



Bruselas, 26.9.2012
COM(2012) 537 final

**COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN AL PARLAMENTO EUROPEO, AL
CONSEJO, AL COMITÉ ECONÓMICO Y SOCIAL EUROPEO Y AL COMITÉ DE
LAS REGIONES**

**Promover los sectores de la cultura y la creación para el crecimiento y el empleo en la
UE**

COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN AL PARLAMENTO EUROPEO, AL CONSEJO, AL COMITÉ ECONÓMICO Y SOCIAL EUROPEO Y AL COMITÉ DE LAS REGIONES

Promover los sectores de la cultura y la creación para el crecimiento y el empleo en la UE

1. UN RECURSO DESAPROVECHADO EN GRAN MEDIDA PARA LA ESTRATEGIA EUROPA 2020

La cultura, que ocupa un lugar primordial en nuestro entramado social, da forma a nuestra identidad, nuestras aspiraciones y nuestras relaciones con los demás y con el mundo. También conforma los lugares y paisajes en que vivimos y el estilo de vida que adoptamos. El patrimonio, las artes visuales y escénicas, el cine, la música, la edición, la moda o el diseño se manifiestan intensamente en la vida cotidiana, pero la contribución que pueden hacer los sectores de la cultura y la creación¹ al desarrollo social y económico de la UE aún no está plenamente reconocida. Por otra parte, aunque la globalización y la transición al entorno digital traen consigo retos importantes, todavía no se ha impulsado la adaptación necesaria para permitir que estos sectores aprovechen todo su potencial y para que la tradicional excelencia de Europa se valore más como ventaja comparativa en el panorama mundial. En la presente Comunicación se propone una estrategia para aprovechar mejor el potencial de estos sectores en la UE a fin de contribuir al crecimiento y el empleo.

Sectores con un rápido crecimiento

Se reconoce que los sectores de la cultura y la creación tienen un rendimiento económico: en la UE representan el 3,3% del PIB y dan empleo a 6,7 millones de personas (el 3 % del empleo total)².

Las cifras también son importantes si se tienen en cuenta las industrias de la moda³ y el lujo⁴, que dependen en gran medida de las aportaciones culturales y creativas. Cada una de ellas representa el 3 % del PIB de la UE y dan empleo, respectivamente, a cinco millones y a un millón de personas, y se prevé que el empleo en el sector del lujo llegue a los dos millones de aquí a 2020⁵.

¹ Engloban, en concreto, la arquitectura, los archivos y las bibliotecas, la artesanía artística, el sector audiovisual (incluidos el cine, la televisión, los videojuegos y los multimedia), el patrimonio cultural, el diseño (incluido el de la moda), los festivales, la música, las artes escénicas y visuales, la edición y la radio.

² Informe europeo sobre competitividad, 2010. Otras fuentes presentan unas estimaciones superiores: un 4,5 % del PIB y 8,5 millones de trabajadores (TERA Consultants, 2010).

³ Engloba el diseño y la fabricación de materiales y artículos de moda, así como su distribución.

⁴ Engloba, en concreto, la moda, la joyería y relojería, los accesorios, los artículos de cuero, los perfumes y cosméticos, el mobiliario y los electrodomésticos, los automóviles, las embarcaciones, la gastronomía, los hoteles y el ocio de alta gama.

⁵ *Competitiveness of the EU fashion industries* (Competitividad de las industrias de la moda de la UE), Idea Consult, 2012; *The value of the cultural and creative industries to the European economy* (El valor de las industrias de la cultura y la creación para la economía europea), Frontier Economics, 2012.

Entre 2008 y 2011, el empleo en los sectores de la cultura y la creación ha mostrado una mayor resiliencia que en el conjunto de la economía de la UE⁶, con unas tasas de crecimiento que, no obstante, varían entre los distintos subsectores. Esta tendencia es muy interesante porque algunos sectores presentan un mayor porcentaje de empleo juvenil que el resto de la economía.

En algunos casos, a nivel local y regional las inversiones estratégicas en estos sectores han dado unos resultados espectaculares. En particular, los festivales y las Capitales Europeas de la Cultura producen importantes beneficios económicos y, a veces, se llega a decuplicar con creces cada euro invertido.

Catalizadores para la innovación

Al encontrarse en una encrucijada entre las artes, los negocios y la tecnología, los sectores de la cultura y la creación están en una posición estratégica para desencadenar efectos indirectos en otras industrias. Alimentan contenidos para las aplicaciones de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) y crean una demanda de sofisticados aparatos de consumo electrónicos y de telecomunicaciones. La cultura y la creatividad tienen también un impacto directo en sectores como el turismo y están integradas en todas las fases de la cadena de valor de otros sectores, como la moda y el lujo, donde su importancia como activos subyacentes clave va en aumento⁷.

En general estos sectores tienen un impacto sobre la innovación en otras industrias. Como se pone de relieve en la iniciativa Unión por la innovación⁸, esta se ve impulsada cada vez más por factores no tecnológicos, como la creatividad, el diseño y los nuevos procesos organizativos o modelos empresariales. Depende en gran medida de los ecosistemas creativos, en los que la calidad y la diversidad de las asociaciones entre los distintos sectores y tipos de agentes es determinante. El ejemplo más evidente es el mayor uso del diseño en las industrias manufactureras, que aporta valor añadido a los productos, los servicios, los procesos y las estructuras de mercado. Las empresas que gastan el doble de la media en aportaciones creativas tienen un 25 % más de probabilidades de introducir innovaciones en los productos⁹.

Este potencial catalizador también puede constituir un recurso fundamental para la innovación social y para dar respuesta a retos sociales importantes, como el cambio climático, el desarrollo sostenible, los cambios demográficos y la diversidad cultural¹⁰. Por ejemplo, en asociación con el sector de la educación y la formación profesionales, los sectores de la cultura y la creación pueden contribuir a desarrollar la mezcla de capacidades en torno a la creatividad y el emprendimiento, el pensamiento crítico, la asunción de riesgos y el compromiso, que son necesarios para la competitividad de la UE en una sociedad basada en el conocimiento.

⁶ Eurostat [Encuesta de Población Activa (EPA) de la UE].

⁷ Como se ha visto con la «moda rápida», que introduce en el mercado varias colecciones nuevas al año.
⁸ COM(2010) 546.

⁹ *Creating Innovation: Do the creative industries support innovation in the wider economy?* (Crear innovación: ¿las industrias de la creación ayudan a la innovación de la economía en general?, NESTA 2008.

¹⁰ *Sostenuto – Culture as a factor of economic and social innovation* (La cultura como factor de innovación económica y social), 2012. KEA European Affairs – *Study on the impact of culture on creativity* (Estudio sobre el impacto de la cultura en la creatividad), 2009.

Un elemento clave para la competencia a nivel mundial y el «poder simbólico»

Los socios internacionales de Europa ya invierten mucho en los sectores de la cultura y la creación. Los Estados Unidos llevan decenios invirtiendo en ellos, tanto por ser sectores económicos estratégicos como por ser una herramienta para afirmar su presencia a nivel mundial. Otros, como China, Corea del Sur y la India también realizan grandes inversiones para impulsar su potencial económico y su «poder simbólico». Para ello, entran en una competencia mundial para adquirir talentos creadores. Por ejemplo, en China la inversión pública en cultura ha aumentado un 23 % al año desde 2007 y existen planes para aumentar la proporción de estos sectores en el PIB de un 2,5 % a un 5-6 % de aquí a 2015¹¹.

Si bien las industrias de la moda y el lujo contribuyen cada vez más a las exportaciones de la UE¹² y a la promoción de la excelencia europea en el mundo, el potencial de otros sectores, como el cine o la música, aún no se ha aprovechado estratégicamente en el extranjero. El reto consiste tanto en aumentar las exportaciones en beneficio de la economía de la UE como en forjar una imagen dinámica de una Europa atractiva y creativa, abierta a culturas y talentos de todo el mundo.

2. CONVERTIR LOS RETOS EN NUEVAS OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO Y EMPLEO

Los sectores de la cultura y la creación se enfrentan a *un entorno que cambia rápidamente, impulsado por la transición al entorno digital y la globalización*, lo que da lugar a la aparición de nuevos agentes, a la coexistencia de estructuras muy grandes con microentidades, a una transformación progresiva de las cadenas de valor y a la evolución del comportamiento y las expectativas de los consumidores. Si bien estos cambios ofrecen grandes oportunidades en términos de menores costes de producción o de nuevos canales de distribución, requieren que se actúe a distintos niveles.

En este contexto cambiante, *el acceso a la financiación* sigue siendo muy difícil: el sector bancario no dispone de los conocimientos especializados necesarios para analizar los modelos empresariales de estos sectores y no valora adecuadamente su activo inmaterial. La crisis financiera y económica no hace más que agravar esta situación, justo cuando se necesitan inversiones para adaptarse.

Estos sectores también se caracterizan por una elevada *fragmentación desde el punto de vista nacional y lingüístico*. Si bien la diversidad cultural es un claro activo europeo, da lugar a una circulación transnacional limitada y por debajo del nivel óptimo de las obras culturales y creativas y de los operadores dentro y fuera de la UE, a desequilibrios geográficos y, por consiguiente, a unas posibilidades de elección limitadas para los consumidores.

Se produce una *poderosa dinámica en la frontera entre varios sectores* (por ejemplo, a través de la mayor relación entre juegos, películas y música) y con otras industrias (como la moda, el lujo o el turismo). No obstante, los sectores y las políticas sectoriales a menudo siguen estando organizados en parcelas sectoriales, lo que limita la posibilidad de sinergias y la aparición de nuevas soluciones y empresas.

¹¹ Duodécimo Plan Quinquenal de China (2011-2015).

¹² Por ejemplo, el 62 % de los productos fabricados por marcas de gama alta se venden fuera de Europa y se calcula que el valor de sus exportaciones asciende a 260 000 millones EUR (aproximadamente el 10 % de las exportaciones europeas totales).

Todos estos retos afectan a los distintos sectores de distintas maneras, pero requieren una respuesta estratégica integral en la que participen todos los agentes, desde el nivel local hasta el nivel de la UE.

3. LA NECESIDAD DE UNA ESTRATEGIA CON VARIOS NIVELES: EL PAPEL DE LOS ESTADOS MIEMBROS

Un enfoque holístico para unas estrategias integradas

A pesar de la gran diversidad de los contextos nacionales y regionales, la elaboración de estrategias acertadas que puedan convertir a los retos mencionados anteriormente en nuevas oportunidades de crecimiento y empleo en la UE sigue normalmente el mismo patrón de etapas lógicas¹³.

Por regla general, las estrategias acertadas para los sectores de la cultura y la creación se basan en una total adaptación y movilización de los recursos culturales y creativos de un territorio determinado. Son holísticas y requieren asociaciones entre varios departamentos (cultura, industria, economía, educación, turismo, ordenación del territorio, etc.), en las que participen todas las partes interesadas públicas y privadas pertinentes a fin de reforzar la implicación. Las estrategias también deben sustentarse mediante la investigación a fin de garantizar la eficacia, la eficiencia y la sostenibilidad. Para cada cuestión pertinente, desde el desarrollo de capacidades hasta el acceso a la financiación o el acceso a los mercados mundiales, etc., estas estrategias determinan qué puede afrontarse mediante políticas e instrumentos genéricos y qué requiere un enfoque a medida. Esto es válido para todos los niveles de gobernanza: desde los niveles local, regional y nacional hasta el nivel europeo.

En los últimos años algunos Estados miembros y algunas regiones y ciudades, como el Reino Unido, Estonia, Valonia, Apulia, Barcelona y Amsterdam, por citar solo unos pocos, han aprovechado bien el extraordinario potencial de sus sectores de la cultura y la creación como forma de promover el desarrollo socioeconómico y han elaborado progresivamente estrategias *ad hoc*, mientras que otros apenas están comenzando. Una vez que han surgido las estrategias, tienden a centrarse en el fortalecimiento de estos sectores sin llegar a promover aún asociaciones con otros sectores o efectos indirectos en los mismos.

Motores de actuación clave

Para responder a los principales retos señalados se precisa una actuación concertada, en particular en los siguientes ámbitos clave.

Responder a la evolución de las necesidades de competencias

Es necesaria una cooperación más estrecha entre los sectores de la cultura y la creación, los interlocutores sociales y los proveedores de educación y formación mediante la formación inicial y el desarrollo profesional continuo. Esto debería proporcionar a los sectores la combinación de capacidades necesarias para desarrollar un emprendimiento creativo en un entorno que evoluciona rápidamente. Además, algunos sectores se enfrentan a la escasez de trabajadores con capacidades y destrezas técnicas y tradicionales, dado que los jóvenes, en particular, se encuentran poco atraídos por las mismas.

¹³ Véase <http://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/documents/120505-cci-policy-handbook.pdf>

Las capacidades creativas deben adquirirse desde una edad temprana a fin de sentar las bases para una renovación constante de talentos creadores y estimular la demanda de contenidos y productos más diversos y sofisticados. Desde el punto de vista del aprendizaje permanente, las capacidades y competencias creativas pueden ayudar a responder a los cambios en los requisitos del mercado de trabajo.

Las asociaciones con la educación también pueden contribuir a promover el entorno de aprendizaje, ayudando a los alumnos, en particular a los que tienen dificultades, a adquirir capacidades básicas y desarrollar las competencias necesarias para su futura vida profesional, mejorando así su empleabilidad. Las iniciativas creativas y culturales a nivel local pueden contribuir a la integración de las comunidades marginadas y a dar oportunidades a quienes viven en barrios desfavorecidos.

Mejorar el acceso a la financiación

El pequeño tamaño de las empresas culturales y creativas, la incertidumbre en cuanto a la demanda de sus productos, la complejidad de sus planes empresariales y su falta de activos materiales constituyen obstáculos para la obtención de financiación externa. Si bien la financiación mediante fondos propios, *business angels*, capital riesgo y garantías son posibilidades de financiación alternativas, siguen estando muy infrutilizadas. También existen pruebas episódicas de que existe una carencia en el mercado para la financiación de operaciones de exportación.

Por tanto, las instituciones financieras deben aumentar su concienciación sobre el potencial económico de estos sectores y desarrollar su capacidad de evaluar las empresas en función de su activo inmaterial. Paralelamente, se debe ayudar a los empresarios de estos sectores a comprender mejor los requisitos de planificación empresarial y de asignación de fondos para financiar sus actividades y su crecimiento.

Ampliar el mercado: nuevas asociaciones y nuevos modelos empresariales

Las instituciones y servicios en materia de cultura y arte deben reforzar su capacidad de desarrollo del público, aprovechar las nuevas oportunidades (en particular las transfronterizas) y responder a los cambios en el comportamiento y las expectativas del público. Están surgiendo nuevos servicios que aprovechan las posibilidades que brindan las TIC y la prestación de servicios a través de la red, que ofrecen diversas maneras de responder mejor a la demanda de los consumidores de acceder a una gran variedad de contenidos y productos y de participar más en el proceso creativo. Estos nuevos enfoques y servicios deben traducirse también en nuevas fuentes de ingresos.

Para impulsar la creación, la producción y la distribución en todas las plataformas de contenido digital, los sectores de la cultura y la creación deben establecer asociaciones estratégicas y leales con otros sectores, que puedan dar lugar a modelos empresariales innovadores, a través de los cuales se acceda al contenido de diversas maneras, logrando un equilibrio entre los ingresos de los titulares de los derechos y el acceso del público en general a los contenidos y los conocimientos, promoviendo así la alfabetización cultural y mediática. En ese contexto, debe aprovecharse plenamente el potencial de Europeana¹⁴, la plataforma única de acceso que une las colecciones digitales de las bibliotecas, los museos y los archivos de Europa, como base para un nuevo ecosistema de aplicaciones y productos digitales dirigidos al turismo, la educación, la creación y la cultura.

¹⁴

www.europeana.eu

Ampliar el alcance internacional

Se necesitan políticas de internacionalización y fomento de la exportación que permitan a una amplia mayoría de pequeñas organizaciones y empresas operar en un entorno global y llegar a nuevos públicos y mercados de todo el mundo. Es necesario determinar cuáles son los servicios de apoyo más eficaces, facilitar el acceso a los mercados extranjeros, reforzar el diálogo sobre reglamentación y evaluar los posibles instrumentos de distribución de riesgos. Podrían explorarse más a fondo la puesta en común de los recursos y una mayor cooperación entre distintos agentes de la UE a fin de promover una mayor presencia cultural y creativa de Europa en la escena mundial y una imagen atractiva de Europa que conecte nuestra excelencia en el ámbito del patrimonio con una creatividad vibrante y vanguardista.

Reforzar la fertilización intersectorial

Los sectores de la cultura y la creación necesitan entornos pluridisciplinarios en los que puedan reunirse con empresas de otras industrias. Cualquier intervención pública destinada a desarrollarlos exige una fertilización intersectorial. Esto requiere el desarrollo y el ensayo de mejores instrumentos y políticas de apoyo a las empresas que estén destinados a facilitar los vínculos intersectoriales y los efectos indirectos. Ello implica fomentar el cambio entre los propios sectores al mismo tiempo que se aportan nuevas cualificaciones y competencias a otras industrias y viceversa.

También requiere una mayor cooperación entre las distintas políticas, en particular en materia de asuntos económicos, industria, educación, turismo, innovación, desarrollo urbano y regional y ordenación del territorio.

Teniendo en cuenta cuanto antecede, se invita a los Estados miembros, en todos los niveles territoriales y con la participación, cuando proceda, de todas las partes interesadas públicas y privadas pertinentes, a:

- evaluar plenamente el potencial de los SCC¹⁵ para un crecimiento inteligente, integrador y sostenible e integrarlos en sus estrategias de desarrollo en todos los niveles, en particular en el contexto de unas estrategias de especialización inteligente¹⁶;
- reforzar la cooperación entre los SCC y con otros sectores, como las TIC, el turismo, etc., entre otras cosas mediante iniciativas conjuntas para fomentar el entendimiento entre sectores y contribuir al desarrollo de una mentalidad más abierta, innovadora y emprendedora en la economía;
- fomentar y facilitar la creación de plataformas, redes y agrupaciones entre todas las partes interesadas públicas y privadas que sean pertinentes para los SCC;
- fomentar asociaciones estructuradas entre los SCC, los interlocutores sociales y todos los tipos de proveedores de educación y formación, incluido el aprendizaje profesional;
- promover el reconocimiento de las cualificaciones de la educación y la formación informal y no formal en los ámbitos pertinentes para los SCC;

¹⁵ Sectores de la Cultura y la Creación.

¹⁶ Véase la página 10.

- mejorar la disposición de los inversores de instituciones financieras y la disposición a invertir de los SCC, e idear instrumentos de ingeniería financiera especialmente concebidos, en particular regímenes de garantía, con un uso adecuado del próximo programa Europa Creativa y de los fondos de la política de cohesión;
- ayudar a los SCC a explorar y ensayar nuevas estrategias de desarrollo del público y nuevos modelos empresariales que sean pertinentes en la transición al entorno digital;
- ayudar a la digitalización de contenidos culturales y al desarrollo de plataformas en línea, cumpliendo las normas pertinentes en materia de ayudas estatales de la UE;
- animar a los SCC a explorar y reforzar su presencia en los mercados internacionales, entre otras cosas mediante el desarrollo de asociaciones internacionales y la cooperación con terceros países.

4. VALOR AÑADIDO DE LA ACTUACIÓN A NIVEL DE LA UE

Es evidente que la UE puede ayudar a crear un entorno adecuado y apoyar esta agenda de adaptación.

Promover un marco normativo adecuado

Como parte de la *Ley de la Pequeña Empresa* para Europa, la UE está poniendo en marcha un marco político relacionado con las PYME para la UE y sus Estados miembros a fin de mejorar el enfoque general del emprendimiento¹⁷. Es especialmente pertinente para los sectores de la cultura y la creación, en los que predominan las pequeñas empresas y las microempresas.

Centrándose en la necesidad de avanzar para conseguir un mercado único europeo en materia digital que esté plenamente integrado, la Comunicación «*Un mercado único de los derechos de propiedad intelectual*»¹⁸ expone un plan de iniciativas para concretar un marco de la UE en materia de derechos de propiedad intelectual e industrial (DPI) que recompense el esfuerzo creativo y facilite las actividades transfronterizas en el mercado interior. Como resultado, la Comisión adoptó propuestas legislativas sobre las obras huérfanas¹⁹ y la gestión colectiva de derechos²⁰. Se sigue adelante con la evaluación del sector audiovisual a raíz de la publicación del Libro Verde sobre la distribución en línea de obras audiovisuales en la UE²¹. La Comisión favorece un proceso de mediación con las partes interesadas sobre los cánones por copia privada. También se prevé trabajar para mejorar la valoración del activo inmaterial, una cuestión fundamental para acceder a la financiación privada.

La modernización y la adaptación del sistema de marcas registradas son esenciales para los sectores de la cultura y la creación que dependen de las marcas y la fidelidad de los clientes. En el contexto del Observatorio de la UE sobre infracciones de los DPI, es necesario realizar un mejor análisis de datos fiables sobre el valor y la infracción de los DPI, intercambiar buenas prácticas y aumentar la sensibilización para combatir la falsificación y la piratería de

¹⁷ <http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/small-business-act/>

¹⁸ COM(2011) 287.

¹⁹ COM(2011) 289.

²⁰ COM(2012) 372.

²¹ COM(2011) 427.

forma eficaz y eficiente. En este contexto, la Comisión facilita la cooperación entre los titulares de derechos de propiedad intelectual y las plataformas de internet en el contexto del *Memorandum de Acuerdo sobre la venta de mercancías falsificadas a través de internet*, que intenta reducir, a escala de toda Europa, la oferta de dichas mercancías a través de internet²².

En el marco de la Agenda Digital para Europa²³, que incluye acciones para abordar los obstáculos para el desarrollo de los mercados en línea en Europa, algunos aspectos de las iniciativas sobre *la reutilización de la información del sector público* pueden contribuir a aprovechar mejor los activos culturales y a acceder mejor a los mismos.

Una de las acciones prioritarias establecidas en la *Comunicación sobre el futuro del IVA*²⁴ es la revisión de la actual estructura de los tipos del IVA. De acuerdo con uno de los principios rectores de esta revisión, los bienes y servicios similares deben estar sujetos al mismo tipo de IVA y debe tenerse en cuenta el progreso tecnológico, de modo que se aborde el reto de la convergencia entre el entorno en línea y el entorno físico.

Para que un mercado digital sea eficaz y ofrezca también nuevas oportunidades a los sectores de la cultura y la creación, la Comisión seguirá aplicando las iniciativas expuestas en el plan de acción sobre el mercado único digital del comercio electrónico y los servicios en línea²⁵, incluida una iniciativa sobre procedimientos de «Notificación y acción» y una iniciativa sobre neutralidad de la red.

En el contexto de la *modernización de las ayudas estatales*²⁶, se considerará la exención de notificación para las ayudas en el sector de la cultura. Por otra parte, se considerará el apoyo a la innovación, incluida la innovación no tecnológica, en la próxima revisión del *marco comunitario de ayudas estatales* a la investigación, el desarrollo y la innovación.

Facilitar el intercambio de buenas prácticas y el aprendizaje entre iguales

Las iniciativas a nivel de la UE pueden acelerar el ritmo de adaptación, fomentar la difusión de buenas prácticas y mejorar el establecimiento de redes en los sectores de la cultura y la creación. Las autoridades nacionales llevan cooperando en este ámbito desde que se adoptó la Agenda Europea para la Cultura²⁷, en 2007. Se ha creado un Grupo de Expertos para debatir y validar las mejores prácticas nacionales o regionales y hacer propuestas sobre iniciativas de cooperación. El Grupo publicó un manual sobre el uso estratégico de los fondos de la política de cohesión de la UE para fomentar el potencial de la cultura para el desarrollo local, regional y nacional, en particular contribuyendo a las estrategias de especialización inteligente²⁸. El Grupo se centrará ahora en las estrategias de internacionalización y exportación. Otro ejemplo es la plataforma de aprendizaje en materia de políticas creada en el marco de la Alianza Europea de Industrias Creativas²⁹ a fin de promover los intercambios y la cooperación para ayudar mejor a las empresas, acceder a la financiación y aunar la excelencia y la cooperación.

²² http://ec.europa.eu/internal_market/iprenforcement/stakeholders/index_en.htm#maincontentSec2

²³ COM(2010) 245.

²⁴ COM(2011) 851.

²⁵ COM(2011) 942.

²⁶ COM(2012) 209.

²⁷ COM(2007) 242.

²⁸ http://ec.europa.eu/culture/news/ci_en.htm

²⁹ <https://www.howtogrow.eu/ecia/>

La Comisión también tiene intención de apoyar el aprendizaje *inter pares* entre ayuntamientos a fin de permitir a los responsables políticos locales compartir y comparar experiencias sobre el impacto de la cultura en la revitalización social y económica de las ciudades.

Con el horizonte de 2020: movilizar una gran variedad de ayudas financieras específicas y genéricas

Las propuestas de la Comisión de programas e instrumentos para el nuevo marco financiero plurianual 2014-2020, en especial Europa Creativa³⁰, Erasmus para todos³¹, los fondos de la política de cohesión³², Horizonte 2020³³, COSME³⁴ y el mecanismo «Conectar Europa»³⁵ pueden contribuir decisivamente a apoyar el desarrollo de los sectores de la cultura y la creación, y a reforzar su contribución a la Estrategia Europa 2020 de crecimiento y empleo.

Europa Creativa tiene por objeto fomentar la diversidad cultural y lingüística en Europa y reforzar la competitividad de los sectores de la cultura y la creación. Con ella será posible:

- apoyar las actividades transfronterizas de establecimiento de redes, de asociación y de aprendizaje entre iguales a fin de reforzar la capacidad de los sectores para operar más allá de las fronteras nacionales y ayudar a responder a retos como la transición al entorno digital, la globalización y la fragmentación de los mercados europeos;

- establecer un **instrumento financiero** específico, que dé garantías para facilitar a las pequeñas empresas y organizaciones el acceso a préstamos bancarios; este instrumento, incluido en el futuro Instrumento de Deuda Financiera para las PYME, junto con los instrumentos Horizonte 2020 y COSME, también procurará lograr un impacto sistémico en el sector financiero, mejorando la capacidad de las instituciones financieras para evaluar los proyectos culturales y creativos, poniendo en común los limitados conocimientos especializados a través de las fronteras nacionales y apoyando las iniciativas dirigidas a reforzar la disposición a invertir en los sectores;

- apoyar las acciones para el desarrollo de capacidades destinadas al desarrollo del público y el ensayo de los modelos de negocio;

- apoyar medidas destinadas a ayudar a los sectores que operan a nivel internacional.

Erasmus para todos apoyará la inversión en educación y formación, ya sea en forma de movilidad en la formación, de asociaciones para la innovación o de apoyo político. Como parte de su esfuerzo por promover la cooperación para la innovación, el programa apoyará asociaciones a gran escala (alianzas en pro del conocimiento) entre la enseñanza superior y las empresas, así como asociaciones entre la educación y la formación profesionales y las empresas (alianzas para las competencias sectoriales). Esto supone importantes oportunidades para que se creen asociaciones entre los sectores de la cultura y la creación y el sector de la educación y la formación.

³⁰ COM(2011) 785.

³¹ COM(2011) 788.

³² http://ec.europa.eu/regional_policy/what/future/proposals_2014_2020_es.cfm

³³ COM(2011) 809.

³⁴ COM(2011) 834.

³⁵ COM(2011) 665.

Basándose en las numerosas oportunidades ya facilitadas³⁶, los *fondos de la política de cohesión* seguirán apoyando la inversión en los sectores de la cultura y la creación a fin de maximizar la contribución de la cultura como herramienta para el desarrollo local y regional, la regeneración urbana, el desarrollo rural y la empleabilidad. Entre los ejemplos de inversiones podrían incluirse la investigación, la innovación, la competitividad de las PYME y el emprendimiento en las industrias de la cultura y la creación, o la protección y el realce del patrimonio cultural y los paisajes³⁷. Además, el *Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural* seguirá apoyando la rehabilitación del patrimonio cultural rural y la mejora del acceso a servicios culturales en las zonas rurales, proporcionando inversiones y apoyo para la formación a empresas culturales y creativas, y estimulando también el establecimiento de redes entre ellas y el desarrollo de agrupaciones, en particular a través de Leader³⁸.

En este contexto, se fomentará el uso de instrumentos de ingeniería financiera especializados, también en relación con los sectores de la cultura y la creación. En su visión sobre el futuro de la política de cohesión, la Comisión ha señalado estos sectores en el contexto del desarrollo de estrategias de especialización inteligente para el desarrollo local y regional³⁹. Esto exige una mayor integración entre las estrategias a nivel local/regional y las estrategias a nivel nacional. Habría que centrarse actualmente en evaluar el potencial de los sectores en estrategias de desarrollo regional en la futura definición de acuerdos de asociación y programas operativos o programas de desarrollo rural, teniendo en cuenta los vínculos dinámicos entre los activos culturales tradicionales, el desarrollo de empresas creativas y la respuesta a retos sociales y medioambientales, y favoreciendo una mejor combinación de las inversiones en infraestructuras y capital humano⁴⁰.

COSME tiene por objeto reforzar la competitividad y la sostenibilidad de las empresas y las PYME de la UE, así como fomentar una cultura emprendedora. La Comisión propone acciones para promover el desarrollo de agrupaciones y redes de empresas de categoría mundial, así como para acelerar la aparición de industrias competitivas basadas en las actividades intersectoriales, lo cual es especialmente pertinente para los sectores de la cultura y la creación. Se proponen medidas concretas para fomentar la adopción de nuevos modelos empresariales y el uso comercial de ideas creativas que den lugar a bienes y servicios adaptados y personalizados que satisfagan la demanda de los consumidores. La Comisión también propone tomar medidas para vincular y añadir cualificaciones y competencias en los ámbitos del diseño, la creatividad y la fabricación.

La iniciativa *Horizonte 2020* regirá el apoyo de la UE a las actividades de investigación e innovación y promoverá una mejor explotación del potencial industrial de las políticas de innovación, investigación y desarrollo tecnológico. Su objetivo es reforzar la competitividad en toda una gama de industrias y sectores emergentes, lo cual es especialmente pertinente para los sectores de la cultura y la creación. Apoyará los avances tecnológicos en relación con estos sectores, como las tecnologías innovadoras para la creación y utilización de contenidos creativos y de materiales innovadores para las industrias creativas. Horizonte 2020 también estudiará nuevas formas de innovación, como la innovación y la creatividad sociales, a fin de reforzar una dinámica intercultural positiva en Europa y con socios internacionales.

³⁶ Estudio sobre la contribución de la cultura al desarrollo local y regional, 2010.

³⁷ Documento de trabajo (2012) 61, parte II.

³⁸ http://enrd.ec.europa.eu/leader/es/leader_es.cfm

³⁹ http://s3platform.jrc.ec.europa.eu/c/document_library/get_file?uuid=a39fd20b-9fbc-402b-be8c-b51d03450946&groupId=10157

⁴⁰ *Ibíd.*

El *mecanismo «Conectar Europa»* tiene por objeto impulsar el transporte, la energía y las redes digitales de Europa. Proporcionará una financiación sostenible a Europea y apoyará actividades relacionadas, como los mecanismos para el intercambio de derechos de información y concesión de licencias o los centros de competencias para la digitalización y la preservación del patrimonio cultural digital.

A nivel internacional, el diálogo político entre la UE y terceros países, tanto a nivel bilateral como a nivel regional, puede utilizarse para aumentar la confianza y crear oportunidades para emprender asociaciones en las que todos salgan ganando, incluidos los sectores de la cultura y la creación⁴¹. A través de la cooperación, la cultura seguirá siendo un vector esencial para el desarrollo socioeconómico y para el refuerzo de los derechos humanos, la democracia, la sociedad civil y otros elementos clave de la buena gobernanza⁴².

La Comisión:

- seguirá mejorando el marco reglamentario de la UE en relación con los SCC;
- negociará con el Parlamento Europeo y el Consejo sus propuestas de instrumentos de financiación de la UE para el período 2014-2020 y preparará su aplicación;
- apoyará el intercambio de buenas prácticas dentro de la UE.

Acciones a más corto plazo, a escala de la UE, para apoyar los motores de actuación clave

En un período más breve, se complementarán los esfuerzos realizados en los Estados miembros, en todos los niveles territoriales, mediante una serie de iniciativas de la UE para apoyar la aparición de ecosistemas creativos entre distintos sectores y en distintas fases de la cadena de valor:

- Responder a la evolución de las necesidades de competencias

Se están probando alianzas en pro del conocimiento entre la educación superior y las empresas a fin de promover la innovación. La Alianza en pro del conocimiento entre el cine y la industria⁴³ informará sobre su labor en 2013.

La UE está financiando la primera fase de un consejo europeo de cualificaciones sectoriales en los sectores audiovisual y de actuaciones en directo⁴⁴, y financia también un consejo europeo de cualificaciones sectoriales en los sectores textil, de la confección y del cuero⁴⁵ para analizar las necesidades de cualificaciones.

Antes de que finalice 2013, un grupo de expertos de los Estados miembros creado en el marco de la Agenda Europea para la Cultura presentará un informe sobre la promoción de Asociaciones Creativas entre los centros de enseñanza y las empresas y organizaciones culturales y creativas.

⁴¹ El diálogo político podría apoyarse, en concreto, en el marco del Instrumento de Asociación.

⁴² Tales objetivos serán apoyados tanto en el marco de la cooperación geográfica como en el de la cooperación temática, a través del Instrumento de Cooperación para el Desarrollo (ICD), el Instrumento Europeo de Vecindad (IEV), el Instrumento de Ayuda de Preadhesión (IPA) y el 11º Fondo Europeo de Desarrollo (FED).

⁴³ http://ec.europa.eu/education/higher-education/ka1_en.htm

⁴⁴ <http://www.pearle.ws/en/projects/detail/16>

⁴⁵ <http://europeanskillscouncil.t-c-l.eu/eng/>

- Mejorar el acceso a la financiación

En el marco de la Alianza Europea de Industrias Creativas, la UE financia dos asociaciones para un mejor acceso a la financiación (FAME y C-I Factor) hasta 2014.

El Fondo de Garantía de la Producción de MEDIA⁴⁶ facilita el acceso de los productores de cine a fuentes de financiación privadas.

La Comisión evaluará la posibilidad de crear un fondo de garantía similar para empresas del sector de la moda.

En el marco de la estrategia de DPI, la Comisión formulará propuestas políticas destinadas a mejorar la explotación económica de estos⁴⁷.

- Ampliar el mercado

En 2012 la Comisión:

- financiará una acción preparatoria sobre la circulación de las películas europeas en la era digital⁴⁸;

- financiará un proyecto piloto sobre usos innovadores de las TIC en los SCC⁴⁹;

- financiará una red temática sobre nuevos modelos empresariales para la edición en la era digital⁵⁰;

- organizará una conferencia europea sobre el intercambio de buenas prácticas en materia de desarrollo del público⁵¹;

- adoptará una recomendación sobre el cine europeo en la era digital;

Antes de que finalice 2012, un Grupo de Expertos de los Estados miembros creado en el marco de la Agenda Europea para la Cultura presentará un informe sobre las políticas y las buenas prácticas de las instituciones públicas destinadas a fomentar un mejor acceso a la cultura y una mayor participación en la misma.

En 2013 la Comisión:

- apoyará la producción de herramientas más potentes e interactivas para las industrias creativas y preverá las futuras tendencias en materia de investigación e innovación a través de la interacción en distintos segmentos de estas industrias y entre los mismos⁵²;

- pondrá en marcha un proyecto piloto WORTH para estimular el apoyo orientado al mercado y el asesoramiento a las PYME en los sectores de la moda o de los bienes personales basados

⁴⁶ http://ec.europa.eu/culture/media/programme/overview/funding/index_en.htm

⁴⁷ http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/policy/intellectual-property/index_en.htm

⁴⁸ http://ec.europa.eu/culture/media/programme/overview/digitaldistrib/prepaction/index_en.htm

⁴⁹ http://ec.europa.eu/culture/news/12062012-pilotproject-eac10_en.htm

⁵⁰ WP ICT PSP 2012, p. 19.

⁵¹ http://ec.europa.eu/culture/news/20120316-conference-audience_en.htm

⁵² WP ICT PSP 2013, pp. 10 y 81-85.

en el diseño, a fin de desarrollar nuevos productos y servicios creativos mediante la cooperación con diseñadores;

También se utilizarán más las iniciativas Sello de Patrimonio Europeo⁵³ y Capitales Europeas de la Cultura⁵⁴ como laboratorios para el desarrollo del público y la participación ciudadana.

- Ampliar el alcance internacional

En 2012-2013, la Comisión organizará actos destinados a la búsqueda de socios en terceros países a fin de apoyar la internacionalización de las PYME a través de agrupaciones, algunos de los cuales serán para los SCC.

Continuará la cooperación sobre los SCC en el marco del proyecto comercial entre la UE y China para una cooperación reforzada en este ámbito.

Los diálogos políticos sobre cultura con socios emergentes se centrarán en un entorno que sea favorable a la cooperación y los intercambios en los SCC.

Asimismo, la Comisión:

- comprobará la viabilidad de compartir el riesgo de los actuales regímenes de seguro de créditos a la exportación para las PYME;

- estudiará, en estrecha consulta con el Servicio Europeo de Acción Exterior, las formas y los medios para reforzar la cultura en las relaciones exteriores;

En 2013, un grupo de expertos de los Estados miembros creado en el marco de la Agenda Europea para la Cultura presentará un manual sobre las estrategias de apoyo a la internacionalización para los SCC.

- Reforzar la fertilización intersectorial

Desde 2012, la Comisión:

- fomenta los vínculos intersectoriales, en el marco de la Alianza Europea de Industrias Creativas;

- apoya tres demostradores a gran escala en apoyo del turismo cultural en el marco de la Alianza Europea de Industrias Móviles y de Movilidad.

Además, en 2012-2013:

- creará un Centro Europeo de Innovación de Servicios para asesorar a organizaciones regionales sobre la innovación de los servicios y la creatividad en la promoción del cambio industrial;

- publicará una guía inteligente sobre cómo hacer un mejor uso de los fondos de la política de cohesión para sacar provecho de la innovación de los servicios, que será especialmente pertinente para los SCC;

⁵³ http://ec.europa.eu/culture/our-programmes-and-actions/label/european-heritage-label_en.htm

⁵⁴ http://ec.europa.eu/culture/our-programmes-and-actions/capitals/european-capitals-of-culture_en.htm

- comenzará a financiar un proyecto piloto que apoye a dos regiones industriales tradicionales en su transición a unos «Distritos creativos» europeos⁵⁵;
- revisará los retos y las opciones en relación con las medidas para reforzar la competitividad de las industrias de la moda y el lujo de la UE y tendrá debidamente en cuenta los correspondientes documentos de trabajo de sus servicios;
- evaluará las recomendaciones que deberá presentar en 2012 el Consejo Europeo de Liderazgo de Diseño y formulará un plan de acción para acelerar la asimilación del diseño en las políticas de innovación;
- desarrollará y probará, en el marco de la Iniciativa de Excelencia de las Agrupaciones Europeas, módulos de formación para promover el papel de la creatividad, las capacidades creativas y los sectores creativos para transformar las actividades industriales tradicionales;
- pondrá en marcha una consulta de las partes interesadas sobre la pertinencia de crear una Alianza Europea de Experiencia en Economía, a fin de fomentar la interacción intersectorial entre los SCC, el ocio, el deporte y el turismo, y de apoyar el desarrollo de nuevas cadenas de valor industriales.

5. SEGUIMIENTO DE LOS AVANCES

Aprovechar todo el potencial de los SCC puede significar una gran contribución al crecimiento y el empleo, y acelerar la transición hacia una sociedad innovadora basada en el conocimiento. Para aprovechar dicho potencial, es necesario actuar tanto a nivel nacional, regional y local como a nivel de la UE a fin de apoyar la aplicación de la estrategia de varios niveles trazada anteriormente, centrándose a corto y largo plazo, en particular, en los cinco motores de actuación clave: desarrollar las capacidades; mejorar el acceso a la financiación; promover nuevos modelos empresariales y ampliar el público; facilitar la cooperación con otros sectores y otras políticas; y ampliar el alcance internacional. Esta estrategia promoverá también la cooperación con los socios de la UE. Contará con el apoyo de otras instituciones europeas y de partes interesadas.

Para hacer un seguimiento de los avances en la aplicación de la estrategia, la Comisión propone que se utilice el actual marco de cooperación, que es el método abierto de coordinación en materia de cultura.

⁵⁵ http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/itemdetail.cfm?item_id=5782&lang=en