



## SITUACIÓN ACTUAL DE LA INDUSTRIA CREATIVA HERRAMIENTAS DE FINANCIAMIENTO

## **Autoridades Universidad Nacional de Cuyo**

### **Rector**

Ing. Agr. Daniel Ricardo Pizzi

### **Vicerrector**

Dr. Prof. Jorge Horacio Barón

## **Secretaría de Extensión y Vinculación**

### **Secretario de Extensión y Vinculación**

Lic. Mauricio González

### **Coordinador de Innovación Productiva**

Ing. Roque Leonardo D'Anna

### **Coordinador de Desarrollo Territorial**

Lic. Juan Pablo Miguel

## **Unión Industrial de Mendoza (UIM)**

### **Presidente**

Lic. Mauricio Badaloni

### **Coordinador Técnico**

Lic. Walter Pavón

## **Gobierno de Mendoza**

### **Ministerio de Economía y Energía de Mendoza**

Ministro Enrique Vaquié

### **Director de la Dirección de Estadísticas e Investigaciones Económicas (DEIE)**

Lic. Facundo Biffi

## **Film Andes AC**

Sr. Marcelo Ortega

## **Observatorio Industrial de Mendoza (OIM)**

### **Director del Observatorio Industrial de Mendoza**

Lic. Facundo Biffi

### **Coordinadora Académica del Observatorio Industrial de Mendoza**

PhD. María Luz Marín Díaz

### **Coordinador Técnico del Observatorio Industrial de Mendoza**

PhD. Luis A. Chiaramonte Cipolla

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	1
ECONOMÍA NARANJA O CREATIVA .....	3
La economía naranja en números.....	4
La Economía Naranja como recurso generador de riqueza .....	6
FINANCIACIÓN DE INDUSTRIA CULTURAL Y CREATIVA (ICC) .....	7
Subsidios o ayuda financiera directa.....	8
Ayuda financiera indirecta .....	8
Instrumentos fiscales .....	9
Mecanismos alternativos de financiación.....	9
INDUSTRIA CREATIVA EN EUROPA.....	10
Hacia dónde va la estrategia de financiación en Europa .....	12
INDUSTRIA CREATIVA EN IBEROAMÉRICA .....	15
Fuentes de financiación en Iberoamérica .....	18
INDUSTRIA CREATIVA EN ARGENTINA .....	22
Mecanismos de financiación .....	23
La Industria Creativa y Cultural Argentina en números .....	25
CONCLUSIÓN .....	27
BIBLIOGRAFÍA.....	28

## SITUACIÓN ACTUAL DE LA INDUSTRIA CREATIVA HERRAMIENTAS DE FINANCIAMIENTO

María Luz Marín-Díaz<sup>1</sup>, Luis A. Chiaramonte<sup>2</sup>

### INTRODUCCIÓN

Desde el mundo académico se explica que las teorías del desarrollo buscan identificar las condiciones socioeconómicas, como así también poner en relieve las estructuras económicas necesarias para que los países logren el desarrollo humano y el crecimiento económico sostenido.

El desarrollo social tiene en cuenta la evolución y el mejoramiento de las condiciones de vida de los individuos de una sociedad. Dicho desarrollo es promovido por el Estado desde sus diferentes organismos encargados de implementar políticas que permitan dinamizar la economía en pos del bien de la comunidad.

Lo que se busca con dichas políticas es estimular coordinadamente diferentes aspectos de la sociedad tales como la producción, la educación, la cultura, los servicios, el empleo, la infraestructura entre muchas otras variables.

En este contexto existe un conjunto de actividades que de forma entrelazada tiene en cuenta el talento de los individuos de manera que al intercambiar ideas dan lugar a productos innovadores y con valor intelectual.

Históricamente han existido procesos evolutivos del pensamiento relacionado con los procesos de producción, los cuales fueron la piedra fundamental para el desarrollo económico mediante las innovaciones de aquellas épocas. Tal evolución ha cambiado hasta el modo en el que nos referimos a ella, hoy la llamamos economía del conocimiento. La irrupción del desarrollo tecnológico de los últimos años junto a la innovación han sido temas de mayor interés en el análisis económico. Desde el punto de vista académico, Schumpeter (2009) consideraba que la innovación tecnológica es el motor fundamental para el desarrollo económico. Esta evidencia ha potenciado la toma de decisiones políticas de los países que buscan incorporar nuevos factores al proceso de desarrollo.

De acuerdo a esta evidencia podemos decir que existen diversos factores que llevan a una economía al crecimiento y al desarrollo. De acuerdo a la evolución mencionada, hoy en día consideramos a la innovación como un factor que incide directamente, a tal punto que ha surgido el término economía de la innovación, que si bien no es un concepto por sí solo, se puede asumir como una parte de la economía cuya finalidad es la exploración y el entendimiento de las diferentes dimensiones del fenómeno de la innovación desde una perspectiva multidisciplinaria (Corona, 2011).

---

<sup>1</sup> Contadora Pública Nacional por la UNCUYO. Doctora en Organización y Dirección de Empresas, por la Universidad Politécnica de Cataluña. Coordinadora Académica del Observatorio Industrial de Mendoza. Organizador Ejecutor del área de Planificación Seguimiento y Evaluación de la Secretaría de Relaciones Institucionales, Asuntos Legales, Administración y Planificación. Profesora/Investigadora de la Universidad Nacional de Cuyo.

<sup>2</sup> Analista de Sistemas por la UTN-FRM. Ingeniero Informático Universidad Politécnica de Cataluña. Posgrado en Dirección Estratégica Universitaria, Universidad Politécnica de Cataluña. Doctor en Organización y Dirección de Empresas por la Universidad Politécnica de Cataluña. Coordinador del Centro de Investigación del Instituto Tecnológico Universitario. Profesor/Investigador de la UNCUYO.

La relación entre esta industria y el desarrollo económico pasa por la creatividad humana, la cual es considerada como el origen de la innovación. Por medio de la misma es posible crear nuevos mercados, así como la generación de nuevo conocimiento lo cual está estrechamente relacionado con el crecimiento y con la innovación. Se puede decir que la capacidad de producir e incorporar tecnologías a la transformación productiva implicará el desarrollo de los distintos países. Las innovaciones tienen al capital intelectual humano como un componente, que puede entenderse como el valor intangible asociado a la combinación de recursos humanos y activos intangibles (Pulido San Román 2008).

Los factores a los que hemos hecho referencia, la creatividad, la innovación y el conocimiento, están presentes en nuestra vida cotidiana y si lo analizamos desde el punto de vista económico, la creatividad podría considerarse como un elemento que se renueva de forma permanente y se incrementa con el uso.

Analizando lo expresado anteriormente, podemos decir que la creatividad es el eje central del desarrollo económico si lo analizamos como una consecuencia de la innovación. El concepto de creatividad puede entenderse como fruto de un proceso disruptivo que cuestiona los límites y los supuestos establecidos. Por otra parte, lo que define a la innovación es el vínculo que conecta la libre circulación de las ideas creativas con las realidades prácticas de la vida cotidiana. La creatividad impulsa la innovación y la innovación impulsa el cambio. Según Manuela Romo (2000), *“la creatividad humana debe ser considerada como un sistema complejo de integración de componentes diversos donde habría que investigar la relación entre ellos y el efecto que la variación de las condiciones iniciales puede suponer en el funcionamiento del todo el sistema.”*

Esta mirada muestra un encadenamiento de sucesos que explican la idea de economía creativa, la cual es entendida como la economía basada en los recursos creativos que de manera potencial genera creación de empleo, ganancias de exportaciones y con ello crecimiento económico, involucrando la inclusión social, la diversidad cultural y el desarrollo humano. En el corazón de la economía creativa están las industrias creativas. Dicha industria está formada por un conjunto de actividades tales como las industrias culturales que contemplan la música, el libro y el audiovisual, además de la producción artística o cultural, la cual comprende las artes escénicas, las artes visuales, la fotografía y la artesanía. Además se encuentran aquellos productos o servicios que contienen un elemento artístico o creativo substancial donde incluyen servicios tales como la arquitectura, el diseño y la publicidad.

En términos generales, la creatividad no tiene la visibilidad suficiente, pero se encuentra ejerciendo un papel crucial, en el desarrollo de estrategias regionales (Saucedo, 2020).

Según Negrín, (2017), la fuerza dinamizadora por excelencia del desarrollo económico está apoyado en el conocimiento, la creatividad y la información.

De acuerdo con lo planteado en los trabajos realizados por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en el marco de esta economía, el interés de estudiar la creatividad va en aumento, sobre todo si se la ve como un recurso que se origina e integra en la denominada economía creativa.

Todo esto contribuye a lo que hoy se conoce como Economía Naranja o Creativa, la cual lleva un claro liderazgo a nivel mundial, debido al desempeño que ésta tiene sobre la economía en general.

## ECONOMÍA NARANJA O CREATIVA

Según el informe sobre la economía creativa realizado en el año 2008, no existe una única definición de la “economía creativa”. Es un concepto subjetivo que aún está siendo forjado. Existe, sin embargo, tanto a nivel interno de cada país, como a nivel internacional, una creciente convergencia en un grupo central de actividades y en sus interacciones que conjuntamente conforman la economía creativa.

Con el fin de poner en relieve el importante rol que tiene el desarrollo de políticas para fortalecer a la economía naranja, Benavente y Grazzi (2017), especifican que el término economía naranja es comúnmente utilizado en América Latina y el Caribe (ALC) para referirse a lo que también se conoce como economía creativa. Los autores aluden a que el término fue mencionado por primera vez por Buitrago y Duque (2013), con el cual buscan representar el conjunto específico de actividades basadas en la creatividad. Según los autores citados, la economía naranja se está convirtiendo en tendencia en la región, incluso más que la innovación. Sin embargo, aunque atractivo, el concepto se encuentra aún indefinido y por lo que comentamos en la introducción esta industria contiene la creatividad y por ende la innovación.

La economía creativa, hoy incorporada en la Economía Naranja, pertenece a la rama de la economía que estudia el fenómeno de producción, distribución y artes creativas centrales tales como la literatura, la música, las artes escénicas y las artes visuales. Además, incluye otras industrias centrales tales como el cine, la fotografía, los museos, las galerías y las bibliotecas. Así mismo, entre las industrias culturales más amplia se tienen en cuenta los servicios patrimoniales editoriales y medios impresos, radio y televisión, grabación de sonido, vídeos y juegos computacionales. Por último, también se incluyen las industrias relacionadas con la publicidad, diseño, arquitectura y moda. (Buitrago, K, & Duque, I. 2013)

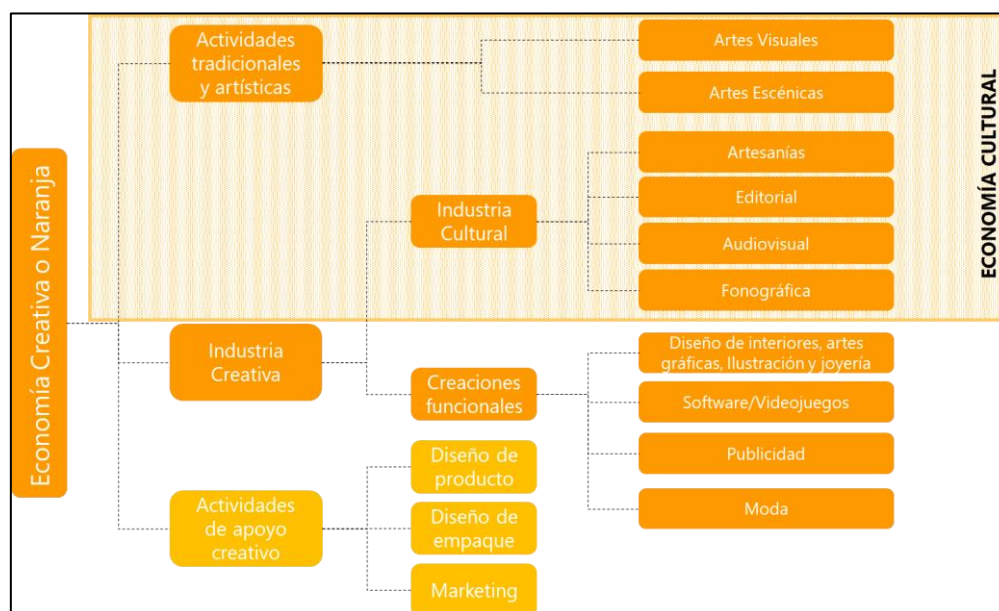


Figura 1. Estructura de la economía naranja. Buitrago y Duque 2013.

Según Jonh Howkins, la economía creativa comprende los sectores en los que el valor de sus bienes y servicios se fundamenta en la propiedad intelectual.

La definición formal que da el autor es “el conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios, y cuyo valor puede estar basado en la propiedad intelectual.”

En general a través de la bibliografía revisada se puede reconocer que aún no existe un marco conceptual adecuado para la economía creativa que pueda servir para determinar la relevancia de las actividades creativas y para discutir y evaluar los papeles que desempeñan los diversos actores económicos y sociales en la promoción y desarrollo de dichas actividades.

Según Benavente et al. (2017), este abordaje se apoya en los denominadores comunes extraídos de unos documentos anteriores del BID, Quartesan et al., 2007; Buitrago y Duque, 2013; Oxford Economics, 2014 y de las definiciones que varias organizaciones a nivel mundial han proporcionado a través de los años.

De acuerdo a lo expuesto podemos decir que la economía creativa es un concepto en evolución, basado en la potencialidad de bienes creativos para generar crecimiento económico y desarrollo. A través de los autores revisados se percibe que la industria creativa genera crecimiento económico, empleo y ganancias por exportación y al mismo tiempo promueve la inclusión social, diversidad cultural y el desarrollo humano. La bibliografía revisada revela que comprende aspectos económicos, culturales y sociales en interacción con la tecnología, la propiedad intelectual y los objetivos turísticos. Es decir, que se trata de un conjunto de actividades económicas basadas en el conocimiento y con impacto en el desarrollo de los países y además, relaciona las múltiples áreas de la economía, tanto a nivel macro como micro. Por lo tanto, debido que esta economía tiene un desarrollo potencial muy prometedor, es necesario disponer de políticas innovadoras y multidisciplinarias que permitan estructurar el marco adecuado para su desarrollo.

#### La economía naranja en números

Todo lo comentado sobre esta economía, no es ajeno para el BID, quien a través de los informes que viene publicando sistemáticamente, dejan ver que su práctica no solo impulsa el crecimiento económico a través de la creación de valor, sino que sus iniciativas se han convertido en sistemas de innovación de sectores prioritarios. A través de estos informes el Banco pone en relieve a esta industria que despierta cada vez más interés en las agendas de desarrollo.

De acuerdo a los datos presentados por Luzardo, A. (2017), los servicios basados en la creatividad generaron globalmente, en 2012, un total de 547.000 millones de dólares (Unctad) y 29,5 millones de empleos, equivalentes estos últimos a los de Gran Bretaña. Para América Latina y el Caribe, la economía naranja significó 1,9 millones de puestos de trabajo en el 2015, comparables con los que genera toda la economía de Uruguay o Costa Rica.

Para mostrar la importancia de esta industria, el autor compara los puestos de trabajo generado por la Industria Cultural y Creativa (ICC) con los puestos de trabajo que genera la Industria Automotriz tanto de Estados Unidos, Japón como de Europa juntos. Como resultado se puede ver que las ICC superan en 5 millones a las automotrices.

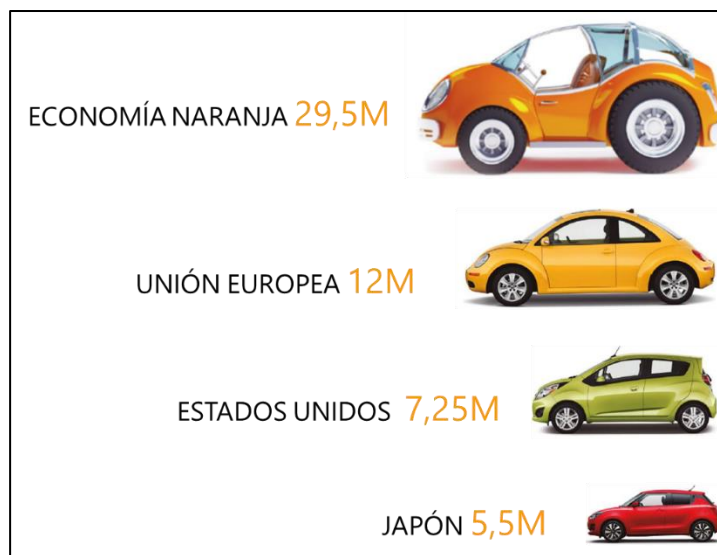


Figura 2. Comparativa de puestos de trabajos generados por las ICC vs. los puestos generados por la industria automotriz. Fuente: Luzardo, A. (2017)

Una visión global de los indicadores que hablan sobre el tema se puede apreciar en la figura 3, en donde podemos destacar la participación que tienen las ICC en el PIB nacional. Como se puede apreciar Inglaterra está por encima de lo que la Industria genera en Europa, 6,9% contra el 3% respectivamente.

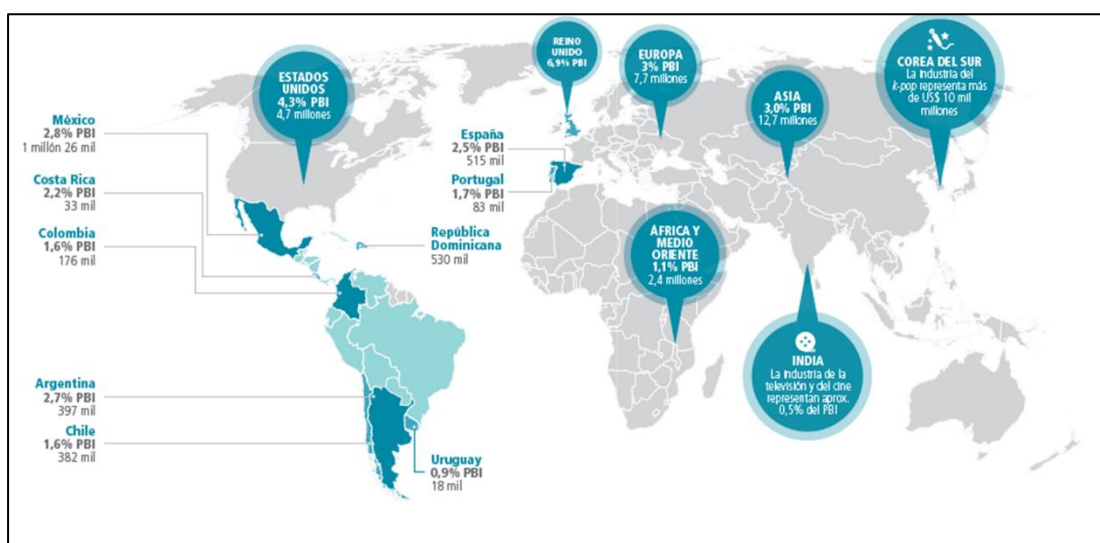


Figura 3. Panorama global de la producción y generación de empleo en el sector cultural. Fuente: OEI, (2016).

También es importante destacar que en Latinoamérica y el Caribe los países con mayor impacto de las ICC son: México con el 2,7%, Argentina con el 2,6%, Costa Rica con el 2,6% y finalmente Chile y Colombia, con el 1,6%.

En cuanto a la importancia de la creatividad que hemos venido remarcando podemos citar la información presentada en el informe "The future of Jobs", que trata sobre la llamada Cuarta Revolución Industrial, que elaboró el Foro Económico Mundial donde se expresa que podría afectar a 7,1 millones de trabajadores entre los años 2015 y 2020, debido a la automatización de tareas y la desaparición de intermediarios. En ese tiempo, también se creará nuevos empleos:



unos 2,1 millones de puestos de trabajo, la mayoría relacionados con las nuevas capacidades y habilidades digitales (ingenieros, informáticos y matemáticos, principalmente).

En el Foro Económico Mundial se entrevistó a los principales empleadores del mundo, a jefes de recursos humanos y oficiales estrategias para conocer cómo cambiará el empleo y la forma de reclutar de las industrias. También se les pidió que clasificaran las principales 10 habilidades que más demanda tenían hasta el año 2015 y las que más se demandarían en el año 2020. El resultado podemos verlo en la figura 4.

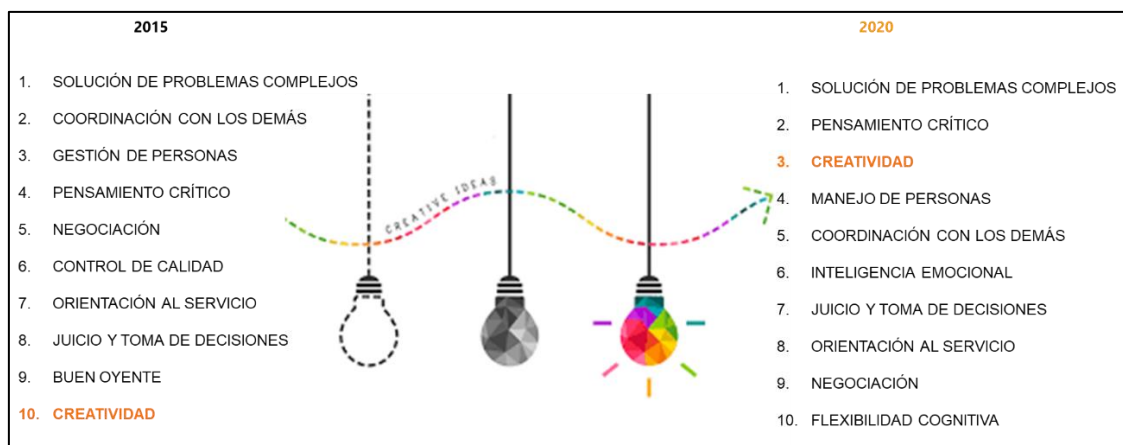


Figura 4. Clasificación de las principales diez habilidades para el trabajo. Fuente: Foro Económico Mundial: El futuro del trabajo. Enero 2016.

### La Economía Naranja como recurso generador de riqueza

La mirada del Observatorio de Cultura y Economía (OCE)<sup>3</sup> en cuanto al impacto de la Economía Naranja con respecto al desarrollo económico está fundamentado en el cambio que se ha producido entorno a los factores de desarrollo económico y social en la humanidad. Todo ello, enfocado en la disponibilidad de los recursos y las capacidades de los individuos en cada época. La citada publicación del OCE plantea que la tenencia de la tierra así como su explotación, el capital y el uso de las máquinas fueron el principal recurso durante muchos siglos y aún lo siguen siendo para muchas economías. Sin embargo, estos recursos no son suficientes motores de desarrollo económico dados los resultados de su explotación y en el caso de los recursos naturales es evidente su agotamiento. No obstante, el “conocimiento” es presentado como un recurso no agotable, no contaminante y de permanente explotación, y que a pesar de ser intangible es capaz de generar valor y riqueza.

Hoy en día, ya hablamos de la economía del conocimiento potenciado por el crecimiento exponencial de la tecnología, que ha puesto a disposición un volumen de información sin precedentes. Este cambio de paradigma está basado en dos pilares, la Creatividad y la

<sup>3</sup> Observatorio de Cultura y Economía (OCE). El OCE nace en el año 2011 como una iniciativa del Grupo de Emprendimiento Cultural del Ministerio de Cultura de Colombia. El objetivo del observatorios es ampliar su radio de impacto a Iberoamérica; ofrecer análisis dinámicos a través de la realización y difusión de investigaciones y, convertirse en un centro de pensamiento donde los investigadores, agentes institucionales, gestores y artistas puedan encontrar información útil, promover debates y consolidar alianzas interinstitucionales con otros organismos multilaterales; así como generar conocimiento especializado. <https://culturayeconomia.org/blog/el-cambio-de-paradigma-productivo-la-creatividad-como-un-recurso-generador-de-riqueza/>

Innovación, dos conceptos que atraviesan a la ICC y que ponen en relieve el potencial de la industria en el desarrollo económico y social.

Si bien hay un consenso evidente entre los autores que hablan sobre la importancia de esta Industria, es también evidente la necesidad de crear una estructura que la potencie, con el fin de que el impacto de su desarrollo realmente incida eficientemente en la economía de una región o país. Por lo tanto, el Estado que es quien toma las decisiones en materia de desarrollo, tiene la responsabilidad de asegurar que se aborden los obstáculos para su crecimiento, donde el principal obstáculo es el acceso a la financiación.

## FINANCIACIÓN DE INDUSTRIA CULTURAL Y CREATIVA (ICC)

La financiación de esta industria es el factor central a tener en cuenta para el éxito de la misma, esto se debe a la baja capacidad de inversión que posee la gran cantidad de pequeñas y medianas empresas que caracteriza al sector. Los principales aportes que hacen estas empresas, son el talento creativo y la capacidad de trabajo con una fuerte deficiencia en la capacidad de obtener recursos para llevar adelante tales proyectos.

El problema del tamaño de las empresas planteado, se agudiza cuando analizamos otras características de la industria tales como la gestión. El estilo no convencional de la gestión impide que pequeñas o medianas empresas puedan transformarse en grandes empresas y alcanzar nuevos mercados, además de ser percibidas como empresas de alto riesgo para el mercado financiero.

De aquí la importancia del Estado para fomentar el funcionamiento de la industria, aportando no solo el apoyo directo sino también el desarrollo de mecanismos que permitan cambiar esta perspectiva que se tiene de la ICC, logrando el acercamiento de los mercados para potenciar el desarrollo del sector.

Además de los mecanismos directos de financiación, en el cual el Estado es el principal benefactor, la idea de disponer de un sistema de garantía está siendo visto como una herramienta muy importante, ya que permite disminuir la percepción del riesgo e integrando al mercado financiero en los procesos de financiación, y a su vez, disminuyendo la rigurosidad en el análisis de viabilidad de los proyectos.

Sin embargo, no todas las empresas pertenecientes a este sector de la industria poseen los mismos problemas financieros, de modo que crear grupos de empresas con presencia en diversas industrias culturales y creativas, hace más fácil el acceso a la financiación. El apoyo del Estado a estos grupos de empresas es fundamental, ya que se entiende que de ellas depende la continuidad de buena parte del empleo cultural directo e indirecto.

Sin embargo, los recursos del Estado, en general son escasos, de modo que para contribuir con el auge de las empresas más pequeñas y con el equilibrio del sistema, el Estado debe apoyar a las pequeñas iniciativas, basado en la idea de que éstas tienen mayores dificultades para conseguir financiación. Otro aspecto importante a destacar es la relación entre el tamaño del mercado nacional con el tamaño de las empresas. Si el mercado nacional es pequeño, resulta extremadamente complejo para las empresas operar en ellos ya que no solo deben procurar obtener recursos sino también amortizarlos y generar fortalezas que les permita competir con actores multinacionales con una presencia internacional relevante.

Todo esto está alineado con lo expuesto en el Informe de la UNESCO, a través del Sector de la Cultura en el año 2011, denominado **“Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las Industrias Culturales y Creativas.”** En el informe se analiza que la financiación a largo plazo proviene de la venta de un producto o servicio culturales a un precio que justifique la inversión. Por ello propone orientar la industria cultural al consumidor lo que garantiza el retorno y ayuda a generar nuevos proyectos.

Los gobiernos tienen la capacidad de desarrollar el marco legal adecuado para las ICC, de manera que favorezca el surgimiento de un nuevo público local. Como consecuencia las políticas pueden estar enfocadas en facilitar los sistemas de distribución y venta de productos como así también, establecer ambientes que permitan desarrollar estrategias de precio que permitan consolidar los negocios.

Según la UNESCO, en el mencionado informe, los estados cuentan con los siguientes recursos para favorecer el desarrollo de las ICC.

#### Subsidios o ayuda financiera directa

- Ayuda selectiva: subvención discrecional dirigida a favorecer determinadas tipologías de productos culturales.
- Ayuda genérica: mecanismo automático de subvención que cubre a cualquier potencial beneficiario que cumpla con el objetivo del subsidio y los indicadores prefijados, por ejemplo: número de productos, volumen de ventas, etcétera.
- Ayuda estructural: dotación de recursos con el objetivo de capitalizar a largo plazo la empresa cultural. Por ejemplo, subvenciones para la renovación de equipos, inversión tecnológica, construcción o rehabilitación de nuevas plantas, etcétera.
- Ayuda condicionada: subsidio a fondo perdido condicionados al cumplimiento de ciertas obligaciones, como la dotación con fondos propios de una parte de la inversión, el desarrollo de un plan complementario de negocio, etcétera.
- Ayuda reembolsable: aporte, no a fondo perdido, que en el caso en que el proyecto consiga cubrir los gastos, el beneficiario debe devolver; en general, el fondo se realimenta con los reintegros que se logran.
- Premio: contribución a una actividad singular, decidida por un jurado, con el objetivo de resaltar públicamente la calidad de una propuesta y permitir la capitalización de nuevos proyectos.

#### Ayuda financiera indirecta

- Líneas de préstamo público o concertadas con el sector bancario: líneas de crédito dirigidas específicamente a financiar propuestas de inversión privada necesarias para el desarrollo del sector. Estas pueden ser ofertadas por la banca pública o la banca privada, a través de convenio (y aval) gubernamental.
- Microcréditos dirigidos específicamente a pequeños emprendedores: destinados a nuevos emprendedores o a proyectos con grandes dificultades para entrar en los esquemas convencionales de crédito bancario.
- Subsidio en el tipo de interés de los préstamos bancarios: el subsidio puede cubrir solo el diferencial entre el tipo de interés normal y el preferente o exonerar totalmente el pago del interés bancario (el beneficiario solamente debe devolver el capital).
- Avaluos públicos a préstamos bancarios: permite cubrir parcialmente el riesgo de las entidades financieras.

- Exoneración de la tasa por uso de infraestructuras y servicios de titularidad pública: es una forma de abaratar los costes de la empresa cultural y de socializar y maximizar el uso de infraestructuras o servicios que aisladamente no podrían ser asumidas por las pymes del sector.
- Participación temporal o permanente en el capital de una empresa o proyecto cultural: acuerdo de coproducción en un proyecto (producción de un espectáculo, película o línea editorial) o participación en el capital social de una empresa a través de una sociedad de capital de riesgo o, directamente, desde un organismo de la administración pública.

### Instrumentos fiscales

Los instrumentos de naturaleza fiscal intentan potenciar la actividad empresarial o el consumo cultural a través de una reducción selectiva de los ingresos del Estado. Este beneficio se puede articular a través de exenciones, rebajas o desgravaciones fiscales.

- Exención o reducción tributaria: consiste en liberar totalmente (exención) o parcialmente (reducción) el pago de determinados impuestos a aquellas empresas o consumidores que concurren con las circunstancias previstas en la ley. La reducción del impuesto sobre la venta de bienes y servicios culturales, por ejemplo, la reducción del impuesto sobre el valor agregado (IVA) en las compras de libros o en la entrada a un espectáculo pretende aumentar el consumo cultural e, indirectamente, incorporar mayores ingresos genuinos a las empresas. En cambio, las rebajas o exenciones al impuesto de sociedades pretende favorecer la provisión del servicio por parte de las empresas. Uno de los objetivos de este tipo de intervención debe ser adaptar al máximo los mecanismos de apoyo fiscal a la realidad de la industria cultural. En este sentido, propiciar una mejora del tratamiento fiscal a la figura del emprendedor puede tener un impacto importante en un campo con un muy elevado número de profesionales independientes.
- Exención o reducción de un precio o tasa pública: a diferencia de los impuestos, las tasas y los precios públicos están ligados a un servicio directo prestado por la administración que tiene un coste que se pretende cubrir. Las reducciones o exenciones se aplican a estos ingresos públicos, renunciando el Estado a cobrar, con el fin de conseguir un beneficio social alternativo. En el caso de las industrias culturales y creativas, surgen, entre otros, la exención de la tasa por rodaje de una película en la calle o la exención por el uso y alquiler de espacios o infraestructuras públicas.
- Desgravación fiscal: se trata de reducciones en el importe de un gravamen, por ejemplo, la desgravación fiscal sobre el impuesto a los beneficios en las sociedades culturales o la renta de las personas físicas.
- Reducción arancelaria a la importación de insumos para la producción: por ejemplo, en el caso del papel para impresión o los soportes informáticos para audio o imágenes.

### Mecanismos alternativos de financiación

El Estado puede propiciar también otros tipos de mecanismos de financiación. En algunos casos, estos consisten en facilitar el acceso a fondos externos (de otros ministerios, niveles de gobierno, fondos internacionales o patrocinio privado).

- Acceso a fondos internacionales: distintos organismos internacionales (organismos gubernamentales nacionales e internacionales de cooperación al desarrollo, fondos de Naciones Unidas o dependientes del Banco mundial, etc.) disponen de fondos o de líneas específicas de apoyo a la industria cultural y creativa. La Dirección de Industrias

Culturales y Creativas o su equivalente debe dar a conocer esta información, enseñar a los emprendedores a aplicar tales fondos y asesorarlos en la búsqueda de los socios necesarios. Una de las líneas de apoyo más comunes consiste en favorecer la coproducción o coedición internacional.

- Acceso a fondos de otros ministerios: buena parte de los ministerios económicos (Economía y Finanzas, Trabajo e Industria, entre otros) disponen de fondos mucho más cuantiosos de los existentes en el Ministerio de Cultura para favorecer el autoempleo, a las pequeñas y medianas empresas, la renovación tecnológica y fomentar la exportación. En muchos países, como Brasil y Argentina, el acceso de las empresas culturales y creativas a estos fondos ha representado un incremento cuantitativo de la financiación, impensable solamente con los fondos disponibles del Ministerio de Cultura.
- Potenciación de fondos combinados con otras administraciones: una forma de incrementar los recursos puestos a disposición del sector consiste en proponer la cooperación de otras administraciones (regionales o locales).
- Potenciar el mecenazgo cultural, el patrocinio empresarial y la responsabilidad social corporativa: aunque la mayor parte de estos recursos se destinan a actividades sin lucro, la potenciación de un marco normativo y fiscal favorable alienta el valor social de la cultura y la venta de los bienes y servicios que produce. De esta manera, aunque la empresa cultural no sea beneficiaria directa de esos fondos, los recursos liberados para estos menesteres terminan recayendo, en parte, en empresas de servicios responsables de proveerle insumos.
- Acompañar los procesos de captación de capital de riesgo privado: a menudo, lo más operativo consiste en reorientar los fondos o mecanismos genéricos de capital riesgo ya existentes mediante un mandato explícito de apoyo a proyectos de las industrias culturales y creativas. En estos casos, conviene argumentar ante los responsables de esos fondos (a menudo altos funcionarios de los ministerios de Economía y Finanzas, o de las agencias de control monetario) sobre los beneficios sociales de las iniciativas culturales (creación de empleo, recuperación urbana) y su potencial viabilidad económica financiera.
- El principal problema que suele presentarse es la pequeña dimensión de muchas de estas iniciativas, situación que las hace invisibles frente a los proyectos que acostumbran recibir la atención de las autoridades económicas.

## INDUSTRIA CREATIVA EN EUROPA

De acuerdo al esquema propuesto por Buitrago y Duque, citado en la figura 1, las industrias culturales y creativas, están en el corazón de la economía creativa: intensivas en conocimiento, basadas en la creatividad individual y el talento, de manera que generan un desarrollo económico y social indispensable para el Estado del bienestar, y preservan la identidad, la cultura y los valores europeos.

El apoyo de la Unión Europea (UE) a las ICC, está enfocado en tres líneas: a) Generar cambios significativos en las leyes de Propiedad Intelectual, b) Generar mayor reconocimiento a su labor y c) Aumentos en las ayudas públicas.

Para esto la UE, tiene una estrategia de financiación que lleva adelante a través de programas tales como MEDIA, en sus tres versiones que luego han quedado circunscriptos al programa Creative Europe.

Lo que se financia a través de estos programas, está relacionado con la disminución de las debilidades que tienen los países en áreas relacionadas con la Educación en nuevas tecnologías”, con la movilidad de los artistas, con los cambios en el marco legislativo y con el acceso a la financiación en los mercados.

Este último punto, apunta a resolver la brecha existente entre las ICC y los mercados financieros. Dicha brecha está basada en factores dicotómicos creados por la visión que tienen las ICC de los mercados y viceversa.

En la literatura revisada se puede apreciar de qué forma perciben las ICC a los mercados financieros: miedo evidente a ser financiados por intermediarios, cortocircuito cultural y lingüístico, percepción de que los bancos no entienden su negocio, peculiaridades del ciclo financiero.

Desde la óptica de los mercados financieros se percibe: falta de evaluación objetiva de proyectos culturales y creativos, una débil estructura organizativa, empresas de dimensiones reducidas, con número reducido de empleados, falta de elaboración de un plan de negocios, falta de medición debido a la naturaleza del producto y el proceso de producción y finalmente, que no se puede determinar el impacto económico y social.

Europa, en el marco de la ICC, concretamente en el sector de la Industria Audiovisual, ha estado enfocada estratégicamente en recuperar la posición que tuvo la Industria del Cine antes de la segunda guerra mundial en relación con la industria audiovisual de Estados Unidos.

Según MEDIA Salles, (2002), la situación se podría sintetizar según los siguientes datos, solo una de cada cinco películas producidas en Europa se exhibe siempre fuera de su país de origen, y la cuota de mercado de las películas europeas en los EE.UU. se encontraban en el nivel extremadamente bajo, en el orden del 1 por ciento en 1999. Estas cifras son aún más asombrosas a la luz del hecho de que, cuantitativamente, el viejo continente está a la par con América del Norte, produciendo aproximadamente 650 largometrajes al año.

La Comunidad Europea, ha estado centrada en garantizar mercados audiovisuales abiertos para desarrollar contenido digital transnacional. La idea fue romper con la barrera idiomática que ha sido uno de los factores que los ha puesto en desventaja frente a EEUU. La estrategia ha sido financiar proyectos que no tuvieran un marcado acento en los valores propio de los países que desarrollaban el proyecto. (Henningy, et al. 2005)

A pesar de que esta estrategia puede parecer adecuada para posicionar a la Industria Audiovisual europea a la altura de los EEUU, actualmente se alzan voces que perciben dicha estrategia como no lo suficientemente adecuada.

Vlassis, A. (2020), pone en evidencia que a pesar de los grandes desarrollos políticos en términos culturales, las grandes empresas de Hollywood continúan jugando un papel dominante en la Industria Audiovisual Mundial. Aunque las medidas financieras y regulatorias representan formas de supervivencias y mantenimiento de la cinematografía nacional como el caso de Francia, ésta no desafía el dominio de Hollywood en términos de capacidad, marketing y distribución mundial.

Vlassis hace un análisis de algunos puntos entre los cuales destacamos los que contradicen la estrategia planteada por la UE. El primer punto, analiza las políticas audiovisuales globales donde se puede observar una dicotomía normativa entre las normas de libre comercio que favorece la ruptura de las normas regulatorias y medidas financieras en el sector audiovisual

como condiciones destacadas de desarrollo para esta industria y por otro lado, la norma de “excepción cultural”, que reconoce la importancia de las políticas culturales y la especificación de los bienes culturales.

El segundo punto, el principal problema de la Comunidad Europea, está relacionado con la regulación de la tecnología digital, lo cual incide directamente sobre la financiación, distribución y visibilidad de los productos europeos.

En tercer punto, la Unión Europea (UE) ha tratado de incluir la diversidad de expresiones culturales entre sus prioridades, especialmente utilizando los acuerdos comerciales como principales normas de transponer las normas culturales. Sin embargo, la Unión Europea se enfrenta a la falta de apoyo social de las organizaciones de profesionales culturales con fuertes intereses en mantener la cultura de cada país miembro integrante de la Comunidad.

#### Hacia dónde va la estrategia de financiación en Europa

El análisis de los mecanismos de financiación que presentaremos a continuación, está marcado por una importante falta de bibliografía reciente que concentre toda la información de los diferentes países de Europa.

Si bien se ha revisado el trabajo llevado a cabo por la consultora Olsberg SPI, (2020), el mismo contiene solo una de las herramientas de financiamiento para esta industria a nivel mundial. El trabajo de la consultora, fue llevar a cabo un índice global de los incentivos a la Industria de la producción audiovisual. Este índice está basado en el evidente reconocimiento de los gobiernos sobre la importancia de los incentivos a la industria audiovisual, como una herramienta estratégica para atraer inversores.

Dicho índice muestra una descripción general de la situación de los incentivos del sector, solicitado por 52 países y 33 estados pertenecientes a Canadá y EEUU. Los índices han quedado agrupados por países de la siguiente manera: 30 países de Europa, 8 países de Asia y Oceanía, 5 países de África, 2 países de Oriente Medio y 7 países de Latinoamérica. Respecto a la agrupación por estados se encuentran agrupados de la siguiente manera: 10 pertenecientes a Canadá y 23 pertenecientes a EEUU. El trabajo presenta la clasificación de 100 incentivos activos enfocados específicamente a la Industria Audiovisual.

Dada esta situación, para poder dar una visión más completa de la financiación en Europa, se utiliza la información contenida en el Informe sobre Buenas Prácticas del grupo de trabajo denominado Método Abierto de Coordinación (OMC, por sus siglas en inglés). El informe ha sido llevado a cabo en el marco de la Agenda Europea para la Cultura con el fin de apoyar la elaboración de un plan de trabajo para la cultura previsto para el periodo 2015-2018.

En el mencionado informe, los autores proponen superar las fallas y los problemas que impiden el acceso de la ICC a la financiación. El mencionado grupo hace las siguientes recomendaciones a los Estados miembros, dentro de sus respectivas áreas de competencia:

- **Probar e implementar esquemas de financiamientos nuevos e innovadores**  
Muchas empresas de la ICC tienen las mismas necesidades de financiación que otros sectores, ya que tienen problemas similares, pero muchos no encuentran ni se benefician de los esquemas de financiación más genéricos. Deben aplicarse nuevos instrumentos financieros, basándose en los esquemas de financiación como microcréditos, aportaciones reembolsables, crowdfunding, etc.



- **Mejorar el acceso a la financiación mediante un mejor apoyo empresarial**  
Las empresas pertenecientes a la ICC deben recibir un mejor apoyo para desarrollar competencias comerciales, ya que esto mejorará su disposición para acercarse a inversores externos.
- **Apoyar alianzas con empresas de otros sectores**  
El potencial para desarrollar el mercado B2B ( Business to Business) entre empresas de ICC y empresas en la economía en general es excelente y puede ser un catalizador para la innovación intersectorial. Esto podría desarrollarse con esquemas de avales innovadores que mejoren el acceso a los mercados y finanzas. A su vez, esto requerirá una mayor profesionalización de las pymes pertenecientes a la ICC, lo cual permitirá identificar los desafíos de innovación en otras industrias y en la sociedad en general.
- **Mejorar el acceso a la financiación mediante la concienciación de los inversores**  
El conocimiento y la comprensión de los inversores públicos y privados de la inversión y las oportunidades comerciales que ofrecen las empresas de la ICC deben plantearse a través de nuevas prácticas e iniciativas de promoción comunes.
- **Mejorar los datos sobre la ICC y las empresas pertenecientes al sector**  
Dada la dificultad de medir el impacto y la dinámica de la ICC, se recomienda dar apoyo a las iniciativas y a la cooperación, destinadas a recopilar información relevante y datos precisos sobre la industria creativa en general como en los sectores que la componen. Además, es necesario medir el impacto que tiene dicha industria como impulsora de la innovación y crecimiento en el resto de la economía. Para mejorar dichos datos y tener mayor conocimiento de las buenas prácticas, las empresas de la ICC necesitan una plataforma más sólida, a nivel nacional y europeo, para ayudar a mejorar su acceso a la financiación.
- **Aprovechar el uso de los derechos de propiedad intelectual como activos y garantía**  
En este contexto de constante evolución se necesitan acciones en relación a:
  - ✓ **Mejorar la identificación y valoración de la propiedad intelectual:**
    - colaborar con empresas y entidades financieras basadas en la propiedad intelectual para facilitar el desarrollo y el uso de herramientas de identificación y valoración;
    - intercambiar información y experiencias sobre tales herramientas a nivel de la UE y, si es posible, considerar alinearlas para hacerlas interoperables;
  - ✓ **Mitigar los riesgos asociados con los activos de propiedad intelectual:**
    - promover la disponibilidad de productos que aseguren a los financieros contra litigios y, especialmente productos que aseguren el valor de los derechos de propiedad intelectual mediante la suscripción del valor de una cartera de derechos;
  - ✓ **Asegurar que la legislación de valores no obstaculice innecesariamente el acceso a la financiación tanto de las empresas pertenecientes a las ICC, como de otras empresas que gestionan la propiedad intelectual:**
    - revisar la legislación con miras a habilitar formas relevantes de seguridad sobre la propiedad intelectual;
  - ✓ **Ayudar a las estrategias de aplicación:**
    - supervisar la evolución del mercado en cuanto a la aparición de intercambios de propiedad intelectual y fomentar el establecimiento de intercambios europeos de propiedad intelectual;



- ✓ **Aclarar cuestiones internacionales:**
  - tener en cuenta las especificidades de la propiedad intelectual en la cooperación internacional de manera de garantizar transacciones seguras, especialmente en la Comisión de las Naciones Unidas sobre Derecho Comercial (CNUDMI);
- ✓ **Aumentar la "capacidad bancaria" de los derechos de propiedad intelectual y el reconocimiento de su valor total como activos:**
  - trabajar con las empresas de sector financiero, aseguradoras e intermediarios financieros para explorar la viabilidad y mecanismos necesarios para apoyar el desarrollo de un mercado secundario de derechos de propiedad intelectual.

Desde un punto de vista más específico podemos citar el caso del programa Europa Creativa a través del cual han puesto en marcha un sistema de garantía para créditos. Ha sido implementado por la Unión Europea, en el marco del Fondo Europeo de Inversiones (FEI), que tiene por objetivo complementar las ayudas públicas existentes e impulsar el acercamiento entre las ICC y los mercados financieros.

El mecanismo utilizado se trata de otorgar garantías a las entidades de crédito que faciliten la concesión de préstamos a proyectos de las ICC en general. La UE, a través del FEI, se hace cargo del 70% del riesgo de la financiación concedida a las Pymes para facilitar su acceso al crédito que otorgarán las entidades financieras. Esto allana el camino que deben recorrer las Pymes en el proceso que deben seguir para obtener créditos bancarios y cubrir las necesidades del sector que, debido a su naturaleza, siempre ha tenido dificultades a la hora de acceder a los préstamos, tal como lo hemos detallado a lo largo de este trabajo.

Si bien estos hechos concretos son el camino que los autores proponen para disminuir la brecha entre los mercados financieros y la ICC, en un informe del año 2018, de la Comisión Europea titulado, "Ex-ante evaluation of new financial instruments for SMEs, mid-caps and organisations from the Cultural and Creative Sectors", se expresa que a pesar de los esfuerzos las brechas y barreras de financiamiento sigue persistiendo en Europa. Por lo tanto los autores recomiendan llevar a cabo una combinación de instrumentos financieros, asistencia técnica junto con la continuación y expansión de los mecanismos de garantía.

En publicaciones más recientes, concretamente del año 2020, la Comisión Europea y el FEI, presentan en formato Web, el Informe de Impacto del Mecanismo de Garantía de la UE para Sectores Culturales y Creativos, denominado "Be Creative, Call de Bank" (Se creativo, llama al banco). Dicho informe contiene información valiosa, no solo para las organizaciones y empresas culturales, sino también para los intermediarios financieros.

Respecto a esta información se tienen en cuenta diversos datos relevantes para ambos sectores consistentes en:

- Documentos y materiales de trabajo tales como estudios de mercado (dirigido a los intermediarios financieros), guías para emprendedores de las ICC (consejos para acceder a la financiación) y guías para el análisis de la evaluación de riesgos (para los intermediarios financieros).
- Casos de buenas prácticas, entrevistas y declaraciones de organizaciones beneficiarias en intermediarios financieros.
- Vídeos con talleres y eventos en relación al Instrumento de Garantía

- Estadísticas de impacto y resultados actualizados.

## INDUSTRIA CREATIVA EN IBEROAMÉRICA

A lo largo de este informe, se ha mencionado la importancia de la Economía Naranja como factor de desarrollo. En este caso, para Latinoamérica, la situación no es diferente ya que el gran talento de la región se convierte en los impulsores de transformación impactando en la generación de empleo, comercio y crecimiento productivo. La economía Naranja representa una riqueza enorme basada en el talento la propiedad intelectual, la conectividad y por supuesto, la herencia cultural de la región.

Lo que diferencia a Latinoamérica de Europa, es que los proyectos llevados a cabo en los últimos años a través de esta industria, tienen un fuerte impacto social, como se puede observar en los proyectos desarrollados en el marco del programa “Mejora Vidas”, financiado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) , presentado por Luzardo et al. (2017).

En este sentido, Hernández, J. et al. (2018), resalta el valor adicional que tienen los emprendimientos culturales y creativos emergidos de Latinoamérica debido a que los mismos tienen un alto impacto social generado a partir de las capacidades de su propio talento, lo que hace que tengan un fuerte reconocimiento social logrando además la generación de riqueza.

En palabras de Grynspan, R. (2018), Secretaria General Iberoamericana, “las culturas y los idiomas son la columna vertebral de Iberoamérica, el eje dorsal que recorre nuestro espacio nutriéndose de la diversidad, urdiendo con distintas texturas e influencias un tejido común. Iberoamérica es fruto de los mestizajes, un crisol de cultura que nos enriquece y nos permite realizar una contribución propia y valiosa al mundo”

Desde este punto de vista, podemos decir que la cultura es un área estratégica para un crecimiento inclusivo y sostenible, si además tenemos en cuenta que más del 70% de las personas beneficiarias de la cooperación cultural Iberoamericana son jóvenes, podemos reforzar esta idea, diciendo que el medio ideal para profesionalizar su talento y poder encontrar un trabajo digno.

Según datos de la UNESCO, se estima que las ICC suponen más del 5% del PIB Iberoamericano, lo que posiciona a la cultura como un ejemplo emblemático para la promoción del desarrollo económico.

Así como cada país de la región está trabajando en su estructura interna para el desarrollo de Industria Creativa, en los últimos años esto se ha visto impulsado por el programa IBERMEDIA, que nace en el año 1998 y que es fruto de las cumbres de Jefas y Jefes de Estados Iberoamericanos.

El mencionado programa ha sido un medio fundamental en el desarrollo de la Industria Cinematográfica iberoamericana, produciendo cine de calidad con reconocimiento internacional.

Ibermedia ha sido el punto de partida de un conjunto de hechos que han ido consolidando a la región como un generador de talento y creatividad. Entre los hechos más significativos encontramos:

- **AÑO 1998, CREACIÓN DEL PROGRAMA IBERMEDIA**  
Este programa ha permitido crear un espacio audiovisual común para la región iberoamericana. Este programa nace como una herramienta con el objetivo de fomentar la industria audiovisual en Iberoamérica, lo hace a través de un fondo financiero multilateral común. Moreno, J. (2008)
- **AÑO 2001, DECLARACIÓN UNIVERSAL DE LA UNESCO SOBRE DIVERSIDAD CULTURAL**  
En la conferencia general de la UNESCO en el año 2001, se lleva a cabo una declaración universal sobre la diversidad cultural. La declaración es planteada como una multiplicidad de formas en las que se expresan las culturas de los países. Esto está apoyado en la idea que propone la ONU, sobre lo que implica la cultura en cuanto a que través de ésta se transmite y se enriquece el patrimonio cultural de toda la humanidad mediante diferentes expresiones. En dicha declaración se afirma que el respeto de la diversidad de las culturas, la tolerancia el dialogo y la cooperación puesto en un clima de confianza y entendimiento son uno de los mejores garantes de la paz y de la seguridad internacional. UNESCO, (2001)
- **AÑO 2005, CONVENCIÓN SOBRE LA PROTECCIÓN Y LA PROMOCIÓN DE LA DIVERSIDAD DE LAS EXPRESIONES CULTURALES**  
Esta convención presentó un marco innovador y flexible acerca de la diversidad cultural, reconociendo el papel de la creatividad y destacando la importancia de fomentar la creación contemporánea. Entre los principales objetivos de la convención fue crear un entorno adecuado en el cual los artistas profesionales de la cultura y ciudadanos de todo el mundo puedan expresarse artísticamente. Para ello, la convención insta a los Gobiernos a crear políticas públicas que permitan impulsar la creatividad de manera que los creativos puedan participar en los mercados nacionales e internacionales. UNESCO, (2005)
- **AÑO 2006, CARTA CULTURAL IBEROAMERICANA**  
Declarada en la 16° Cumbre Iberoamericana, es considerada un elemento básico para la cohesión y la inclusión social y el encuentro en las comunidades ya que especifica que la cultura es una dimensión de la ciudadanía ya que genera confianza sentido de pertenencia y enriquecimiento en la vida de las personas. En palabras de Amartya Sen, para que la vida humana pueda considerarse plena se debe contemplar el enriquecimiento de la vida de las personas a través de las artes. 16° Cumbre Iberoamericana (2006)
- **AÑO 2013, “IDEAR SOLUCIONES PARA MEJORAR VIDAS”**  
A través de la publicación Economía Naranja, innovaciones que no sabías que eran de América Latina y el Caribe, el BID se centró en un fenómeno que despierta cada vez más interés en las agendas de gobierno en cuanto al desarrollo de los países de América Latina y el Caribe. La justificación radica en que esta Economía Naranja no solo impulsa el crecimiento económico sino que la misma crea valor, genera riqueza y sus iniciativas se han convertido en sistemas de innovación. Luzardo, A. (2017).
- **AÑO 2017, CÁTEDRA IBEROAMERICANA DE INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS**  
Teniendo en cuenta el Informe de la Organización de las Naciones Unidas para la educación la ciencia y la cultura, en el que afirman que la ICC debería ser parte de las estrategias de crecimiento económico, es que el Consejo de Gobierno de la Universidad Miguel Hernández, decide crear la Cátedra Iberoamericana de ICC “Alejandro Roemmer.” También reconoce la necesidad constante de apoyar a los países en desarrollo y a los países con economías en transición en la diversificación de la producción y las exportaciones mediante la promoción de sectores de alto valor

añadido, promoviendo la modernización tecnológica, la investigación e innovación a través de las industrias culturales, el turismo sostenible, las artes escénicas y las actividades de conservación del patrimonio.

- AÑO 2021, MANIFIESTO DE LA ONU PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA AÑO INTERNACIONAL DE LA ECONOMÍA CREATIVA PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE. En este punto es importante resaltar el Manifiesto de la Asamblea General de la ONU, en el cual se declara al 2021 como el año internacional de la Economía Creativa, reconociendo que las actividades creativas son parte de las económicas basadas en el conocimiento y la interacción entre la actividad humana y las ideas, el conocimiento y la tecnología, así como los valores culturales y otras expresiones individuales o colectivas. De esta manera reconoce la necesidad de promover el crecimiento económico inclusivo, fomentar la innovación y ofrecer oportunidades, beneficios y empoderamiento y alentar la cooperación entre los países de todas las ramas de la actividad intelectual. ONU, (2019).

Así como hemos podido apreciar un interés generalizado en la región por poner a la Economía Naranja en el escenario del crecimiento económico, también es importante resaltar el lugar que cada país otorga a esta industria. Si bien las prioridades otorgadas a las ICC son distintas según cada país latinoamericano, se puede apreciar que por lo general, son los países con unidades específicas en el área, quienes han declarado la prioridad que le dan a la ICC. Organización de Estados Iberoamericano, (2016).

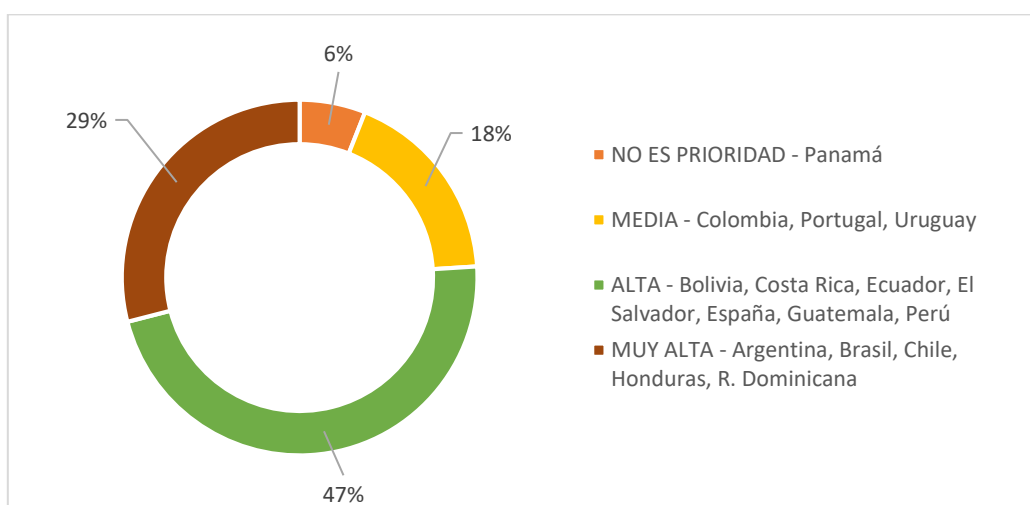


Figura 5. Prioridad al desarrollo de la ICC (porcentaje de países de estudio. Fuente: OEI, (2016), cap.: 2.

En la figura 5 se puede apreciar la importancia que tienen las ICC en la región. El gráfico permite ver a los países agrupados según el grado de prioridad que cada uno le da a este sector de la industria. Vemos que el 76% de los países de Iberoamérica le da a esta industria una prioridad alta o muy alta, mientras que el restante 24% se agrupan entre prioridad media y baja.

## Fuentes de financiación en Iberoamérica

Según Solot, S. (2017), la evidencia de que los gobiernos de los diferentes países de Latinoamérica apuestan por incentivar la Industria Audiovisual data de 1990. Los incentivos se traducen en la puesta en marcha de programas gubernamentales con el objeto de fomentar la producción, distribución y exhibición de contenidos audiovisuales.

El mencionado informe contiene evidencia acerca de la fuente de financiamiento, fondos, incentivos fiscales y condiciones legales que conforman el conjunto de herramientas, mediante las cuales la industria puede acceder al financiamiento para llevar a cabo sus proyectos.

Actualmente se puede apreciar el trabajo de los gobiernos por el desarrollo de nuevas leyes nacionales, la creación de leyes para incentivar inversiones extranjeras y promover a los países latinoamericanos como escenarios de rodaje, lo que está contribuyendo a una mayor articulación y posicionamiento de la industria en esta región bajo estándares internacionales.

Steve Solot, en la tercera edición del informe “Mecanismos actuales para financiación de contenidos audiovisuales en Latinoamérica”, hace una revisión exhaustiva de las fuentes de financiación existentes para la Industria de esta región.

En el informe que se detalla a continuación se puede apreciar información de países tales como, Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, México, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. Para el caso de Argentina se desarrollará en una sección específica.



#### BOLIVIA

1. Fomento Cinematográfico
2. Participación en el programa IBERMEDIA
3. Programa DOCTV
4. Fondos privados



#### BRASIL

1. Contribución al desarrollo de la Industria Cinematográfica Nacional (CONDECINE)
2. Subvención del Fondo del Sector Audiovisual (FSA)
3. Incentivos Fiscales a la producción audiovisual
4. IBERMEDIA



#### CHILE

1. Fondo de Fomento Audiovisual
2. Fondo de fomento a la calidad y su destino (CNTV)
3. Fondo del programa de Industrias Creativas de la gerencia del desarrollo competitivo de CORFO
4. Incentivo tributario a las donaciones culturales
5. IBERMEDIA



#### COLOMBIA

1. Plan Nacional de estímulos
2. Autoridad Nacional de Televisión (ANTV)
3. Incentivos Fiscales y contraprestaciones en materia audiovisual
4. Excención del IVA para servicio de producción audiovisual extranjeros
5. Beneficios sobre capitalización o reserva de rentas
6. Fondo mixto de promoción cinematográfica
7. IBERMEDIA
8. Financiación privada de productoras
9. Servicio de streaming



#### CUBA

1. Instituto Cubano del Arte e Industria Cinematográficos (ICAIC)
2. Fondo para el desarrollo de la cultura
3. Producción autónoma
4. Inversores privados
5. Producción de obras audiovisuales televisivas
6. Distribución y exhibición cinematográfica



#### ECUADOR

1. Fondo de fomento de las artes, la cultura y la innovación
2. Incentivos tributarios
3. Plataformas de streaming
4. IBERMEDIA



#### MÉXICO

1. Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE)
2. Fondo para la producción de calidad (FOPROCINE)
3. Fondo de Inversión y estímulos al cine (FIDECINE)
4. Estímulo fiscal a proyectos de inversión en producción y distribución cinematográfica (EFICINE)
5. IBERMEDIA
6. Plataformas de TV de pago



#### PANAMÁ

1. Fondo para el desarrollo cinematográfico y audiovisual nacional
2. Instituto nacional de la cultura (INAC)
3. Asociación cinematográfica de Panamá (ASOCINE)
4. Incentivos fiscales para la industria cinematográfica y audiovisual
5. IBERMEDIA



#### PARAGUAY

1. Fondo nacional de las culturas y las artes (FONDEC)
2. Secretaría nacional de cultura (SNC)
3. Streaming



#### PERÚ

1. Fondos para el fomento de la cinematografía y el audiovisual peruano
2. Incentivos tributarios
3. Comunidad andina de naciones (CAN)
4. IBERMEDIA



#### PUERTO RICO

1. Ley para el desarrollo de la industria fílmica
2. Incentivos contributivos para inversionistas productores y desarrolladores de proyectos
3. Fondo de cine
4. IBERMEDIA



#### REPÚBLICA DOMINICANA

1. Fondo de promoción cinematográfica (FONPROCINE)
2. Estímulos fiscales para la actividad cinematográfica
3. Estímulo tributario a la producción cinematográfica
4. IBERMEDIA



#### URUGUAY

1. Fondo de Fomento Cinematográfico
2. Montevideo Socio Audiovisual
3. Fondo para el Fomento y Desarrollo de la Producción Audiovisual Nacional – FONA
4. Fondos para el Incentivo Cultural
5. IBERMEDIA



#### VENEZUELA

1. Fondo de promoción y financiamiento del cine (FONPROCINE)
2. Financiamiento a través del CENAC
3. Financiamiento a través de la Villa del cine (FVC)
4. Comisión nacional de telecomunicaciones (CONATEL)
5. Servicios de Streaming
6. IBERMEDIA



Si bien lo expresado anteriormente sobre la ICC en Latinoamérica denota una fuerte apuesta y crecimiento del sector, la bibliografía también muestra un gran desbalance en lo que tiene que ver con los subsectores que los Gobiernos atienden. En este sentido la Industria Audiovisual es la que más atención recibe dado el mercado existente dominado principalmente por EEUU. Teniendo en cuenta esta mirada, y de acuerdo a la estructura de la economía naranja presentada en la figura 1, se puede apreciar la gran cantidad de subsectores que no son tenidos en cuenta por los mecanismos de financiación planteados anteriormente.

La clave para lograr una verdadera transformación consistiría en crear una nueva arquitectura económica capaz de entender todos los comportamientos típicos de la Industria Cultural y Creativa. En primer lugar, se debería analizar todos los programas educativos relacionados con esta industria de manera que permita potenciar el empoderamiento personal de los diferentes actores.

En segundo lugar, debería mejorarse todo lo referente a la infraestructura de manera que permita aumentar la conectividad que es esencial para impulsar áreas de la industria más relacionadas con el tráfico de datos, reducir latencia dando mayor seguridad.

En tercer lugar, sería importante desarrollar mecanismos que permitan medir el impacto de la economía creativa dentro de la economía de cada país. Esto permitiría llevar a cabo estudios comparativos que dará lugar a evaluar objetivamente los proyectos culturales y audiovisuales. Crear, fomentar y estimular programas de incentivos fiscales para acelerar el crecimiento de la industria.

Al igual que para el caso europeo, en Latinoamérica también es necesario desarrollar la cultura empresarial en el sector, con el fin de mejorar la visibilidad que el sector financiero tiene de las Industrias Culturales y Creativas. También contribuiría a este fin, mejorar la formalización, la profesionalización y la visión empresarial.

La diferencia de mirada entre las industrias, también se vería fortalecida poniendo en práctica la creación de un organismo de garantías que dinamice la relación entre el sector industrial y el financiero, facilitando el acceso de las ICC a créditos.

## **INDUSTRIA CREATIVA EN ARGENTINA**

Luego de haber analizado la situación de las Industrias Creativas y Culturales en Europa y Latinoamérica, Argentina, dentro de la región latinoamericana no está exceptuada de los avances y problemas que refleja el sector.

En términos generales podemos decir que las ICC en el país generan el 2.6% de PIB, valor que nos posiciona junto a México, como uno de los países más destacados de la región. Si tenemos en cuenta el gráfico 5, podemos ver que Argentina, está entre los 5 países en los cuales la prioridad del sector es muy alta.

Esto se hace evidente si analizamos la estructura organizativa. Argentina tiene el Ministerio de Cultura, del cual depende la Subsecretaría de Industrias Creativas y la Dirección Nacional de Industrias Creativas. También es importante destacar que el país tiene la Cuenta Satélite Cultural (CSC), lo cual permite disponer de información periódica y relevante que permite desarrollar políticas, como así también, identificar el estado actual del sector.

La CSC se conforma como un sistema de información utilizado para analizar las distintas dimensiones económicas de la cultura. Se propone determinar:

- Las actividades y productos y servicios que constituyen el campo cultural
- Los procesos productivos de los productos culturales
- El intercambio de estos productos y servicios, tanto interno como con el exterior
- Los usos totales en cultura, por objeto: consumo de los hogares, formación de capital, utilización intermedia, compras o gastos de las administraciones públicas o de las instituciones sin fines de lucro que sirven a los hogares
- Las fuentes de financiación, beneficiarios y usuarios del consumo de los bienes y servicios culturales (subsidios, transferencias corrientes o de capital)
- La generación de empleo y el valor agregado por las actividades culturales
- Y ofrecer información no monetaria sobre la oferta y demanda de productos culturales: número de establecimientos culturales, indicadores no monetarios sobre libros, diarios y revistas, artes escénicas y música, cine, televisión, monumentos, bibliotecas, entre otros.

La metodología utilizada para la elaboración de este sistema de medición está basada en el “Manual metodológico del convenio Andrés Bello”, en el cual se establece la implementación de las cuentas satélite de cultura de Latinoamérica.

Onaindia y Madedo, (2013), consideran en relación a las ICC, que Argentina es un país de desarrollo medio en el cual conviven sectores productivos modernos, eficientes e integrados junto a otros mucho más rezagados. En el caso de las industrias culturales, si se observan los eslabones de cada cadena de valor, se puede apreciar que en los distintos subsectores se produce la misma situación, aunque reflejada de manera distinta en cada uno de ellos.

En otros términos los autores indican que es necesario fortalecer los espacios de trabajo conjunto entre el sector público y el sector privado, y abrir otros nuevos. Por ejemplo, incorporando en ellos a las universidades para poder, entre todos, construir políticas y planes estratégicos consensuados.

## Mecanismos de financiación

### 1. Incentivos directos a la Producción

#### 1.1. Sistema de Fomento

Conforman parte del sistema de fomento, todas aquellas estipulaciones previstas por la legislación nacional a favor de la cinematografía argentina. El sistema habilita así el acceso a subsidios para aquellas películas que contribuyan al desarrollo de la cinematografía nacional en lo cultural, artístico, técnico e industrial y atiendan a un objetivo de gravitación positiva para la comunidad;

1.2. **Subsidios de recuperación industrial o subsidios de salas.** El Subsidio por Recuperación Industrial consiste en una suma de dinero que el Instituto otorga en relación a la taquilla –cantidad de espectadores- que han asistido a las salas en las que se ha exhibido el film.

1.3. **Subsidios por otros medios de exhibición.** Consisten en incentivos otorgados al finalizar la película como una forma de recompensar la conclusión del proyecto que difieren de acuerdo al género cinematográfico, el soporte de rodaje y la duración de la película.

1.4. **Subsidios por reinversión.** El INCAA se halla autorizado a retener un pequeño porcentual de los subsidios que otorga al Productor, el que tiene como finalidad, el de

ser liberado al sólo fin de ser reinvertido en una nueva película o para la adquisición de equipamientos.

- 1.5. **Créditos.** Se trata de adquirir un crédito a tasas preferenciales el cual es otorgado por el INCAA.
  - 1.6. **Concursos cinematográficos.** El INCAA contempla dentro de sus medidas de fomento a la industria cinematográfica, diversos llamados a concursos cinematográficos, tales como para óperas primas, películas terminadas, cortometrajes, entre otros.
  - 1.7. **Beneficios y exenciones a aduaneras.** La ventaja de esta clase de destinación para la industria cinematográfica y audiovisual radica en que las importaciones temporarias no pagan impuestos ni derechos. Sin embargo, en cada importación se otorga una garantía la cual es cancelada en el momento en que se cancela la importación temporal. La garantía es otorgada por una compañía aseguradora.
  - 1.8. **Cuota de pantalla.** El término “cuota de pantalla” implica el establecimiento de un número o porcentaje mínimo y obligatorio de films nacionales o extranjeros, durante un plazo determinado, con la finalidad de tutelar la producción nacional o incentivarla.
- 2. Incentivos Indirectos a la Producción.**
- Ahora bien, a la par de los mecanismos que se mencionan precedentemente y que contaron desde un inicio con una regulación formal, se fueron generando distintos instrumentos en forma paralela, que respondiendo a la lógica del mercado, a las necesidades económicas de la producción cinematográfica en el marco de una economía oscilante, con dificultades de obtención de créditos bancarios, y con graves crisis – esencialmente cabe remarcar la de 2001- terminan siendo mecanismos de ayuda financiera.
- 2.1. **Anticipos de Subsidios.** Dicho dispositivo, en la realidad determinó que muchos de los productores acudieran al propio INCAA, solicitando dicho beneficio, dado que a diferencia de la obtención de un crédito – ya sea por la propia Institución o un Banco – el mismo no genera curso de intereses, ni requiere las garantías, avales y demás condiciones que este último requiere normalmente para su obtención.
  - 2.2. **Prórrogas de vencimiento de créditos.** La alternativa de prorrogar conforme al ritmo de terminación de la película y acordar inclusive plazos adicionales, implican una ventaja adicional acordada a favor del productor de la película.
  - 2.3. **Cesiones.** Este contrato ha sido y es utilizado de forma extensiva en los proyectos cinematográficos y audiovisuales por cuanto han permitido, en la práctica, materializar un sistema indirecto de financiamiento de las productoras.
3. **Apoyo a lanzamientos.** A tales efectos el INCAA, destina partidas presupuestarias a la contratación de publicidad para las películas que habrán de ser presentadas.
  4. **Apoyo a festivales internacionales.** Aportes para solventar festivales de interés internacional.
  5. **Digitalización de Salas.** Surge como consecuencia de los cambios tecnológicos la necesidad de digitalizar las salas de cine.
  6. **Ayudas Provinciales y Municipales.** Distintas Provincias han comenzado a establecer fondos destinados a colaborar con la producción cinematográfica en forma de créditos de baja tasa de interés, tales los casos de Mendoza, Tucumán, Neuquén, entre otras.
  7. **Convenios Internacionales de Coproducción.** La Argentina tiene una extensa tradición en materia de celebración de convenios de co-producción con distintos Países, estableciendo mecanismos de colaboración entre productores de distintas nacionalidades, que permite – en términos generales – el reconocimiento de la película como propia para ambas jurisdicciones.

8. **Tratados de protección de inversiones.** La Argentina ha celebrado convenios de Protección Recíproca de Inversiones con más de 50 Países del mundo.

### La Industria Creativa y Cultural Argentina en números

Los siguientes gráficos han sido elaborados a partir de la información recopilada a través de la Cuenta Satélite Cultural (CSC).

Como comentamos anteriormente y según lo expresado en la página Web del INDEC, la Cuenta Satélite de Cultura es un sistema de información económica que tiene como marco de referencia al Sistema de Cuentas Nacionales (SCN). Su principal objetivo, como sistema de información económico cultural, es medir la incidencia económica de la cultura en la Argentina para contribuir con la toma de decisiones y la formulación y evaluación de políticas públicas y privadas en el sector cultural.

La CSC es elaborada por la Dirección Nacional de Cuentas Nacionales (DNCN) del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) en conjunto con el Ministerio de Cultura de la Nación, a través del Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA).

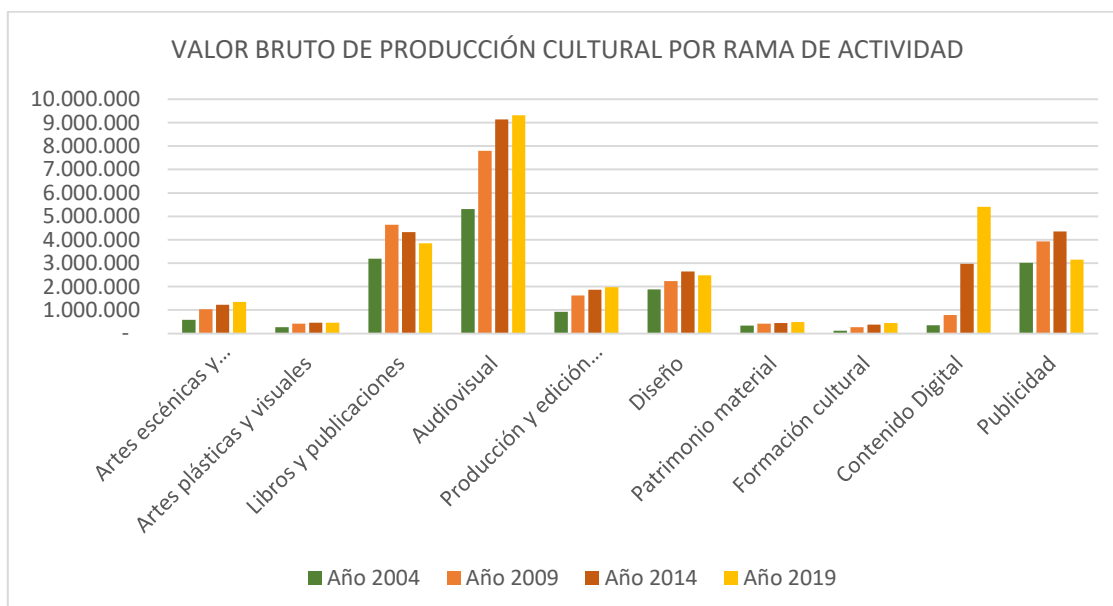


Figura 6. Valor bruto de producción cultural por subsector. Fuente datos: Series históricas, CSC, INDEC, DNCN. SInCA. Elaboración propia.

El valor bruto de producción representado por rama de actividad en la figura 6, muestra las ramas de la industria que más valor aportan a la economía. Libros y publicaciones, la rama audiovisual y la publicidad son los sectores que más relevancia tienen. Es importante de destacar que el sector contenido digital empieza a aumentar el valor a partir del año 2014.

El gráfico muestra claramente que hay ramas de actividad cuyo valor bruto es muy bajo, de lo cual se puede inferir que estos sectores en particular y la economía en general tienen margen de evolución.

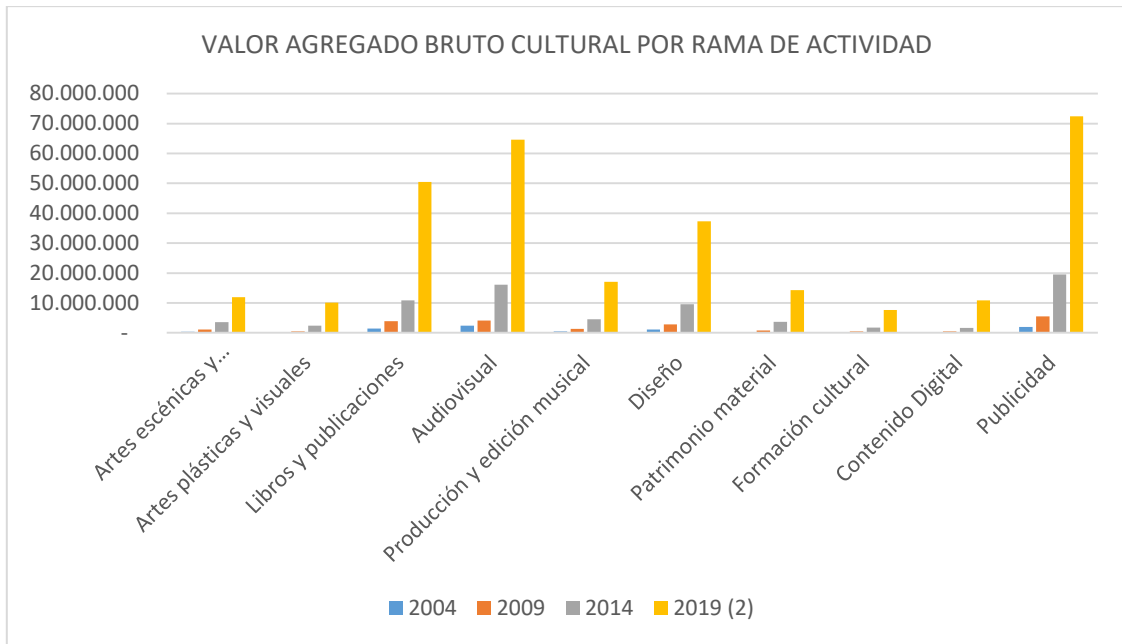


Figura 7. Valor agregado bruto cultural por sector. Fuente datos: Series históricas, CSC, INDEC, DNCN. SInCA. Elaboración propia.

En el gráfico 7, en el que está representado el valor agregado bruto, podemos ver que las ramas de actividad más destacadas son las mismas que para el caso del valor bruto de producción, con la diferencia que en este caso la publicidad es la rama más importante. Además el diseño aparece como otra rama relevante.

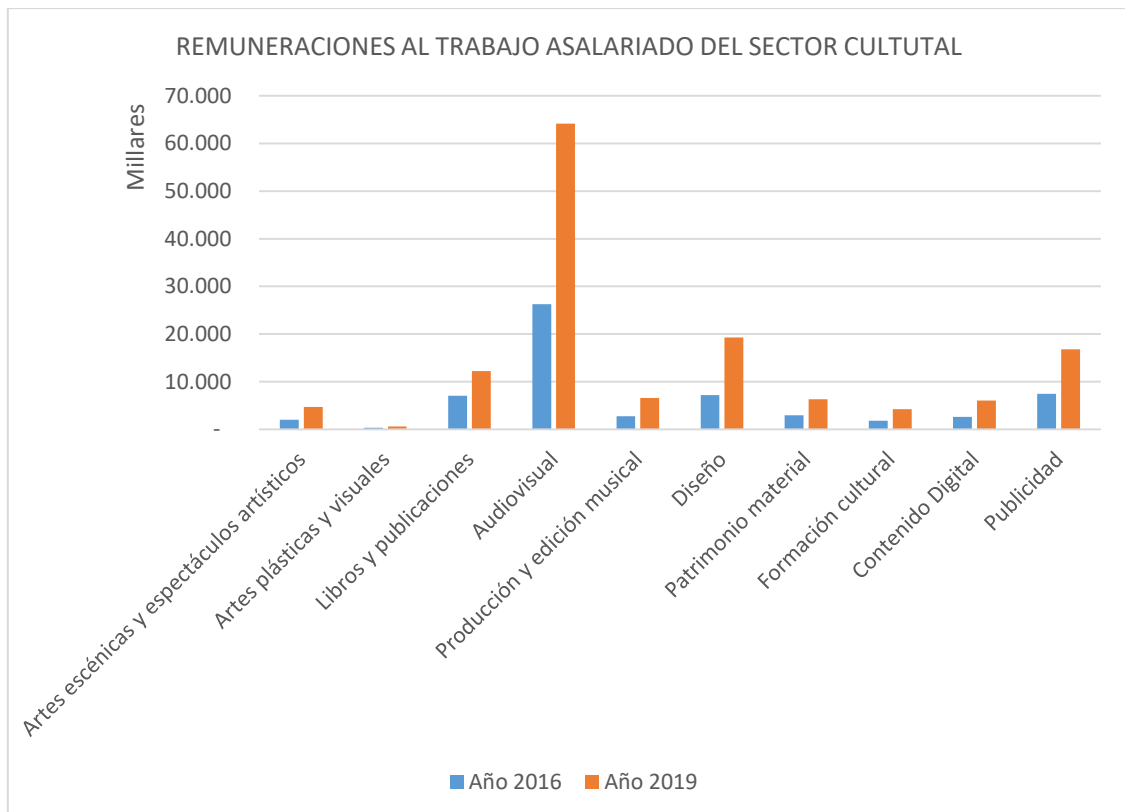


Figura 8. Remuneraciones trabajo asalariado sector cultural. Fuente datos: Series históricas, CSC, INDEC, DNCN. SInCA. Elaboración propia.

En cuanto a la cantidad de dinero para remuneraciones, el gráfico 8 muestra una gran diferencia entre la rama audiovisual y el resto de ramas de actividad. A diferencia de los gráficos anteriores, el resto de ramas muestran valores bastantes similares con excepción de las ramas de diseño y publicidad.

## CONCLUSIÓN

Los bienes y servicios culturales son importante para toda la gente. Por esta razón, en una sociedad postcapitalista el sector cultural puede contar con una significativa financiación estatal que permita la creación, producción y distribución de bienes y servicios culturales que generen beneficios económicos y sociales para todos. En este sentido, ganan relevancia las pequeñas empresas organizadas en red, comprometidas con la economía solidaria y con la apropiación colectiva de las riquezas producidas. De esta manera, el trabajo, el ocio y la cultura podrán constituir posibilidades enriquecedoras para disfrutar la vida de forma contextualizada, consciente, crítica y creativa.

Las ideas planteadas en este informe sobre economía creativa e industrias culturales y creativas expresan algunas de las múltiples miradas que se pueden hacer en relación al desafío de edificar una sociedad contemporánea que considere la importancia de la cultura en la vida social.

En general tanto en Europa como en Latinoamérica el Estado aparece como el principal financiador de esta industria. La creciente importancia de esta industria en el desarrollo económico requiere de la disponibilidad de mayores recursos por parte del Estado. Al tener en cuenta que los mismos son escasos es cuando surge la necesidad de encontrar medidas alternativas a los actuales mecanismos.

Si damos una mirada comparativa a los mecanismos de financiación que tiene la ICC, podemos ver que hay algunas diferencias entre los utilizados en Europa, respecto a los que se utilizan en la región latinoamericana. En términos de mecanismos podemos citar al crowdfunding como uno de los ausentes en los países latinoamericanos.

Otras diferencias importantes es la estrategia única en la forma de estimular la economía a través de potenciar la ICC, sin dejar de lado la cultura individual de cada país integrante de la Unión.

Otro factor que se repite en las dos regiones es el desencuentro entre la Industria Cultural y Creativa y los mercados financieros. Lo que no coincide entre las regiones, es la forma de eliminar esta brecha. Mientras que en Europa se aboga por formar a las empresas para, entre otras cosas, cambiar el estilo de gestión; en algunos países latinoamericanos empieza a aparecer la opción de la inversión privada, pero sin resultados concretos aún.

La propuesta de una entidad de garantías como mediadora entre el sector creativo y el financiero, parece ser un buen método para estimular la inversión privada. El Fondo Europeo de Inversiones es la entidad que genera las garantías necesarias para el acercamiento de estas industrias.

Otro de los aspectos fundamentales que ayudan con el desarrollo de la industria cultural y creativa son las cuentas satélites culturales las cuales permiten: tener una idea clara de la estructura de la industria, conocer el impacto de la industria en el desarrollo económico y mejorar la toma de decisiones por parte del Estado.

Tenemos pleno convencimiento de la importancia de transformar y potenciar un marco de trabajo para las ICC, consistente en establecer clústeres creativos, atraer a profesionales tanto del ámbito de la creación como del ámbito empresarial, crear vínculos entre la cultura y el

desarrollo económico, crear metodologías formativas innovadoras, desarrollar iniciativas en entornos locales y regionales como plataformas globales, y promocionar y difundir el valor económico y social de las Industrias Culturales y Creativas.

## BIBLIOGRAFÍA

**Buitrago, K, & Duque, I. (2013).** La economía naranja: Una oportunidad infinita, 1-244.

**Bureau of Statistics Analysis (BEA);** Department of Culture, Media and Sport (DCMS); Deloitte (2014). Economic Contribution of the Indian Motion Picture and Televisión Industry. Recuperado de [www2.deloitte.com/in/en/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/economic-contribution-of-motion-picture-and-television-industry.html](http://www2.deloitte.com/in/en/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/economic-contribution-of-motion-picture-and-television-industry.html); Ernest and Young (EY) (2015). Cultural Times, First Global Map of Cultural and Creatives Industries.

**Comisión Europea (2015).** Informe sobre Buenas Prácticas. “Towards more efficient financial ecosystems: innovative instruments to facilitate access to finance for the cultural and creative sectors (ccs)” Open method of coordination (OMC) working group of eu member states’ experts on cultural and creative sectors.

**Corona, J. M. (2011).** *Evolución Teórica de la Economía de la Innovación y la Tecnología*, UAM-X, Departamento de Producción Económica Posgrado en Economía y Gestión de la Innovación. Presentado en la Universidad Autónoma de Baja California Sur.

**Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y Gobiernos, (2006). Montevideo, Uruguay.** Carta Cultural Iberoamericana.

**Europa Creativa.** <https://europacreativa.es/mas-europa-creativa/>

**European Commission (2018).** Ex-ante evaluation of new financial instruments for SMEs, mid-caps and organisations from the Cultural and Creative Sectors.

**European Commission (2020).** “Be Creative, Call de Bank”. A Guide for SMEs in the cultural and creative sector on how to obtain financing.

**Henningy, V. Alpar, A. (2005).** Public aid mechanisms in feature film production: the EU MEDIA Plus Programme. DOI: 10.1177/0163443705050471.

**Herández, J. et al. (2018).** Industrias culturales y economía creativa en Latinoamérica. Desarrollo económico y social en la región. Editorial Uniagustiniana, Bogotá.

**Informe sobre la economía creativa, (2008).** Desarrollado por UNCTAD y el PNUD.

**Lobato, R. (2020).** Digital Pheries. The Online Circulatio of Audiovisual Content from the Small Market Perspective. Chapter 3: On the Boundaries of Digital Markets. Springer Open.

**Luzardo A., De Jesus, D., Perez Kenderish, M. (2017).** Economía Naranja. Innovaciones que no sabías que eran de América Latina y el Caribe. Banco Interamericano de Desarrollo.

**Negrin, A. (2017).** Un modelo para armar la nueva relación estratégica con Europa. Comercio Exterior, 9(2395–8324), 76–79.

**MEDIA Salles (2002).** European Cinema Yearbook 2001’. Available online: <http://www.mediasalles.it/yearbook.htm> (accessed 10 October 2002).

- Moreno, J. (2008).** Diversidad audiovisual e integración cultural: analizando el programa Ibermedia. *Comunicación y Sociedad*, núm. 9, enero-junio, 2008, pp. 95-118.i
- OEI, (2016).** Estudio comparativo de cultura y desarrollo en Iberoamérica. Estado de las políticas públicas y aportes para el fortalecimiento de las economías creativas y culturales. Cap. 1: Panorama gráfico del sector cultural iberoamericano.
- OEI, (2016).** Estudio comparativo de cultura y desarrollo en Iberoamérica. Estado de las políticas públicas y aportes para el fortalecimiento de las economías creativas y culturales. Cap. 2: Institucionalidad de las ICC en los países iberoamericanos.
- Onaindia, J., Madedo, F. (2013).** La Industria Audiovisual. *Palermo Business Review*, Nº 8. ISSN 0328-5715.
- ONU, (2019).** Resolución aprobada por la Asamblea General el 19 de diciembre de 2019. Año Internacional de la Economía Creativa para el Desarrollo Sostenible (2021).
- Oxford Economics. 2014.** "The Economic Impact of the Creative Industries in the Americas." Informe elaborado por Oxford Economics para el British Council, el BID y la Organización de los Estados Americanos. Oxford: Oxford Economics Ltd. Disponible en: <https://publications.iadb.org/handle/11319/7747>.
- Pulido San Román, A. (2008).** "Una revisión de conjunto de la economía de los intangibles", *Estudios de Economía Aplicada*, vol. 26(2).
- Quartesan, A., M. Romis y F. Lanzafame. (2007).** "Las industrias culturales en América Latina y el Caribe: desafíos y oportunidades." Washington, D.C.: BID.
- Saucedo Estrada, H. (2020).** "Economic resourge creativity: as a growth strategy", *Investigación y Negocios*, vol. 13, Nº 21 Pág. 23-36. ISSN online 2521-2737.
- Schumpeter, J. A. (2009).** *Essays: On Entrepreneurs, Innovations, Business Cycles, and the Evolution of Capitalism*, Edited by R. Clemence, New Brunswick, USA, Transaction Publishers.
- Romo, M., Sanz, E. (2000).** Primer encuentro estatal de docentes e investigadores universitarios. *Creatividad*. Madrid. Universidad Autónoma.
- The Future of Jobs (2016).** *Employment, Skills and Workforce Strategy for the Fourth Industrial Revolution*.
- UNESCO, (2001).** Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. "Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural"
- UNESCO, (2005).** Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. *Diversidad de las Expresiones Culturales*.
- UNESCO, (2011)** Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. "Políticas para la Creatividad. Guía para el desarrollo de la industria cultural y creativa", (2011)
- Vlassis, A. (2020).** European Union and online platforms in global audiovisual politics and economy: Once Upon a Time in America?. *the International Communication Gazette*. DOI: 10.1177/1748048520918496.