad, comunicación, software, I+D, (y por tanto hay que hay que considerar a la economía naranja como proveedora de demanda intermedia y que depende de la dinámica de otros sectores) , y por otra como procesos de generación de nuevas empresas que sustituyen a las actividades económicas que han sucumbido ante los embates de la crisis y que se ofrecen principalmente como productos orientados a la demanda final como las industrias culturales o los sectores de actividades artísticas.

Lo que también se puede comprobar en las dinámicas territoriales es que, a falta de análisis más detallados, no se observa una buena complementariedad entre el desarrollo turístico y la expansión de la economía naranja. Sistemas locales de trabajo como Gandia o Benidorm muestra procesos de recuperación de la economía naranja con peores comportamientos que otros con una menor especialización turística como Alcoi, Elda y Elx.

Tabla 4. Distribución de empresas sobre el total de la Economía Naranja por sistemas locales de trabajo y agrupaciones de servicios creativos

	Total general	València	Alicante/A lacant	Castelló de la Plana	Elche/Elx	Benidorm	Alzira	Dénia	Elda	Gandia	Alcoy/Alc oi	Orihuela	Ontinyent	Ibi	Xàtiva
Actividades de bibliotecas, archivos, museos	<b>1,53%</b>	0,43%	0,18%	0,11%	0,18%	0,13%	0,03%	0,02%	0,05%	0,08%	0,05%	0,05%	0,02%	0,02%	0,00%
Actividades de cine, de vídeo actividades de musical	<b>3,73%</b>	2,22%	0,43%	0,18%	0,11%	0,11%	0,05%	0,08%	0,08%	0,03%	0,05%	0,03%	0,08%	0,02%	0,02%
Actividades de creación, artísticas y espectáculos	<b>7,75%</b>	3,59%	0,61%	0,83%	0,29%	0,41%	0,38%	0,14%	0,08%	0,16%	0,10%	0,10%	0,00%	0,00%	0,13%
Actividades de emisión y programación de radio y televisión	<b>2,03%</b>	0,54%	0,22%	0,14%	0,22%	0,10%	0,03%	0,13%	0,06%	0,02%	0,05%	0,14%	0,06%	0,05%	0,03%
Agencias de noticias;	<b>2,38%</b>	1,36%	0,18%	0,05%	0,08%	0,14%	0,02%	0,00%	0,08%	0,03%	0,06%	0,05%	0,05%	0,00%	0,02%
Publicidad;	<b>12,13%</b>	5,60%	1,83%	0,99%	0,73%	0,34%	0,13%	0,37%	0,32%	0,26%	0,29%	0,16%	0,11%	0,18%	0,03%
Artes gráficas y reproducción	<b>14,20%</b>	5,82%	0,91%	0,93%	1,34%	0,32%	0,56%	0,21%	0,34%	0,27%	0,41%	0,18%	0,40%	0,41%	0,32%
Comercio Cultural	<b>10,47%</b>	3,99%	1,23%	1,08%	0,78%	0,24%	0,32%	0,32%	0,26%	0,27%	0,10%	0,21%	0,05%	0,10%	0,21%
Diseño; Fotografía; Traducción	<b>4,82%</b>	1,96%	0,38%	0,49%	0,45%	0,13%	0,13%	0,16%	0,16%	0,11%	0,06%	0,08%	0,08%	0,06%	0,05%
Edición	<b>4,98%</b>	2,94%	0,48%	0,32%	0,11%	0,18%	0,19%	0,18%	0,08%	0,05%	0,11%	0,05%	0,02%	0,02%	0,02%
Educación cultura	<b>0,51%</b>	0,29%	0,08%	0,02%	0,02%	0,03%	0,02%	0,00%	0,00%	0,02%	0,02%	0,00%	0,00%	0,00%	0,02%
Investigación y desarrollo	<b>5,03%</b>	2,89%	0,56%	0,32%	0,34%	0,05%	0,06%	0,06%	0,14%	0,06%	0,08%	0,02%	0,02%	0,03%	0,05%
Servicios TIC	<b>19,07%</b>	10,42%	2,39%	1,63%	1,02%	0,48%	0,22%	0,19%	0,35%	0,45%	0,38%	0,21%	0,18%	0,19%	0,10%
Arquitectura	<b>11,39%</b>	5,01%	1,50%	0,80%	0,78%	0,35%	0,26%	0,41%	0,21%	0,30%	0,18%	0,35%	0,03%	0,00%	0,08%
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>	47,05%	10,98%	7,88%	6,45%	3,00%	2,39%	2,27%	2,20%	2,11%	1,93%	1,61%	1,08%	1,07%	1,05%

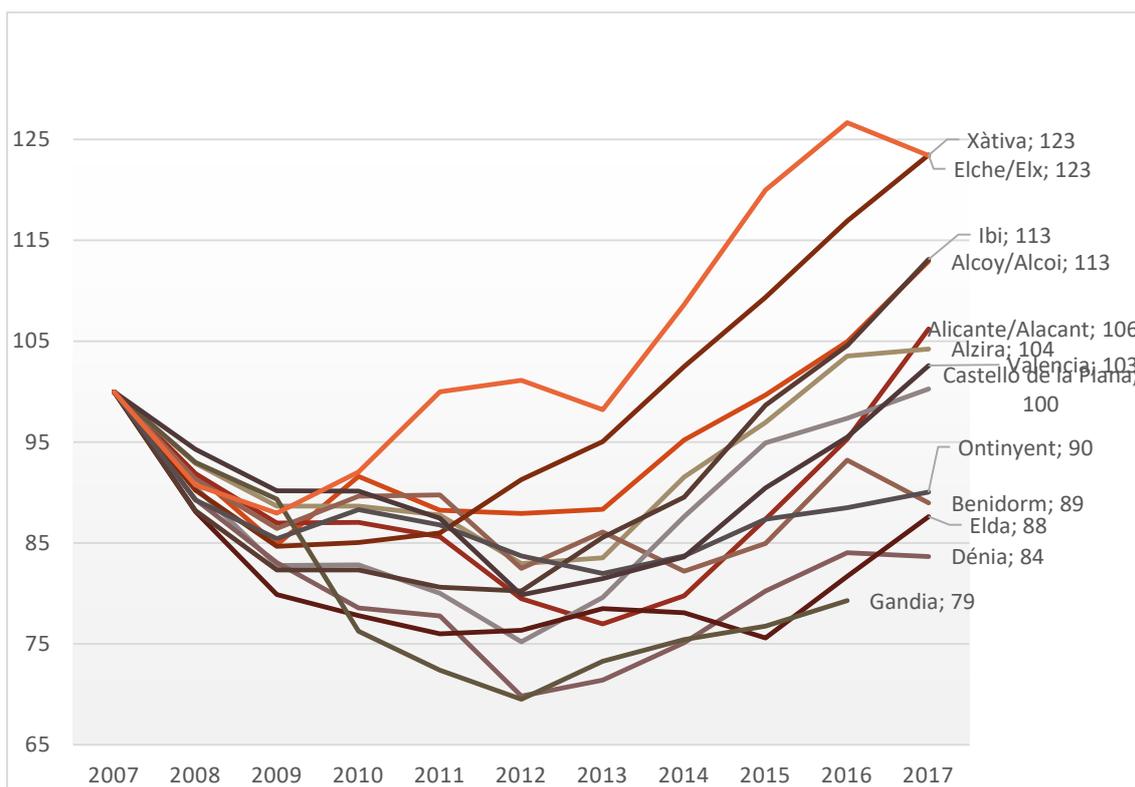


Gráfico 6. Evolución en números índices de los ocupados en servicios creativos. 2007-2016

Si nos fijamos solo en los servicios creativos, quitando las manufacturas, los comportamientos son más erráticos e irregulares, pero en este caso quien muestra un mejor comportamiento es el sistema local de Xàtiva situándose un 23% por encima del nivel al inicio de la crisis. En el caso de los ocupados en los servicios creativos, los sistemas locales de trabajo de Denia, Elda, Benidorm y Ontinyent aún no han recuperado los niveles previos a las crisis, mientras que Castelló, València Alzira y Alacant se encuentran en valores muy parecidos a los de 2007. Los peores comportamientos están asociados a aquellos sistemas locales de trabajo más especializados en los servicios turísticos.

#### ECONOMÍA NARANJA, PRODUCTIVIDAD Y RENTA PER CÁPITA A NIVEL LOCAL

Tal y como desarrollamos en el punto sobre las conexiones entre los SCC y la frontera de crecimiento potencial de las regiones europeas, medida en términos de elasticidad de la productividad ante variaciones del número de ocupados en los SCC.

En el presente informe realizamos de manera paralela, dicho análisis, midiendo, por primera vez el impacto de la Economía Naranja sobre la renta per cápita a nivel municipal para el caso de la Comunitat Valenciana. Y nuestras estimaciones confirman que la Economía Naranja tiene una relación directa con mejoras en la renta y la productividad de los municipios valencianos, así como en su crecimiento y desarrollo económico.

En líneas generales todas las estimaciones confirman que el efecto medio de la variación de la ocupación de la Economía naranja afecta de manera positiva a la riqueza de los territorios.

---

## CORRELACIONES

Existe una correlación directa entre el porcentaje de ocupados en industrias creativas sobre el total de ocupación de los municipios valencianos y la renta bruta media por declarante (véase anexo I).

Esta correlación es del 8,2% para el conjunto de los 542 municipios valencianos. Al filtrar los municipios por tamaño la correlación aumenta. Es del 11,7% para los municipios mayores de 100 habitantes y llega al 40% para los municipios mayores de 1.000 habitantes. Después se reduce hasta el 22% cuando se consideran solamente los municipios mayores de 10.000 habitantes o los mayores de 50.000. La correlación es del 24,6% para los municipios del área metropolitana de València.

**Es clara la correlación entre la renta municipal y la dimensión de los sectores culturales y creativos. En todos los casos la correlación es positiva, indicando una interrelación positiva entre especialización relativa en industrias creativas y renta bruta por declarante.**

El signo de la correlación coincide con los trabajos previos sobre regiones europeas. El rango de la correlación simple también está dentro del encontrado por estos autores para las regiones europeas.

Por tanto, existe una primera evidencia que indica una relación positiva entre la renta y las industrias creativas. Sin embargo, las correlaciones no indican necesariamente causalidad, ni el signo de esta causalidad, ni permiten corregir el efecto de otras variables que podrían ser las que, indirectamente, causaran el efecto.

---

## ESTIMACIÓN A PARTIR DEL MODELO DE EFECTOS FIJOS

Para tratar de profundizar en las implicaciones de las correlaciones anteriores desarrollamos una estimación a partir de un modelo convencional de efectos fijos. Los resultados de la estimación del modelo de efectos fijos por SLP para los 539 municipios valencianos para los cuales existe suficiente información en el año 2013<sup>3</sup>.

El coeficiente del porcentaje de ocupados en industrias creativas es de 0.0398 y es estadísticamente significativo al 5%.

**Este resultado indica que, si se incrementa en un 100% el número de ocupados en industrias creativas en los municipios de la Comunitat Valenciana, la renta bruta por declarante incrementaría en un 3,98%. El intervalo de confianza señalaría una oscilación del coeficiente entre un impacto mínimo del 1,5% y un máximo del 6,4%.**

Esta elasticidad, aunque a priori pueda parecer pequeña, no lo es. En términos económicos supone una elasticidad significativa. Es muy parecida, solo ligeramente inferior, a la obtenida por Boix y Soler (Boix Doménech & Soler i Marco, 2014) para las regiones europeas. Además, indica que, en 2013, los municipios que tenían una mayor especialización en industrias creativas en relación con su base ocupacional, tenían también mayor renta, y por tanto debieron soportar mejor los efectos de la crisis<sup>4</sup>.

---

## ESTIMACIÓN POR CUANTILES

**Los resultados también nos indican que, a mayor nivel de renta de los municipios, mayor es el efecto que las industrias creativas tienen sobre su renta.**

La ciudad de València se encuentra en el percentil .98. En este percentil, el efecto de las industrias creativas sobre la renta se eleva hasta el 15,3%, siendo, por tanto, cuatro veces mayor que para los municipios de renta mediana.

Este resultado impone notables precauciones al desarrollo de políticas orientadas a los sectores culturales y creativos, ya que si queremos maximizar los impactos parece razonable concentrar los esfuerzos sobre aquellos territorios de renta elevada, pero al mismo tiempo estas estrategias si no implican otras acciones redistributivas, pueden tener un efecto polarizador y de refuerzo de la desigualdad.

---

<sup>3</sup> Para contextualizar el análisis, hay que tener en cuenta que 2013 supone el peor año de la crisis para los sectores culturales y creativos en la Comunitat Valenciana, como hemos podido comprobar en el análisis dinámico.

<sup>4</sup> Respecto a la estimación, nótese que como tanto la renta bruta por declarante como el porcentaje de trabajadores en industrias creativas están expresados para el mismo año (2013). Esto puede plantear dudas sobre la causalidad entre ambas variables. Al respecto, puede verse la discusión en De Miguel et al. (2012), Boix et al. (2013) y Boix y Soler (2017), así como las estimaciones dinámicas de Marco et al. (2014). En estos estudios se concluye que: (1) el efecto de las industrias creativas sobre la renta es de tipo causal e inmediato, mientras que el efecto de la renta sobre las industrias creativas no es simultáneo; (2) las pruebas de exogeneidad en estos estudios aceptan que las industrias creativas pueden considerarse como exógenas, esto es, que no tienen efectos sobre la consistencia de las estimaciones. Las estimaciones econométricas proporcionarán más evidencia a este respecto.

## ESTIMACIÓN POR MÍNIMOS CUADRADOS LOCALMENTE LINEALES

Resulta también muy interesante, no solo tener las estimaciones de los coeficientes para los valores medios, sino obtener los coeficientes para cada uno de los municipios, lo que permitiría realizar intervención con precisión local.

La tabla siguiente muestra los resultados de la estimación del modelo para los municipios valencianos. En primer lugar, se ha estimado el modelo completo y, a continuación, y se ha estimado el modelo parsimonioso eliminando aquellas variables que no resultaban estadísticamente significativas en ninguna de las estimaciones por pasos.

**Tabla 5. Estimación por mínimos cuadrados localmente lineales. La variable dependiente es la renta bruta por declarante en los municipios de la Comunitat Valenciana en el año 2013.**

	Modelo completo				Modelo parsimonioso			
	Media	Cuartil 0.25	Cuartil 0.5 (mediana)	Cuartil 0.75	Media	Cuartil 0.25	Cuartil 0.5 (mediana)	Cuartil 0.75
<b>Porcentaje de ocupados en Industrias creativas</b>	<b>0,0439</b> (0,0599)	0,0039 (0,0279)	0.0381 (0.0255)	0.0663 (0.0242)	<b>0.0404</b> (0.0363)	0.0037 (0.7246)	0.0366 (0.3646)	0.0612 (0.3501)
<b>Porcentaje de ocupados en el resto de sectores</b>	-0,0214 (0,024)	-0,069 (0,0412)	-0.0082 (0.0174)	0.0261 (0.0676)	-0.0206 (0.5049)	-0.0501 (0.2657)	-0.0142 (0.5383)	0.0113 (0.7698)
<b>Dotación de capital por trabajador</b>	-0,045 (0,0576)	-0,0813 (0,0794)	-0.0178 (0.0579)	0.0644 (0.1046)				
<b>Ocupados</b>	0,0445 (0,0081)	0,0341 (0,0093)	0.0412 (0.0063)	0.0511 (0.0054)	0.0448 (0.000)	0.0398 (0.000)	0.0451 (0.000)	0.0514 (0.000)
<b>Ocupados sobre población</b>	0,0144 (0,0267)	-0,0064 (0,0382)	0.0253 (0.0377)	0.0543 (0.0317)				
<b>Tipología SPL</b>	(0,0395) (0,0215)	0,0194 (0,0248)	0.032 (0.0149)	0.0514 (0.0236)	0.0333 (0.1003)	0.0215 (0.6325)	0.0303 (0.068)	0.0369 (0.0306)
<b>R2</b>	0,6792				0,5372			
<b>Observaciones</b>	539				539			

Observamos que el coeficiente estimado para el conjunto de municipios se asemeja mucho al de los modelos anteriores. En el modelo completo es del 4,4% para la media y de 3,8% para la mediana. En el modelo parsimonioso es de 4% para la media y del 3,6% para la mediana.

Podemos observar también que, como en las estimaciones de la regresión cuantil, el impacto de las industrias creativas es mayor en los municipios con mayor renta bruta por declarante. En ambas estimaciones (modelo completo y parsimonioso), la elasticidad supera el 6% a partir del tercer cuartil (.75).

Para la ciudad de València, el impacto de las industrias creativas sobre la renta bruta por declarante es superior a la media y mediana de la Comunitat Valenciana. Es del 9,9% en el modelo completo, y es prácticamente el doble en el modelo parsimonioso: 17,8%.

Para el Área Metropolitana de València en su conjunto, el efecto de las industrias creativas también es ligeramente superior al de la Comunitat Valenciana. En el modelo completo es del 5,9% para la media y del 4,3% para la mediana. En el modelo parsimonioso es del 6,1% para la media y del 3,9% para la mediana.

Si se elimina la ciudad de València del Área Metropolitana y se calcula el efecto para el resto de municipios, este continúa siendo superior a la media de la Comunitat Valenciana. En el modelo completo es del 5,9% (media) y 4,2% (mediana). En el modelo parsimonioso es del 5,95% (media) y 3,9% (mediana).

Especialmente en el ámbito de análisis local, los efectos son negativos en el modelo completo para muchos de los grandes municipios de Castellón, para l'Horta Nord, para la comarca de La Safor y otros municipios de especialización turística como El Campello.

Si el análisis lo ampliamos a los sistemas locales de trabajo, los impactos se suavizan, destacando que los efectos son mayores en Onda, Alcoy, Alicante y València. En definitiva, los impactos de la actividad de los sectores culturales y creativos se maximizan sobre los espacios metropolitanos con algunas excepciones que requieren de un análisis más detallado.

## ANÁLISIS DE LOS ACTORES Y SU FUNCIONALIDAD EN EL ECOSISTEMA DE LOS SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS

El ecosistema de la Economía Naranja es sin duda un ecosistema complejo, muy asociado a la estructura urbana. En el caso valenciano se puede deducir que la red de ciudades en la Comunitat Valenciana, al igual que otras ciudades del Mediterráneo, se ha visto afectada negativamente por la crisis económica con un impacto especial en los sectores de la Economía Naranja. Después de tocar fondo en el período 2010-2012, se puede decir que hay razones para el optimismo y que el territorio está al comienzo de una especie de recuperación, con algunas bases más sólidas que el período anterior.

Para tantear el estado de ánimo de los agentes implicados hemos desarrollado y distribuido un cuestionario que nos acerca al diagnóstico percibido por un conjunto de expertos. Han accedido a participar en la encuesta 27 expertos, de los cuáles el 70% han sido personas que desarrollan una actividad profesional en el marco de los sectores productivos de la economía naranja, el 11% han sido expertos que desarrollan su actividad en el ámbito del desarrollo de políticas públicas relacionadas con la economía naranja y el 19% restantes son o conocedores de la economía naranja (periodistas, investigadores) o representantes de alguna asociación profesional del sector.

Podemos sintetizar algunos de los resultados:

- Parece que hay un elevado grado de acuerdo sobre las posibilidades de los sectores culturales y creativos para transformar el resto del sector productivo. Al menos un 86% de los expertos coinciden en ello y casi un 60% expresan un acuerdo muy elevado.
- También 2 terceras partes de los expertos coinciden en que, desde distintos niveles y organismos de la administración valenciana, hay cierta consciencia de la necesidad de conectar a los SCC con el resto del sistema productivo. Aunque en este tema el grado de adhesión al acuerdo completo es más tibio.
- 24 de los 27 expertos coinciden en la consideración de que, en estos momentos y dada la situación de la economía valenciana puede ser muy apropiado y oportuno tratar de conectar los SCC con el resto del sistema productivo.
- Prácticamente la mitad de los expertos consultados están de acuerdo en distinto grado sobre la dificultad que, desde las políticas públicas, se articulen medidas y acciones que efectivamente propicien una mayor integración de los SCC con el resto del sistema productivo.
- Pero también hay cierta prevención relativa hacia la posibilidad de que estamos ante un momento de cierta euforia sin completa justificación.

Cuando proponemos un listado completo de medidas de intervención, las que suscitan más apoyo son aquellas que promueven la internacionalización, la diseminación de la información con mapeos, el impulso al *networking* y la conexión entre agentes.

**Esta parece una constante que refleja cierta inmadurez en la articulación del sector de la Economía Naranja, que demanda en primer lugar de un proceso de auto identificación que está muy conectado con el reconocimiento externo y la promoción exterior.**

En el mismo sentido se plantea la necesidad de identificar a los agentes relevantes de la actividad naranja, ya sea a través del mapeo y localización de las actividades, como de la generación de espacios de intercambio entre agentes, ya sea a través de la promoción de espacios de contacto o a través de la formalización de instituciones u organizaciones de articulación como los *hubs creativos*, los *clusters* o los espacios de *networking*.

En general, los agentes consultados, a pesar de pertenecer o representar a los sectores creativos, no muestran una demanda muy centrada en el incremento de fondos públicos, vía subvenciones u otras transferencias destinados al sector, aunque sí constatan que es necesario un cambio de escala en las magnitudes destinadas a la promoción de las actividades culturales y creativas, y un plan de mecenazgo útil para atraer fondos privados hacia las actividades creativas.

**Tabla 6. Medidas que concitan mayor consenso sobre la promoción de la Economía Naranja.**

Medidas que concitan mayor consenso sobre la promoción de la Economía Naranja
Puesta en marcha de campañas de promoción del talento naranja valenciano en el exterior
Dotar de un carácter global los proyectos creativos valencianos
Cambiar la escala de consideración de la economía naranja: si se quiere transformar hay que apoyar de forma significativa
Plan de mecenazgo útil
Posicionar a nivel internacional el hub creativo valenciano
Favorecer el Networking del sector: identificación de actores, conexión y sinergias
Mapeo de los actores relevantes y de proyectos donde ya se esté dando relaciones cruzadas
Poner en valor de forma específica la industria cultural
Apoyar económicamente la creación de espacios físicos de conexión y cooperación entre los distintos agentes de la economía naranja
Creación formal de un clúster naranja
Convocatorias de subvenciones a propuestas de colaboraciones
Creación de un plan estratégico naranja
Puesta en marcha de acciones sobre el diseño valenciano

## A MODO DE CONCLUSIONES

Como podemos comprobar en los párrafos anteriores, los sectores culturales y creativos suponen una no despreciable parte de la economía valenciana que puede ubicarse entre el 3 y el 4% del PIB valenciano, según las actividades incluidas, y entre el 4 y el 4,5% en términos de empleo. También resulta cierto que los sectores culturales y creativos han sufrido más en València que en el resto del Estado Español durante el periodo de la crisis. Esta circunstancia viene explicada por razones internas, tanto para el modelo de políticas orientadas al sector antes de la crisis (Boix, Rausell, & Abeledo, 2016) como por el cierre del sistema público valenciano de comunicación y sus efectos de arrastre sobre otras actividades creativas.

Pero, también es cierto que el cambio político a nivel autonómico, y en algunas de las grandes ciudades, ha propiciado una nueva mirada desde la perspectiva de las políticas públicas, aunque en un contexto presupuestario muy restrictivo. Desde la *Conselleria* de Cultura, se ha impulsado el Plan “Haz Cultura (2016-2019)” que tiene como objetivo básico la transformación del actual ecosistema cultural valenciano para contribuir al cambio del modelo productivo. Hay que añadir que, en estos momentos, desde la *Conselleria* de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo se trata a los sectores culturales y creativos como espacios de oportunidades para la creación de empleo, y también desde la *Conselleria* de Hacienda y Modelo Económico, consideran que la Economía Naranja pueden ser uno de los protagonistas principales del cambio de modelo productivo. Consideramos que en estos momentos la dinámica de los SCC valencianos está claramente incorporada en la agenda política, en mucha mayor medida que en la mayoría de las CCAA españolas y del resto de las regiones europeas.

Los ejes para conseguirlo se centran en el incremento de la innovación y la productividad de nuestra estructura económica, a fin de que la cultura y la creatividad comporten un valor añadido y genere puestos de trabajo de calidad. Además, la transformación del ecosistema cultural valenciano pasa por la mejora de los derechos culturales de la ciudadanía, de la expresión, de la participación y de la construcción de las identidades individuales y colectivas. Estos objetivos estratégicos siguen las recomendaciones, directrices y consideraciones de las instituciones internacionales, como la Comisión Europea, la OCDE o la UNESCO, sobre las relaciones entre los sectores culturales y creativos y el desarrollo de las regiones.

**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.**

**Tabla 7: Productividad (valor añadido a coste de los factores / personal ocupado medio) de distintas actividades del sector servicios. 2016. Encuesta estructural de servicios. INE**

Sector	Productividad 2016 €
TOTAL SECTOR SERVICIOS	35.335
I Hostelería	20.574
5811 Edición de libros	51.512
5821 Edición de videojuegos	68.609
591 Actividades cinematográficas, de vídeo y de programas de televisión	53.956
592 Actividades de grabación de sonido y edición musical	60.651
601 Actividades de radiodifusión	44.799
602 Actividades de programación y emisión de televisión	74.061
63 Servicios de información	47.831
7111 Servicios técnicos de arquitectura	19.239
72 Investigación y desarrollo	45.143
731 Publicidad	35.953
741 Actividades de diseño especializado	84.115
742 Actividades de fotografía	12.435
743 Actividades de traducción e interpretación	24.818
9001 Artes escénicas	17.429
9003 Creación artística y literaria	19.276
9102 Actividades de museos	37.238
9103 Gestión de lugares y edificios históricos	32.228
9104 Actividades de los jardines botánicos, parques zoológicos y reservas naturales	50.764
9105 Actividades de bibliotecas	40.988

En este informe aportamos 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 nuestros cálculos, desde la perspectiva del análisis de las regiones europea y para datos de 2008<sup>5</sup>, un cambio de un 10% en la dimensión de los sectores culturales y creativos en el conjunto de la Comunitat Valenciana, implicaría un variación 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 clara correlación entre la dimensión de los sectores culturales y creativos y la renta per cápita estimada municipal.

Además, también tenemos evidencias más claras que el efecto del impacto también está muy relacionado con el tamaño del municipio y con el nivel de renta media del municipio. A mayor dimensión y mayor renta media mayor es la elasticidad de la renta respecto a la dimensión de los sectores culturales y creativos.

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.

Cada día acumulamos más conocimiento sobre la potencia de la cultura como motor de cambio. La justificación primordial de las políticas culturales se basa 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 local) y en 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.

---

<sup>5</sup> Dada la premura y rapidez en la que se ha elaborado este estudio, solo era posible disponer, para todas las regiones europeas, de las bases de datos completas para 2008.

Pero las relaciones van mucho más allá como hemos destacado en las páginas anteriores 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 *artingeniería* estratégica (permítannos el neologismo) de la transformación social, que requiere dosis muy elevadas de racionalidad instrumental, conocimiento, información de calidad e investigaciones rigurosas.

Desde el punto de vista del análisis dinámico podemos comprobar el efecto devastador de la crisis económica sobre los sectores culturales y creativos, especialmente entre 2008 y 2013. La recuperación se inicia en 2013 los datos de 2017, aun considerando que se trata de estimaciones iniciales constatan que el número de empresas, se sitúa en un 92% de la situación inicial, ya se han superado ligeramente en términos de empleo, especialmente por el incremento del número de autónomos y la facturación ha crecido (en euros corrientes) de una manera más acusada respecto a 2007.

En general podemos hablar de una verdadera década perdida.

Tabla 8. Comparación empresas, ocupados y facturación de la Economía Naranja valenciana. 2007-2017. Fuente: Elaboración propia

	2007	2017	Posición porcentual de 2017 respecto a 2007
<b>Empresas</b>	6.841	6.286	92%
<b>Ocupados autónomos</b>	14.185	16.538	117%
<b>Ocupados Régimen General SS</b>	4.6837	44.989	96%
<b>Ocupados totales</b>	61.022	61.527	101%
<b>Facturación (millones de euros)</b>	5.995	6.930	116%

Si analizamos la dinámica desde la perspectiva sectorial podemos comprobar que los sectores que protagonizan la recuperación son aquellos relacionados con los servicios de las tecnologías de la información, las actividades científicas, las actividades profesionales relacionadas con el diseño, la fotografía y la traducción y las actividades de creación artística. La edición es el sector con un peor comportamiento.

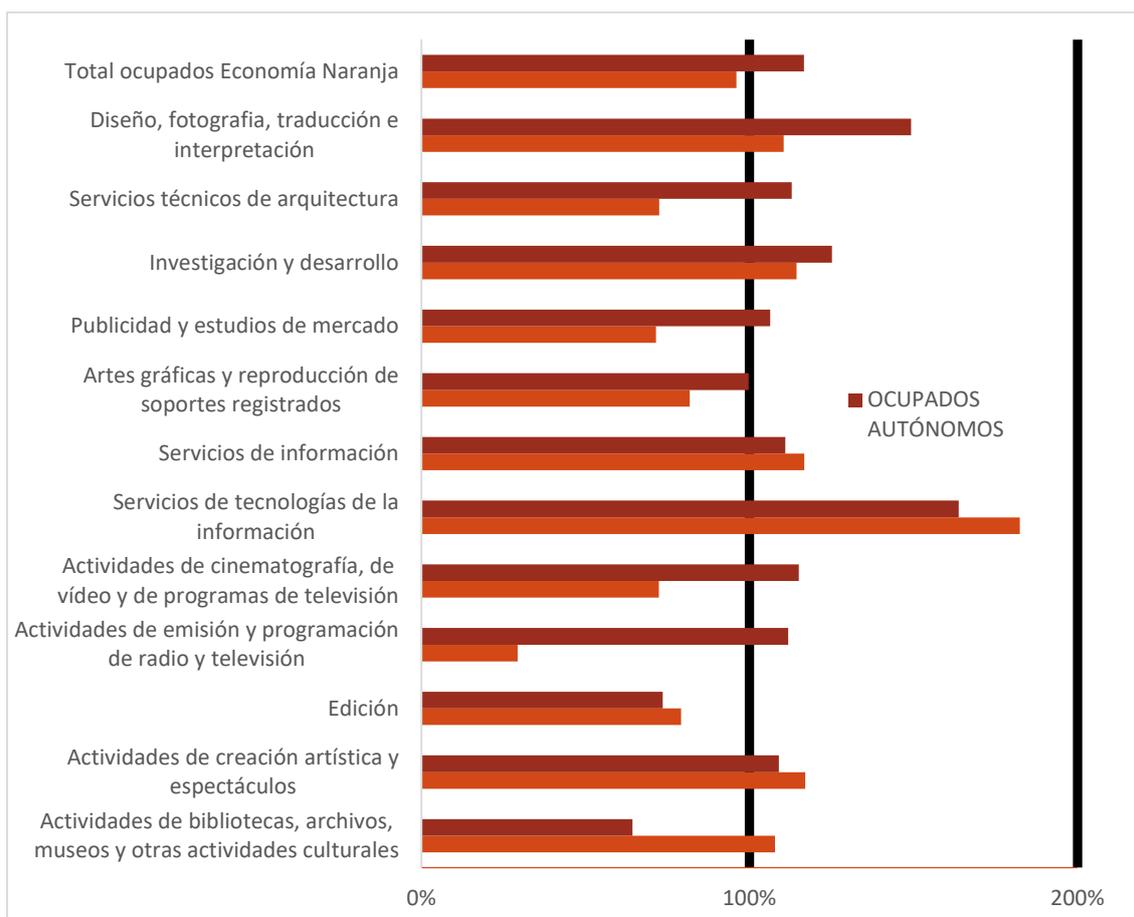
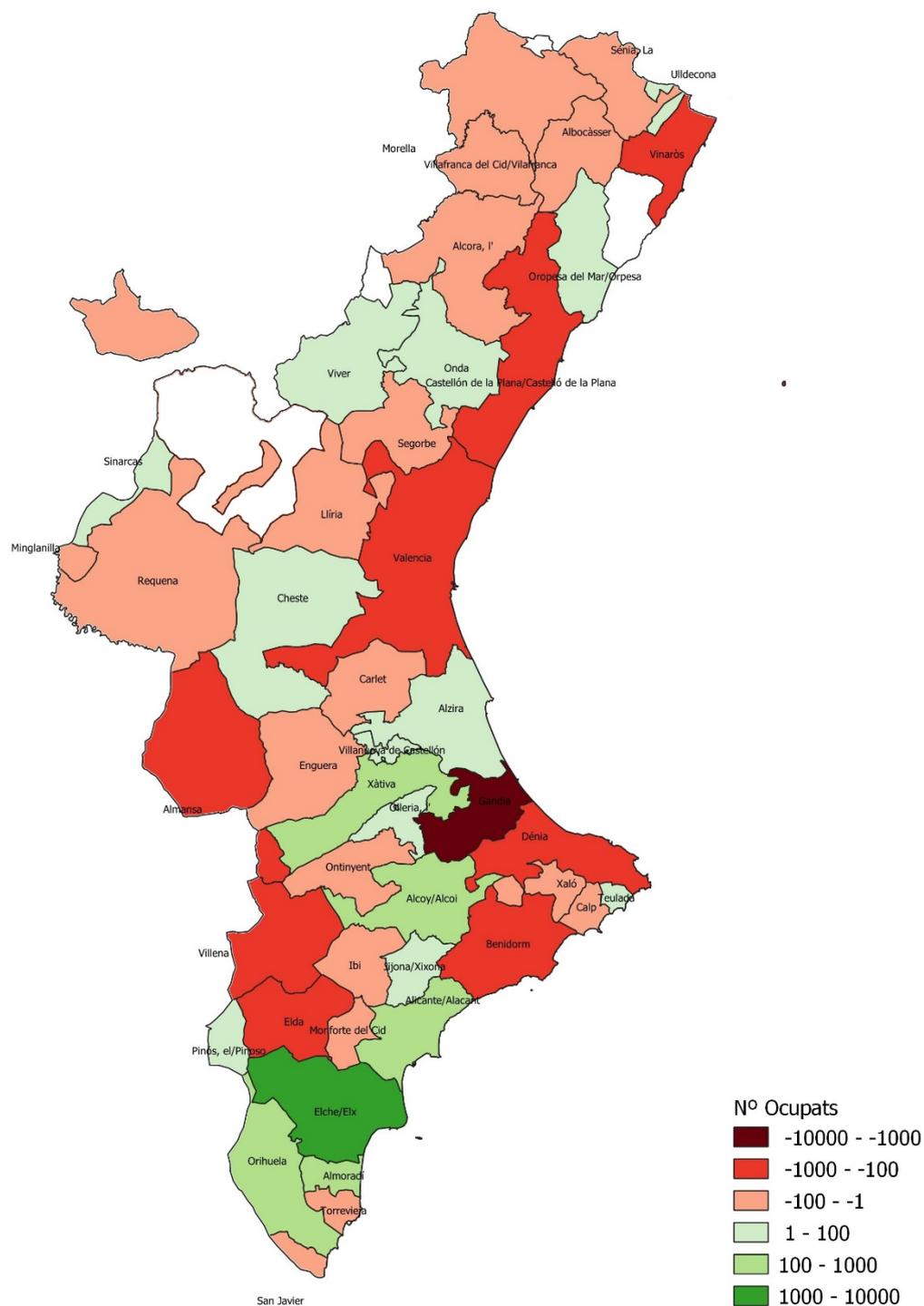


Gráfico 7. . Comparación porcentual situación 2017 respecto a 2007 en ocupados por sectores

En términos territoriales, cabe decir que las actividades se encuentran concentradas en los espacios urbanos y que solo el área del sistema local de trabajo de València concentra el 47%, el de Alicante el 11% el de Castellón el 8%, Elx el 7% y Benidorm el 3%. Otros 9 sistemas, se ubican entre el 3% y el 1% corresponden a ciudades medias valencianas (Alzira, Denia, Elda, Gandia, Alcoi, Oriola, Ontinyent, Ibi, Xàtiva).

Como se puede comprobar en el mapa siguiente, que captura las variaciones de ocupación en los sistemas locales de trabajo, se puede comprobar un mejor comportamiento de los sistemas locales de trabajo de Xàtiva, Elx, Ibi, Alcoi y Alacant. En general, por tanto, cierto escoramiento hacia las comarcas centrales del interior y el sur de la Comunitat Valenciana. Castelló y València se aproximan a los comportamientos medios. Esta cuestión nos lleva a pensar sobre los modelos de relación (sustitución o complementariedad) entre el ecosistema cultural y creativo y el resto del tejido productivo.



**Ilustración 2. Variación de los ocupados en los servicios creativos, 2007-2017 por sistemas locales de trabajo.**

De todas formas, los indicios muestran que parece que el crecimiento de los ocupados en los sectores culturales y creativos no están funcionando bien en las áreas de especialización turística como Gandia,

Denia o Benidorm, lo que puede ser preocupantes haciendo una lectura de la creciente especialización turística de la Comunitat Valenciana<sup>6</sup>.

Respecto a las percepciones de los agentes interesados obtenidas a partir de un ejercicio de interlocución a través de un cuestionario telemático dirigido a conocedores del funcionamiento del sector, del que se pueden extraer las siguientes conclusiones:

- Parece que hay un elevado grado de acuerdo sobre las posibilidades de los sectores culturales y creativos para transformar el resto del sector productivo. Al menos un 86% de los expertos coinciden en ello y casi un 60% expresan un acuerdo muy elevado
- También 2 terceras partes de los expertos coinciden en que, desde distintos niveles y organismos de la administración valenciana, hay cierta consciencia de la necesidad de conectar a los SCC con el resto del sistema productivo. Aunque en este tema el grado de adhesión al acuerdo completo es más tibio.
- 24 de los 27 expertos coinciden en la consideración de que, en estos momentos y dada la situación de la economía valenciana puede ser muy apropiado y oportuno tratar de conectar los SCC con el resto del sistema productivo.
- Prácticamente la mitad de los expertos consultados están de acuerdo en distinto grado sobre la dificultad que, desde las políticas públicas, se articulen medidas y acciones que efectivamente propicien una mayor integración de los SCC con el resto del sistema productivo.
- Se reconoce por parte de los expertos el papel modular del diseño, la necesidad de un plan de mecenazgo creativo que active la reciente ley de mecenazgo valenciana.

---

<sup>6</sup> El estudio de Impactur de 2017 cifra en 14,6% del PIB y el 15,1 % del empleo el impacto del turismo para la Comunitat Valenciana, mientras que el estudio de 2015 lo situaba en el 13,6% del PIB y el 14,2% del empleo y el de 2011 en el 11,8% del PIB y el 13,1% del empleo. Sorprendentemente el modelo productivo deviene cada vez más dependiente del sector turístico.

Aún a costa de repetir algunos tópicos, resulta cierto, que desde el punto de vista del análisis del modelo productivo nos encontramos en un punto crítico. La crisis ha supuesto una auténtica criba para la estructura empresarial valenciana y los que han sobrevivido, al menos, han evidenciado una auténtica capacidad de resiliencia. La creación de nuevas empresas también se explica en un contexto mucho más exigente tanto desde la perspectiva de la financiación, como frente a una demanda privada más conservadora y una demanda pública con mayores restricciones. Es el momento, por tanto, de generar un contexto más favorable a la creación de empresas relacionadas con la economía naranja y al estímulo de la demanda final – por parte de las familias- e intermedia por parte del sector productivo.

Nos aparece una dificultad en el diagnóstico, y es que del análisis previo no podemos derivar de manera completamente segura, en el proceso de recuperación de las actividades de la Economía Naranja, qué parte se está dando por sustitución de las actividades creativas de otras actividades del sector servicios y qué parte se debe la complementariedad (es decir como demanda derivada por el crecimiento de otras actividades productivas que utilizan intensamente contenidos creativos). Lo que parece claro, en este proceso reciente, es la escasa complementariedad entre la Economía Naranja y la especialización turística. El análisis realizado apunta a numerosas líneas de investigación y profundización que permitirían unas recomendaciones de políticas orientadas a la Economía Naranja con un mayor granularidad y precisión.

Con la información disponible hasta ahora, proponemos una serie de líneas, que pueden ser leídas, aunque no necesariamente, con una literalidad cronológica.

---

#### ECONOMÍA NARANJA EN EL CAMBIO DE MODELO PRODUCTIVO DESDE UNA PERSPECTIVA ESTRATÉGICA DEL GOBIERNO VALENCIANO

La centralidad de la Economía Naranja aparece perfectamente inserta en la estrategia planificadora del gobierno regional valenciano, tanto desde la perspectiva de la planificación cultural expresada en el plan Fes Cultura, donde se afirma que

*La política cultural del Consell se plantea como objetivo básico la transformación del actual ecosistema cultural valenciano **para contribuir al cambio del modelo productivo**. Los ejes para conseguirlo se centran en el incremento de la innovación y la productividad de nuestra estructura económica, para que la cultura comporte un valor añadido y genere puestos de trabajo de calidad. Además, la transformación del ecosistema cultural valenciano pasa por la mejora de los derechos culturales de la ciudadanía, de la expresión, de la participación y de la construcción de las identidades individuales y colectivas.*

*Estos objetivos estratégicos siguen las recomendaciones, directrices y consideraciones de las instituciones internacionales, como la Comisión Europea, la OCDE o la UNESCO, sobre las relaciones entre los sectores culturales y creativos y el desarrollo de las regiones. El Plan Estratégico Cultural Valenciano Fes Cultura no solo mira el ámbito internacional, también está basado en la larga trayectoria de investigación que se ha realizado desde las universidades valencianas en las últimas décadas, en diferentes campos disciplinarios y relacionados con la política cultural, así como las propuestas del Consell Valencià de Cultura.*

También aparece de manera explícita en el **Document d'Elx**. En la definición de su hoja de ruta, el documento reconoce la necesidad de un cambio desde políticas de corto plazo a políticas orientadas hacia el largo plazo, la necesidad de conferir mayor peso al conocimiento en la definición del modelo económico a largo plazo. De esta manera:

“la innovación, la creatividad, el aprendizaje continuo pasan a ser consideradas llaves de la generación de competencias esenciales basadas en los recursos existentes en las empresas” (Generalitat Valenciana, p.9). La innovación y la creatividad serán, por tanto, fundamentales para un nuevo modelo en el que se quiere invertir el problema del bajo crecimiento de la productividad del trabajo.

El documento desarrolla 8 ejes estratégicos denominados como “clave”. La segunda estrategia clave es: “Impulsar una transformación modernizadora de nuestra estructura productiva”. Esta segunda estrategia tiene como objetivo hacer crecer la productividad de los sectores autóctonos y diversificar la estructura productiva hacia actividades más avanzadas, con mayor capacidad de generación de valor añadido y renta, así como de valor social. Explícitamente, recoge que:

“Asimismo, cabe destacar el impulso que debemos dar a las industrias creativas y a las actividades culturales, incluyendo el sector audiovisual, puesto que, además de su aporte directo al PIB y al empleo, suponen una base inestimable para el impulso de la innovación y la creatividad en nuestra sociedad. El Consell ha elaborado el Plan Estratégico Cultural Valenciano 2016-2020 con el objeto de reconstruir y fortalecer el tejido de los sectores culturales y creativos en la Comunitat Valenciana.”

También en la estrategia RIS3 de la Comunitat Valenciana se hace mención explícita a los sectores culturales y creativos como ámbitos transversales más allá de los estrictamente tecnológicos para impulsar la innovación. En el documento *Plan de Acción para la Transformación del Modelo Económico Valenciano 2027*, de julio de 2018, se reconoce que los servicios creativos (moda, juguetes, artes gráficas, edición, software, I+D, arquitectura e ingeniería, diseño, actividades, cinematográficas, musicales y de radio y televisión) junto a otros servicios culturales (actividades artísticas y relacionadas con el patrimonio) son reconocidas como altamente intensivas en conocimiento y con un elevado potencial dinamizador de las áreas urbanas, al mismo tiempo que se reconoce como una de las debilidades del modelo valenciano su escaso peso y como una de sus potencialidades la capacidad de crecimiento de dichas actividades.

También desde este documento se reconoce a la creatividad y el aprendizaje permanente pasan a ser claves para la generación de competencias esenciales para aprovechar los recursos existentes en las empresas.

Así, finalmente, la Iniciativa 6 de la Línea Estratégica: *Impulsar una transformación modernizadora de la estructura productiva valenciana*, se concreta en **Potenciar el crecimiento del sector creativo y cultural**. En los siguientes párrafos destacamos algunas propuestas que podrían contribuir a dicha iniciativa.

---

## LÍNEA I. DISEMINACIÓN, DIFUSIÓN Y CREACIÓN DE CONSCIENCIA

El modelo de intervención a través de la diseminación y difusión de la información, presupone implícitamente que los agentes no son capaces de percibir las ventajas de la colaboración, o que no tienen mecanismos para acceder a los interlocutores adecuados o que existen disfuncionalidades (espaciales, comunicativas, de expectativas, de capacidades para evaluar la calidad de los servicios) que restringen las potenciales relaciones entre agentes de la economía naranja y el resto del sistema productivo. Hay que tener en cuenta que las políticas de difusión y diseminación suelen ser comparativamente de poca entidad presupuestaria frente a alternativas de intervención más directas. Pero dado que desde el diagnóstico partimos del hecho de que hay un gran nivel de desconocimiento, la relación de coste y beneficios podría ser, en una primera fase, muy alta.

Página | 31

**La falta de información precisa sobre la realidad y el impacto de los sectores culturales y creativos es una de las causas claramente identificadas como elementos limitantes del desarrollo de las relaciones entre los sectores de la Economía Naranja y el resto del sistema productivos.**

Así sería recomendable ejercer, desde distintos niveles cierta actitud de pedagogía colectiva, para:

- Mostrar con evidencias a los agentes de los sectores productivos las bondades y los impactos contrastados de las relaciones entre el sector de las artes y las organizaciones económicas. Lo ideal en este caso sería articular los mecanismos adecuados para generar una comunidad de práctica que tuviera su propia capacidad de diseminación por contagio y que contara con espacios propios o vías de conexión en red.
- Hacer visible a los sectores artísticos y creativos la posibilidad de orientar, definir y especializar sus producciones artísticas y creativas hacia la satisfacción de las demandas de las empresas. Lo que es normal para las empresas de diseño, arquitectura, comunicación o publicidad debe normalizarse para el núcleo más restringido de las artes. Esto probablemente requiera de algún esfuerzo por parte de dichas organizaciones para adquirir habilidades y capacidades en la comunicación, la gestión de proyectos, el conocimiento sobre las relaciones entre cultura, creatividad e innovación.
- Finalmente hay que convencer a los distintos departamentos y órganos de decisión público de los evidentes impactos y efectos del crecimiento de los sectores culturales y creativos sobre el modelo económico y su potencial de desarrollo. Algunas de las evidencias aportadas en el presente documento deberían ser de dominio público en el marco de la administración.
- En último lugar, sería también conveniente implicar al conjunto de la ciudadanía general en el conocimiento de la relevancia e impacto de las actividades de la economía naranja para el conjunto del bienestar colectivo a través de la aceleración de su potencial de desarrollo, pero también como mecanismo directo de satisfacción de los derechos culturales. Hay que tener en cuenta, además, que el comportamiento de la demanda final de bienes y servicios cultural suponen aproximadamente más del 50% de los recursos destinados a la cultural y la creatividad. Tener una comunidad comprometida con la creatividad puede convertirse en el factor que marca la diferencia.

Quizás para alcanzar algunos los objetivos anteriores sería interesante identificar una persona en alguno de los niveles de la administración que ejerciera de “interlocutor oficial” entre el mundo de la actividad económica y el espacio de la economía naranja.

---

## LÍNEA II: INTERNACIONALIZACIÓN.

La internacionalización de la Economía Naranja Valenciana deviene en una de las piezas clave por varias razones. En primer lugar y de manera quizás más simbólica, tener éxito en los procesos de internacionalización significa que existe interés por la producción creativa y cultural regional y eso implica mejorar la autoestima y la seguridad de un ecosistema de producción simbólico que se auto percibe al margen de los circuitos principales y ocupando espacios periféricos, incluso a escala nacional.

Página | 32

En segundo lugar, la internacionalización amplía el tamaño de la demanda potencial e insta a competir en espacios más abiertos, lo que obliga a salir a los agentes locales de cierta zona de confort y esforzarse por desarrollar las capacidades y habilidades necesario para tener éxito en mercados internacionales. Es obvio que la internacionalización supone una oportunidad de encontrar y desarrollar nuevos mercados y audiencias.

En este sentido resulta necesario rastrear e identificar todas aquellas acciones y propuestas que favorecen específicamente los procesos de internacionalización de las actividades de los sectores culturales y creativos, así como a reconocer aquellos factores que suponen una limitación, como el escaso conocimiento de idiomas o la poca práctica en la redacción de propuestas internacionales. Así en línea con la estrategia de la planificación cultural valenciana, *Fes Cultura*, y en colaboración con otros agentes relevantes como el IVACE o la Dirección General de Internacionalización se requieren acciones específicas destinadas a las organizaciones culturales y creativas valencianas para impulsar sus estrategias de internacionalización a través de acciones de formación, movilidad y financiación de iniciativas.

---

## LÍNEA III. ARTICULACIÓN DE UN MARCO PRESUPUESTARIO INTEGRAL Y ADOPCIÓN DE UNA MIRADA DESDE LA COMPLEJIDAD

Si aceptamos como premisa que las dinámicas de la Economía Naranja son un factor claramente determinante de la potencialidad de desarrollo de un territorio, hay que aceptar plenamente una mayor dimensión y centralidad de los recursos públicos orientados al estímulo de la misma. Es bien cierto que la realidad de la Economía Naranja se aborda desde distintas instancias funcionales y administrativas y por ello es necesario que se dibuje un mapa de los recursos que desde distintas partes sirven para activar y catalizar los impactos de los sectores culturales y creativos.

**A modo de orientación aproximada recomendamos que al menos se destinen tantos recursos a la promoción de la Economía Naranja como los destinados a gasto corriente para la promoción del turismo, que por ejemplo en 2017 ascendían a unos 1.162 millones de Euros, por parte de todas las administraciones públicas**

La acción colectiva a través de la cultura se manifiesta con un grado muy elevado de complejidad, por lo que se requiere una formulación de las políticas mucho más sofisticada de los que se ha hecho hasta ahora. El ecosistema de las acciones colectivas hacia los sectores culturales y creativos tiene que incorporar más dosis de inteligencia, construida a partir de la combinación de mayor cantidad de datos, esquemas cognitivos y conceptuales más sofisticados, y capital humano de mayor calidad.

Para ello en primer lugar hay que superar la aproximación ocurrencial y plantear cierta racionalidad instrumental. El contexto de las políticas culturales ha vivido bajo una retórica donde el argumento “culturalista”, y la repetición de clichés y lugares comunes, ha sido suficiente para justificar decisiones “ocurrenciales”. Estas decisiones en muchos casos han sido fruto de la incompetencia, pero en otros muchos han servido para que agentes interesados y lobbies hayan secuestrado el interés colectivo. En un

marco de racionalidad instrumental es necesario revisar y evaluar la eficacia, la eficiencia y la equidad de las políticas culturales, así como dar respuesta a las crecientes demandas de mayores niveles de gobernanza, transparencia y participación.

Europa, a través de sus distintos programas, debe ser contemplada como una fuente factible de financiación de proyectos relacionados con el incremento de la dimensión de los sectores culturales y creativos, desde los fondos estructurales hasta los programas de cooperación MED, pasando por el propio programa de Europa Creativa o H2020, Erasmus + o las herramientas para PYMES<sup>7</sup>.

---

#### LÍNEA IV GENERALIZACIÓN DE ESPACIOS DE ENCUENTRO E INSTITUCIONALIZACIÓN DE LA COOPERACIÓN A TRAVÉS DE MODELO DE CUÁDRUPLE HÉLICE

Aunque nos consta que se van creando de manera creciente, espacios de conexión entre diversos agentes de la economía naranja (desde los grupos de interés de la Agencia Valenciana de la innovación, el distrito digital de Alicante, la *Mesa Per la Cultura* o el propio grupo de trabajo en Economía Naranja activado desde la Dirección General de Sector Público, Modelo Económico y Patrimonio de la *Conselleria* de Hacienda y Modelo Económico), los agentes consultados muestran una predisposición elevada a la interacción, la conexión, la creación de *clusters* y *hubs* creativos, que permitan la circulación de flujos de información en contextos no formalizados, la participación y el intercambio entre académicos, empresarios, organizaciones y ciudadanía, que posibiliten la cooperación, el escalado de proyectos y la proyección exterior.

**En este sentido pensamos que no sería descabellado institucionalizar una especie de agrupación de interés alrededor de la Economía Naranja, tanto en términos de canal de comunicación como de elemento visibilizador de la acción colectiva alrededor de los sectores culturales y creativos.**

---

#### LÍNEA V ESPACIOS DE EXPERIMENTACIÓN Y DESARROLLO DE PRUEBAS PILOTO DE MODELOS DE INCENTIVOS DIVERSOS

Como podemos comprobar en los datos sobre ocupación, y facturación, la demanda de servicios creativos se recupera a tasas excesivamente lentas para volver a niveles de 2007, lo que supone una verdadera década perdida. Es evidente que si queremos estimular las relaciones entre la Economía Naranja y el resto del sistema productivo es necesario que utilicemos incentivos más directos para activar dichas interacciones. Así recomendamos explorar a través de subvenciones y ayudas públicas los siguientes mecanismos:

- Bonos creativos. Mecanismos de distribución de bonos entre pymes para la adquisición de servicios creativos provistos por la Economía Naranja. Estos bonos podrían sufragar el 50%-60%-70%-80%-100% Los bonos provocan un incremento de la demanda de servicios creativos sin distorsionar los mecanismos de competencia de los mercados.

---

<sup>7</sup> Los Fondos Estructurales europeos (FE) han demostrado ser esenciales para poner en marcha políticas de creatividad y proyectos culturales. No habría habido un programa *Creative Estonia*, un *Quartier de la Création* (Nantes), o la revitalización del barrio de Temple Bar (Dublín) o un *Prototype Fund* para videojuegos en Dundee, sin financiación regional de la UE. Se trata de cantidades importantes, sobre todo si se comparan con los €. 400 millones de euros de presupuesto total del Programa Europeo de Cultura. Además, es gracias a programas como URBACT e INTERREG, de los que se han beneficiado muchas ciudades y regiones, donde el intercambio de experiencias y aprendizajes ha sido posible.

- Subvención parcial de proyectos de residencias artísticas en empresas medias con el objetivo de transformar las capacidades individuales de los trabajadores, las relaciones entre individuos o la capacidad de innovar o transformar las relaciones organizacionales o la cultura corporativa.
- Desarrollo de experiencias piloto de compra pública de aquellos proveedores que ofrezcan mayor contenido de conocimiento simbólico.

Estos incentivos directos podrían ser orientados con una perspectiva territorial, ya que hemos comprobado en el análisis que las dinámicas territoriales son muy distintas en distintos espacios tanto determinadas por la dimensión poblacional como por los niveles de renta de partida. Así se podría plantear una primera fase de aplicación de estos recursos a zonas más propicias (por su dimensión poblacional, su dimensión de renta o su estructura productiva) para activar rápidamente el estímulo de la oferta, para seguir con una fase posterior con cierta intención más redistributiva y de equilibrio espacial.

Dado que contamos con información muy detallada a nivel local se podrían experimentar con diversas intervenciones en espacios locales de trabajo con características distintas para analizar las diferentes maneras.

---

#### LÍNEA VI. GENERACIÓN DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN PARA INCREMENTAR LA INTELIGENCIA DE LA ECONOMÍA NARANJA Y EVALUAR LOS IMPACTOS

En estos momentos, contamos con la suficiente información como para poder tomar decisiones adecuadas. El esfuerzo realizado en los últimos años nos proporciona información fiable, estandarizada y relevante sobre el comportamiento de los agentes culturales y creativos públicos o privados, la (entre ellas el *big data* que puede ser esencial para el desarrollo de algunos sectores creativos en los próximos años).

Resulta imprescindible incorporar con mucha más intensidad la información de la que disponemos para tomar decisiones, planificar intervenciones y sobre todo para evaluarlas. La exponencial reducción de los costes de obtención y gestión de la información ya imposibilita escudarse en la falta de datos o en los costes del monitoreo para obviar el control y la evaluación. También los sistemas de conocimiento (la academia, los *think tank*, las consultoras, y las asociaciones profesionales) han avanzado notablemente en los últimos años, tanto en España como en el conjunto de Europa, en la generación de marcos conceptuales y conocimiento estructurado, por lo que resultaría recomendable que las decisiones en políticas orientadas hacia los sectores de la Economía Naranja tomaran cuenta de ese conocimiento ya acumulado. En este sentido podría ser útil ampliar el enfoque del actual *Observatori Valencià de la Cultura* para incorporar otras informaciones que pudieran ayudar a mejorar la eficiencia y la eficacia de las decisiones público o privadas alrededor de la Economía Naranja.

---

#### LÍNEA VII CONTINUACIÓN Y AMPLIACIÓN DE LOS MODELOS DE GOBERNANZA Y PARTICIPACIÓN PARA LA INCLUSIÓN DE LA ECONOMÍA NARANJA EN EL CAMBIO DE MODELO PRODUCTIVO

Durante mucho tiempo las decisiones en el ámbito de las políticas orientadas a los sectores culturales y creativos se han tomado en modelos top-down, con escasa información sobre las relaciones causales entre medios y fines, sin una definición clara de los objetivos que se perseguían y sin ningún tipo de evaluación sobre los resultados obtenidos. La experiencia va demostrando la dificultad de conseguir elevados grados de eficacia en el desarrollo de las políticas que tienen que ver con lo simbólico, lo emocional y en la generación de sentidos, si no existe un proceso compartido en la definición de los objetivos y las estrategias para alcanzarlas, permitiendo cierta persistencia en el tiempo de las acciones.

Resulta imprescindible desarrollar asociaciones entre instituciones de distintos niveles de gobierno a cargo de diferentes políticas públicas relacionadas con los sectores culturales y creativos como desarrollo económico, empleo, educación superior y cultura. Las estrategias exitosas de apoyo a los SCC dependen en la mayoría de los casos de excelentes redes internas y externas y canales de comunicación entre los diferentes niveles de la administración y los representantes de varios sectores culturales y creativos. Así parte del esfuerzo de la administración pública tiene que orientarse a establecer plataformas, redes y clusters para apoyar la construcción de alianzas. con representantes del sector privado y permitir la creación de sinergias valiosas para el desarrollo económico regional.

Otro frente es promover la cooperación transnacional para el intercambio de experiencias a nivel de las PYME de los SCC y de las autoridades regionales encargadas de desarrollar estrategias territoriales basadas en la cultura y la creatividad como forma de facilitar la transferencia de conocimientos y capacidades y acelerar el proceso de aprendizaje.

Este planteamiento, sin embargo, no debe ser óbice para dotar a los procesos de herramientas de evaluación y control que nos ubiquen en marcos de decisión y acción basados en las evidencias de impactos reales en los procesos de transformación, por lo que todo el sistema debe estar apoyado por un andamiaje de seguimiento, observación y evaluación de los resultados. La propia inestabilidad de todo aquello que tiene que ver con lo simbólico y lo emocional, sumado a la inmadurez de estas políticas en el marco de la contrastación a través de esquemas de mayor racionalidad instrumental fines medios, provoca que nos tengamos que situar necesariamente en modelos menos basados en esquemas de “ingenieros sociales” y más relacionados con la lógica de los principios del diseño, como son el prototipado, la prueba y el error, la co-creación, y la planificación orientada a usuaria y usuarios. Para que esto sea posible es necesario contar con datos, evidencias, evaluaciones y participación.

Esta línea, se plantea desde un punto de vista instrumental y básicamente se podría identificar como un vector que da cumplimiento al objetivo de democratizar la participación en la propia política cultural, aunque también cumple el hecho de ser una precondition que afecta la eficacia y eficiencia de todas las demás líneas.

València, diciembre de 2018

## REFERENCIAS

(Véase informe completo)

## ANEXO I ESTIMACIONES ECONOMETRICAS

(Véase informe completo)

## ANEXO II SISTEMAS LOCALES DEL TRABAJO Y TIPOLOGÍA DE SISTEMAS PRODUCTIVOS LOCALES

(Véase informe completo)