

FOCUS

PYME Y EMPRENDIMIENTO
Comunitat Valenciana

L'ALACANTÍ "INDUSTRIAS CREATIVAS Y CULTURALES"

ALICANTE, 24 DE OCTUBRE DE 2017
EN LAS CIGARRERAS



GENERALITAT
VALENCIANA

TOTS
A UNA
veu

IVACE
INSTITUT VALENCIÀ DE
COMPETITIVITAT EMPRESARIAL



UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de
Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa

CEEI
ELCHE

CENTROS EUROPEOS DE
EMPRESAS INNOVADORAS

**La Economía Creativa como oportunidad para el desarrollo local, no exenta de riesgos.
Complicidades, *branding*, redes y buenas prácticas**

Coordinador:

Dr. Antonio Martínez Puche, Dpto. Geografía Humana
Director Master de Desarrollo Local e
Innovación Territorial. Vicepresidente del GTDL-AGE
Universidad de Alicante



Máster oficial
DELEITE
Desarrollo Local e Innovación Territorial UA

Observatorio de investigación en
desarrollo local y geografía económica

GEOBINDEL
Dpto. Geografía Humana  Universitat d'Alacant
Universitat de Alicante



Salvador Martínez Puche

Cargo: Profesor asociado y consultor en comunicación publicitaria y branding.

**Entidad: Departamento de Información y Documentación.
Área de Publicidad y Comunicación Audiovisual.
Universidad de Murcia.**

Doctorando en el programa Gestión de la Información y la Comunicación en las Organizaciones (Universidad de Murcia). Postgrado en Técnicas y Métodos Actuales en Información y Documentación. Postgrado en Comercialización de Productos Turísticos (UNED). Titulado en Dirección y Producción para Cine, Video y Televisión (Fundación Universitaria Iberoamericana, UPC y UPGC).



Luis Pablo Martínez Sanmartin

Cargo: Inspector de Patrimonio Mueble.

**Entidad: Servicio Territorial de Cultura en Alicante.
Conselleria de Educación, Cultura y Deporte de la
Generalitat Valenciana.**

Es Licenciado en Geografía e Historia (especialidad Historia Medieval) y DEA en Historia Moderna por la Universidad de Valencia, DEA en Historia del Arte por la Universidad de Murcia y Máster universitario en Mediación y Gestión del Patrimonio en Europa por la UNED. Desde 1998 es inspector de patrimonio mueble de la Dirección General de Patrimonio Cultural Valenciano



- a. Existe aquello que sabemos que conocemos, pero **ignoramos**
- b. Existe aquello que sabemos que desconocemos, pero que **no interesa**, por lo tanto **lo ignoramos**.
- c. Existe aquello que no sabemos que desconocemos, por lo tanto **ignoramos**, **no** llegamos a **interesarnos** por ello y de ahí que nunca nos planteemos que podría ser la base para crear y producir **conocimiento, experiencias, oportunidades laborales y productos culturales**.
- d. Aprendizajes + Conocimiento + Innovación Territorial + Desarrollo Local = **ECONOMIA CREATIVA**



Fuente: Florida, R (2009).

Si en etapa industrial, el carbón fue la materia prima de la revolución, en la era actual debe ser el conocimiento, la formación y cualificación de los RR.HH. En este caso las UNIVERSIDADES tienen notable papel.

Se debe movilizar el conocimiento y recompensar el aprendizaje para hacer frente a los retos del entorno y mejorar los servicios que se ofrecen a los ciudadanos. Crear administraciones locales “Inteligentes” y entornos favorables. No sólo captar, sino fomentar y retener el talento.

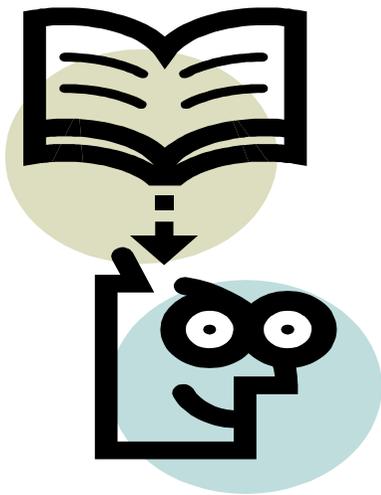
1% DE INSPIRACIÓN Y 99% DE TRANSPIRACIÓN. Picasso



«Para muchos padres, si el maestro no sigue el libro en el aula, hace algo extraño»

César Bona, el mejor profesor de España, apunta que hay colegios en los que se enseña inglés, lengua, sociales... como productos envasados «y eso no estimula el...

Conocimiento tiene que partir de la *Curiosidad, Creatividad, Complicidad, Innovación, Aprendizaje, Experiencia, Sapiencia.....*



"Enseñar no es transferir conocimiento, es crear la posibilidad de producirlo."

Paulo Freire





Economía Creativa es un término que presenta notables variables a tres niveles:

- a) Conceptos:** Economía del conocimiento, sociedad de la información; la clase creativa; las industrias creativas; la ciudad creativa, etc. Problemas en la definición y en las actividades a tener en cuenta.
- b) Autores:** Hay más académicos y otros más divulgativos. Felipe Buitrago; Mario Paredes; Jhon Howkins; Ricardo Méndez; Inmaculada Caravaca; Pilar Riera, etc.
- c) Organismos y fuentes:** KEA (The economy of culture in Europe-Comisión Europea); NESTA (London); DCMS (Creative Industries Mapping Document); UNCTAD (Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo); y actividades económicas nacionales (UK SIC; la NAF; el CNAE (Clasificación de Actividades Económicas); IAE; Atlas Estadístico de las Áreas Urbanas de España, etc.

Países con mayor exportación de productos creativos

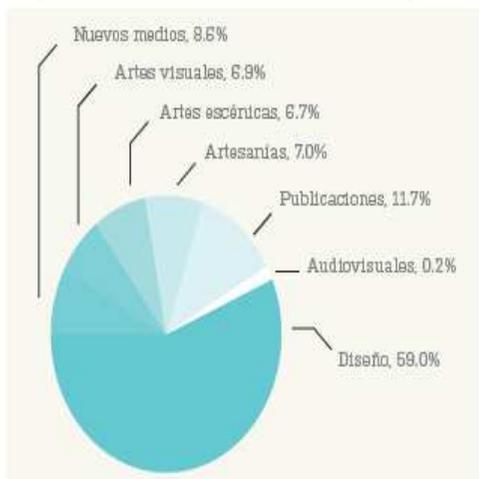


¿Qué es la economía creativa?

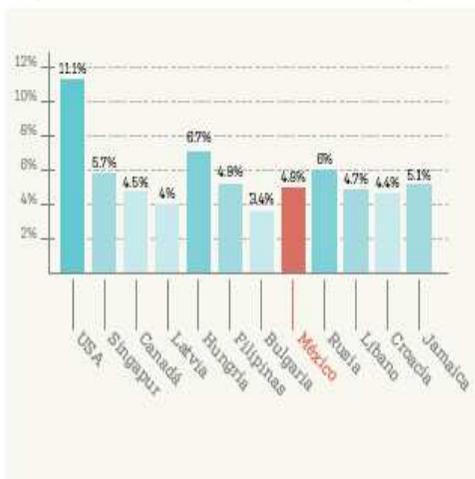
—Contenido de la Información: Mario Paredes Sosa.

Es un concepto que engloba activos creativos potenciando desarrollo y crecimiento económico. Favorece la generación de ingresos, la creación de empleos y exportaciones, la inclusión social y la diversidad cultural. Los sectores creativos son las actividades relacionadas con el desarrollo cultural, los cuales, impulsados de manera innovadora y creativa tienen un impacto favorable en el desarrollo económico de la sociedad.

Importación mundial de bienes creativos, por grupo.



Contribución de industrias creativas al PIB.



Patrimonio cultural

Artesanías, arqueología, celebraciones, ritos, festivales, museos.

Artes

Música, teatro, danza, pintura, escultura, fotografía.

Medios

Editoriales, cine, radio, televisión, software, videojuegos.

Creaciones culturales

Nuevos medios, diseño textil y joyero, servicios creativos, mercadotecnia, publicidad, investigación y desarrollo creativo.

Figura 1.3 Modelo de los círculos concéntricos con ajustes terminológicos de la Work Foundation



Distribución del empleo en economía creativa en la Unión Europea, 2009

País	MILES DE EMPLEOS	% EMPLEO TOTAL	País	MILES DE EMPLEOS	% EMPLEO TOTAL
Alemania	1.929,6	5,0	Irlanda	100,1	5,2
Austria	196,7	4,8	Italia	1.055,7	4,6
Bélgica	168,5	3,8	Letonia	40,1	4,1
Bulgaria	92,8	2,9	Lituania	44,0	3,1
Cipre	11,9	3,1	Luxemburgo	4,6	2,1
Dinamarca	157,5	5,7	Malta	1,5	0,9
Eslovaquia	69,3	2,9	Países Bajos	441,8	5,1
Eslovenia	45,8	4,7	Polonia	544,9	3,4
España	725,9	3,8	Portugal	122,8	2,4
Estonia	5,9	1,0	Reino Unido	1.622,9	5,6
Finlandia	153,3	6,2	República Checa	205,7	4,2
Francia	1.081,0	4,2	Rumania	134,3	1,5
Grecia	191,3	4,2	Suecia	265,9	5,9
Hungría	141,5	3,7	Unión Europea-27	9.626,3	4,4

FUENTE: EUROSTAT, 2010.

**ACTIVIDADES DE LA ECONOMÍA DEL CONOCIMIENTO
(CNAE 2009)**

1. Actividades industriales de alta innovación

- 20. Industria química
- 21. Farmacéutica
- 26. Fabricación productos informáticos, electrónicos y ópticos
- 30. Fabricación de otro material de transporte (ej. aeronáutico)

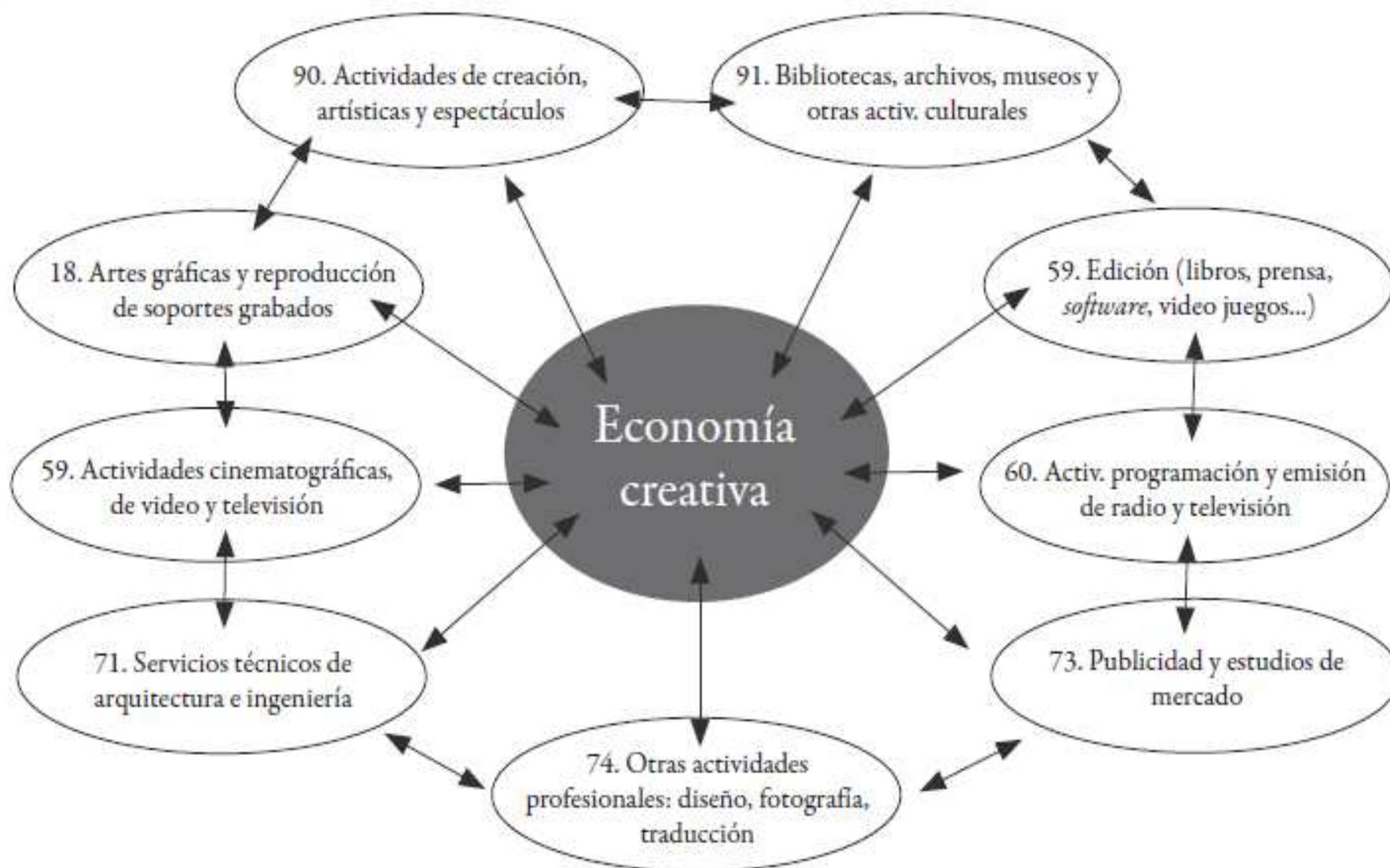
2. Servicios basados en el conocimiento

- 62. Programación y consultoría informática.
- 63. Servicios de información
- 64. Servicios financieros
- 65. Seguros y fondos de pensiones
- 66. Actividades auxiliares a los servicios financieros
- 85. Educación
- 86. Actividades sanitarias

3. Actividades creativas

- 18. Artes gráficas y reproducción de soportes grabados
- 58. Edición de libros
- 59. Actividades relacionadas con cine, televisión, música, etc.
- 60. Programación y emisión de radio y televisión
- 71. Arquitectura e ingeniería
- 72. Investigación y desarrollo
- 73. Publicidad y estudios de mercado
- 74. Otras actividades profesionales (diseño, foto...)
- 90. Actividades relacionadas con creación, artísticas y espectáculos
- 91. Bibliotecas, archivos y museos

Identificación de las actividades integradas en la economía creativa en España según criterio Unctad y clasificación CNAE-2009



Rasgos definitorios:

1.) *El comportamiento espacial de empresas* e instituciones ligadas a la economía creativa, es sin duda, la tendencia a la aglomeración en un número limitado de lugares. A escala del sistema urbano, se constata en todos los casos una neta primacía de las mayores regiones metropolitanas; en su interior, las grandes ciudades suelen ejercer un similar efecto; en su interior las grandes ciudades suelen ejercer un similar efecto de polarización al actuar como *creative hubs*.

2.) *Formación de cluster* a la diversidad de trayectorias urbanas. Concentración de empresas favoreciendo el concepto de *cluster* y de *distrito cultural* (Italia 2005). A partir de actividades o eventos culturales muy diversos, identificaron las relaciones entre empresas industriales, comerciales, de servicios o turísticas derivadas, así como de redes de actores institucionales (gobiernos, universidades, centros tecnológicos, organizaciones sociales, etc); patrocinadores (bancos, fundaciones); y artistas o artesanos.

Rasgos definitorios:

3.) *Más allá de la aglomeración otras tendencias en la organización espacial de la economía creativa* donde los factores locales dejan su influencia. Junto a las cinco aglomeraciones superior a 1, tenemos otras áreas de 2º nivel como A Coruña, Valladolid, San Sebastián o Pamplona. Los servicios de **publicidad y arquitectura** son los que generan mayor volumen de empleo (Valladolid el 63%); y en los casos de Pamplona y San Sebastián muestra mayor diversificación, por la destacada presencia de **actividades culturales, de diseño y audiovisuales**.

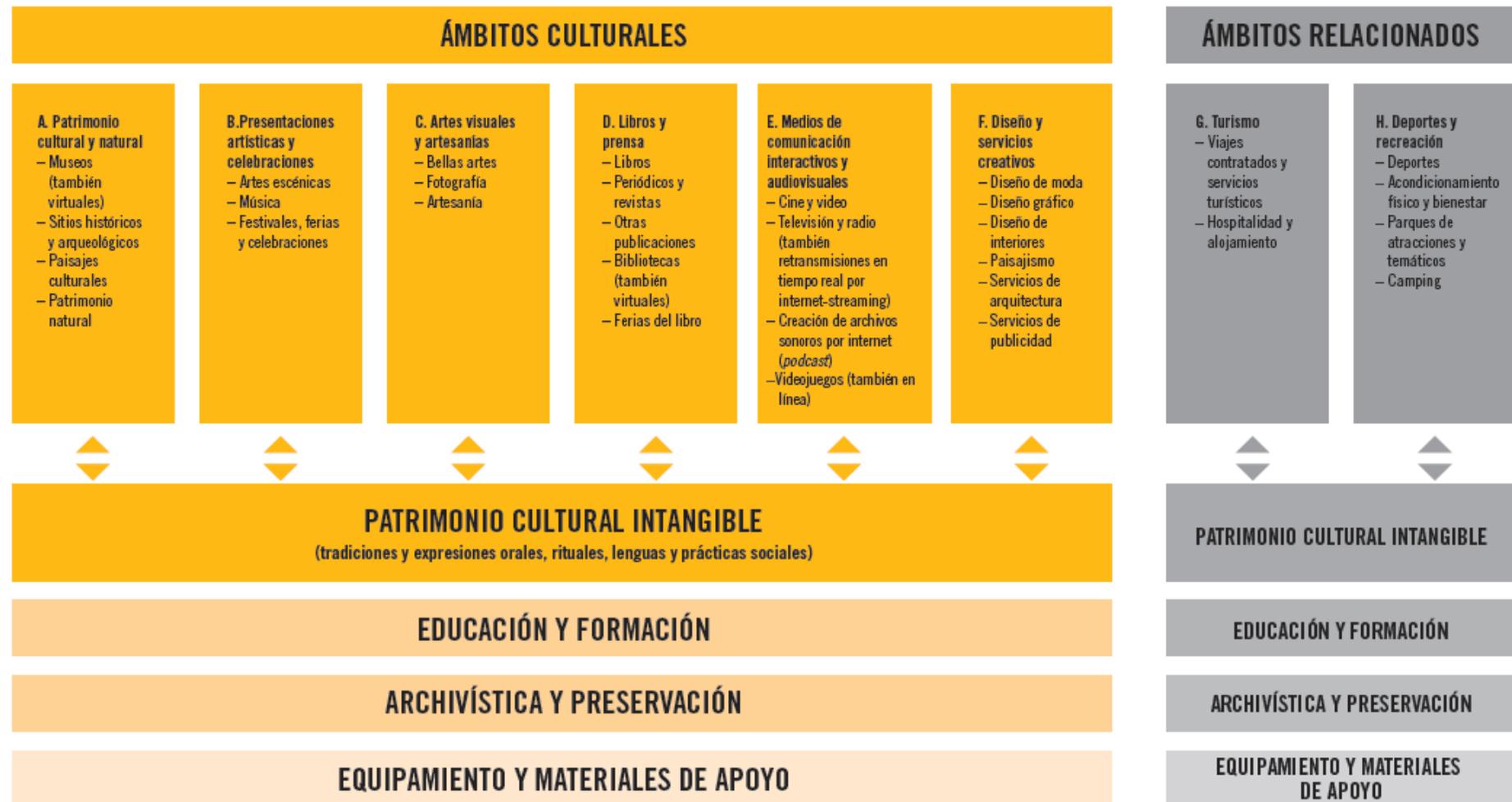
Especialización en economía creativa de las principales áreas urbanas, 2009

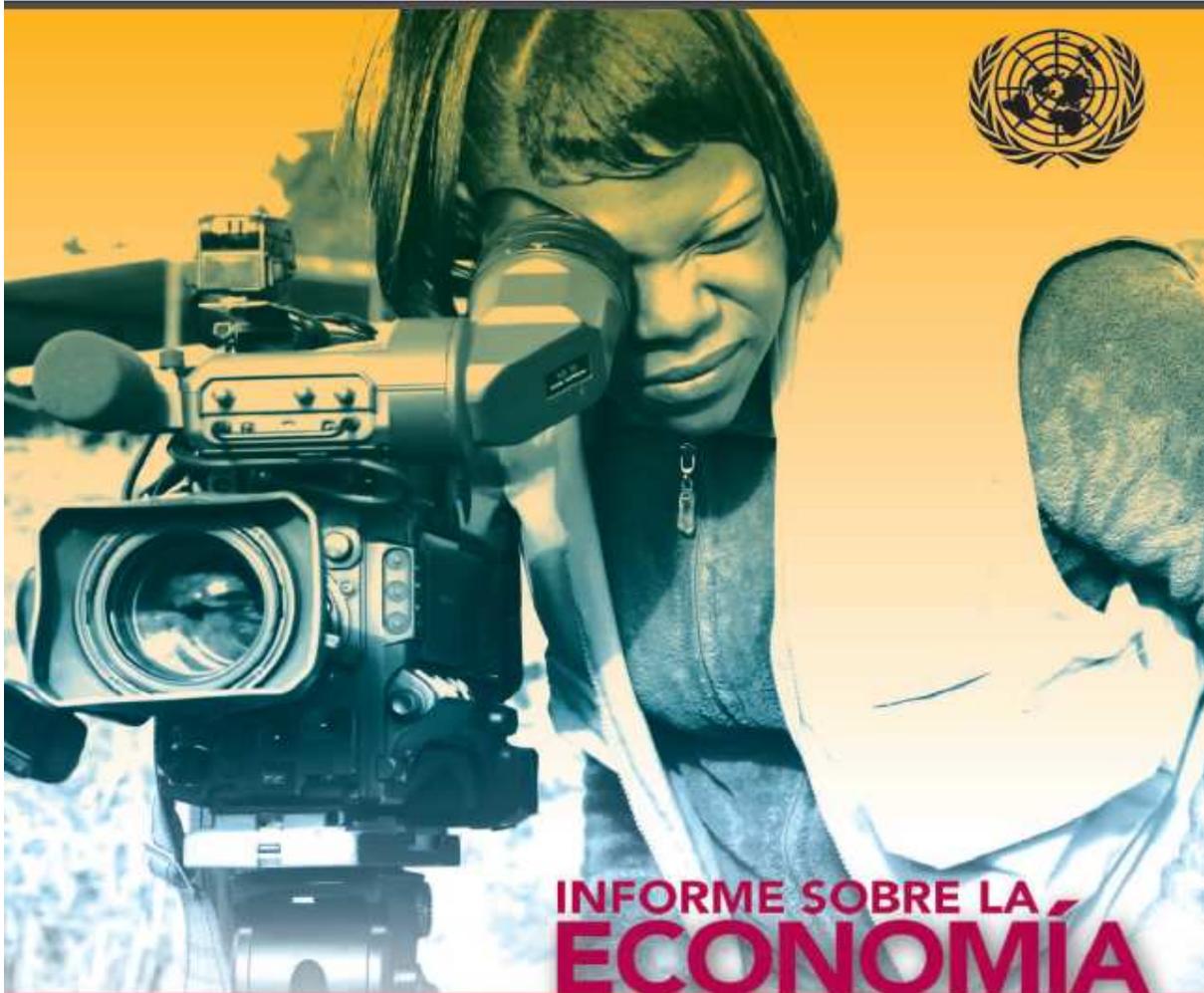
<i>Cocientes Localización (CL) superiores a 1</i>			<i>Cocientes Localización (CL) inferiores a 0,90</i>		
RANGO	ÁREA URBANA	CL	RANGO	ÁREA URBANA	CL
1	Madrid	1,87	8	Área Central de Asturias	0,85
2	Barcelona	1,44	11	Murcia	0,88
3	Valencia	1,07	13	Palma de Mallorca	0,89
4	Sevilla	1,33	14	Vigo	0,79
5	Bilbao	1,33	15	Alicante	0,89
9	A Coruña	1,22	17	Las Palmas Gran Canaria	0,83
10	Valladolid	1,36	19	Granada	0,82
12	San Sebastián	1,17	20	Bahía de Cádiz	0,76
16	Pamplona	1,06	22	Tarragona	0,83
23	Santiago de Compostela	1,83	25	Córdoba	0,86
37	Mérida	1,17	26	Girona	0,88
			27	Castellón	0,81
			29	Lleida	0,89
			30	León	0,82

Ámbitos del Marco de estadísticas culturales de la UNESCO

La economía cultural

Basado en el Marco de Estadísticas Culturales de la UNESCO





INFORME SOBRE LA
**ECONOMÍA
CREATIVA**

EDICIÓN ESPECIAL 2013

> AMPLIAR LOS CAUCES DE DESARROLLO LOCAL



Hay que citar, por último, la estructura **creada en 2004 por parte de la UNESCO**, bajo el nombre de “Red de Ciudades Creativas” que según la actual secretaria general de esta entidad internacional, “representa un potencial enorme para recalcar el valor de la cultura como acelerador del desarrollo sostenible de acuerdo con el undécimo objetivo establecido en la Agenda 2030 (...) cuya vocación es estimular la cooperación internacional entre las ciudades miembros para hacer de la creatividad un motor de desarrollo urbano sostenible, de integración social y de vida cultural”. De las 116 ciudades del mundo, provenientes de 54 países que en la última reunión de septiembre de 2016 en Östersund (Suecia), forman parte de la Red, trabajan juntas para alcanzar un objetivo común: posicionar la creatividad y las industrias culturales en sus planes de desarrollo a nivel local y cooperar activamente a través de la asociación entre ciudades a nivel internacional. La Red cubre **siete campos creativos: Artesanía y Arte Popular, Diseño, Cine, Gastronomía, Literatura, Arte digital y Música**. En este sentido hay que indicar que **Denia** (gastronomía), **Barcelona** (literatura) y **Burgos** (gastronomía) pasaron hace unos años a engrosar esta lista en la que ya se contaban otras tres localidades españolas: **Granada** en la categoría literaria, **Sevilla** en la musical y **Bilbao** en la de diseño.

DÉNIA, ELEGIDA POR LA UNESCO
CIUDAD CREATIVA DE
LA GASTRONOMÍA



United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization



DÉNIA
CITY OF GASTRONOMY

Designated
UNESCO Creative City
in 2015

HISTORIA - HISTORY

CULTURA - CULTURE

GASTRONOMÍA - GASTRONOMY

DIVULGACIÓN - DIVULGATION

CREATIVE CITY, DIVULGATION, GASTRONOMÍA, HISTORIA, PRODUCTOS DE AQUÍ,
TASTING LIFE

DÉNIA, EN LAS MEJORES MANOS

READ MORE





CREATIVE CITY, GASTRONOMÍA,
HISTORIA, PRODUCTOS DE AQUÍ,
TASTINGLIFE

EL SECRETO DE NUESTRO SABOR

Pues no, no es la gamba roja de Dénia.
Ni las cocas artesanas al horno de leña.
Ni el pulpo seco ni los erizos....

[READ MORE](#)



CREATIVE CITY, DIVULGATION,
GASTRONOMÍA, HISTORIA,
PRODUCTOS DE AQUÍ, TASTINGLIFE

DÉNIA, EN LAS MEJORES MANOS.

Esto es lo que pasa cuando pones el
futuro de tu ciudad en las mejores manos.
Un vídeo que es un homenaje a todas...

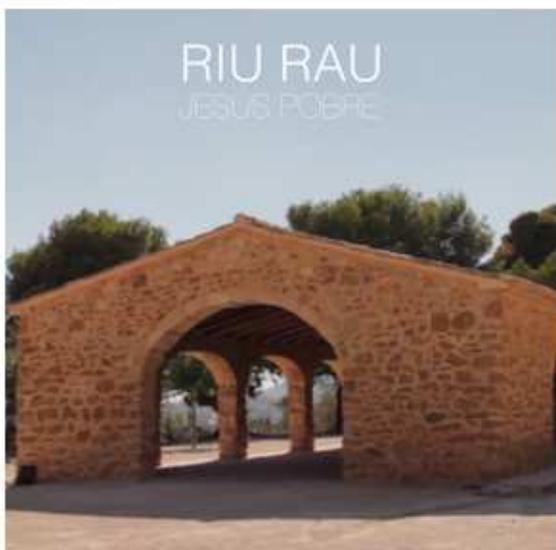
[READ MORE](#)



L'ESCALDÀ
JESUS POBRE

HISTORIA
L'ESCALDÀ

[READ MORE](#)



RIU RAU
JESUS POBRE

HISTORIA



DÉNIA SABORÉALA, HISTORIA
LA BODEGA MILENARIA
THE MILLENARY WINERY

[READ MORE](#)



CULTURA, DÉNIA SABORÉALA,
HISTORIA

LA PAELLA Y LA FIESTA
PAELLA & PARTY

READ MORE



DÈNIA SABORÉALA, HISTORIA
EL COMERCIO DE LA PASA
THE RAISIN TRADE

READ MORE



DÈNIA SABORÉALA, HISTORIA
PIONEROS DE LA GAMBA
ROJA



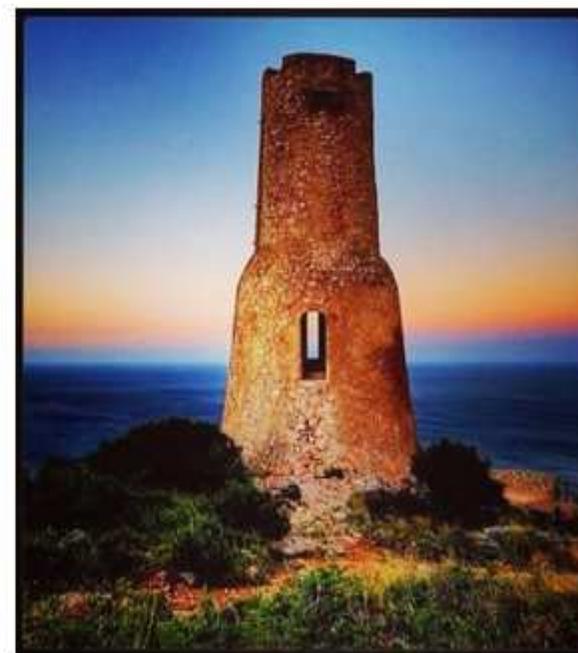
CULTURA, HISTORIA

RIURAUS DE LA MARINA ALTA
THE MARINA ALTA'S RIURAUS

El riurau es una construcción rural característica de la Marina Alta, cuya función estaba relacionada con la producción de pasa, principalmente para protegerla. The riurau...

READ MORE

READ MORE



HISTORIA

EL PARAÍSO CULINARIO
DANIYA
THE CULINARY PARADISE
DANIYA

READ MORE



Organización
de las Naciones Unidas
para la Educación,
la Ciencia y la Cultura

Oficina de la UNESCO en MONTEVIDEO

Oficina Regional de Ciencia para América Latina y el Caribe

UNESCO » Oficina de la UNESCO en Montevideo » Sobre la Oficina

A- A+

Sobre la Oficina

CILAC - Policy papers

Quiénes somos

Cómo trabajamos

Nuestra estrategia

Dónde ubicamos

Archivo de noticias

13.03.2017 - Oficina de la UNESCO en Montevideo

ABIERTA LA CONVOCATORIA 2017: Red de Ciudades Creativas de la UNESCO



La Red de Ciudades Creativas de la UNESCO fue creada en 2004 con el fin de fomentar la cooperación internacional entre las ciudades miembros para hacer de la creatividad un motor de desarrollo urbano sostenible, de integración social y de vida cultural.

Las 116 ciudades del mundo entero, provenientes de 54 países distintos que actualmente forman parte de esta creciente red, trabajan juntas para alcanzar un objetivo común: posicionar la creatividad y las industrias culturales en sus planes de desarrollo a nivel local y cooperar activamente a través de la asociación entre ciudades a nivel internacional.

La Red cubre **siete campos creativos**: Artesanía y Arte Popular, Diseño, Cine, Gastronomía, Literatura, Arte digital y Música.



¡SÍGUENOS!

Tweets por @UNESCO_es

UNESCO en español
retweetó

UNESCO Guatemala
@UNESCOgt

Firma de la Carta de Entendimiento de la 1era. [#EscuelaMOSTGuatemala](#). Lea y comparta nuestra nota de prensa: bit.ly/2su01A7



[Adherir a la Red](#) > [Convocatoria de candidaturas](#)

Convocatoria de candidaturas

¡Abierto el plazo para presentar candidaturas a la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO en 2017!

Si su ciudad desea unirse a esta Red en expansión, consulte los documentos a continuación y descubra lo que representa e implica convertirse en una Ciudad Creativa de la UNESCO.

Invitamos a las ciudades interesadas en formar parte de la Red a leer atentamente estos documentos antes de completar y enviar la candidatura.

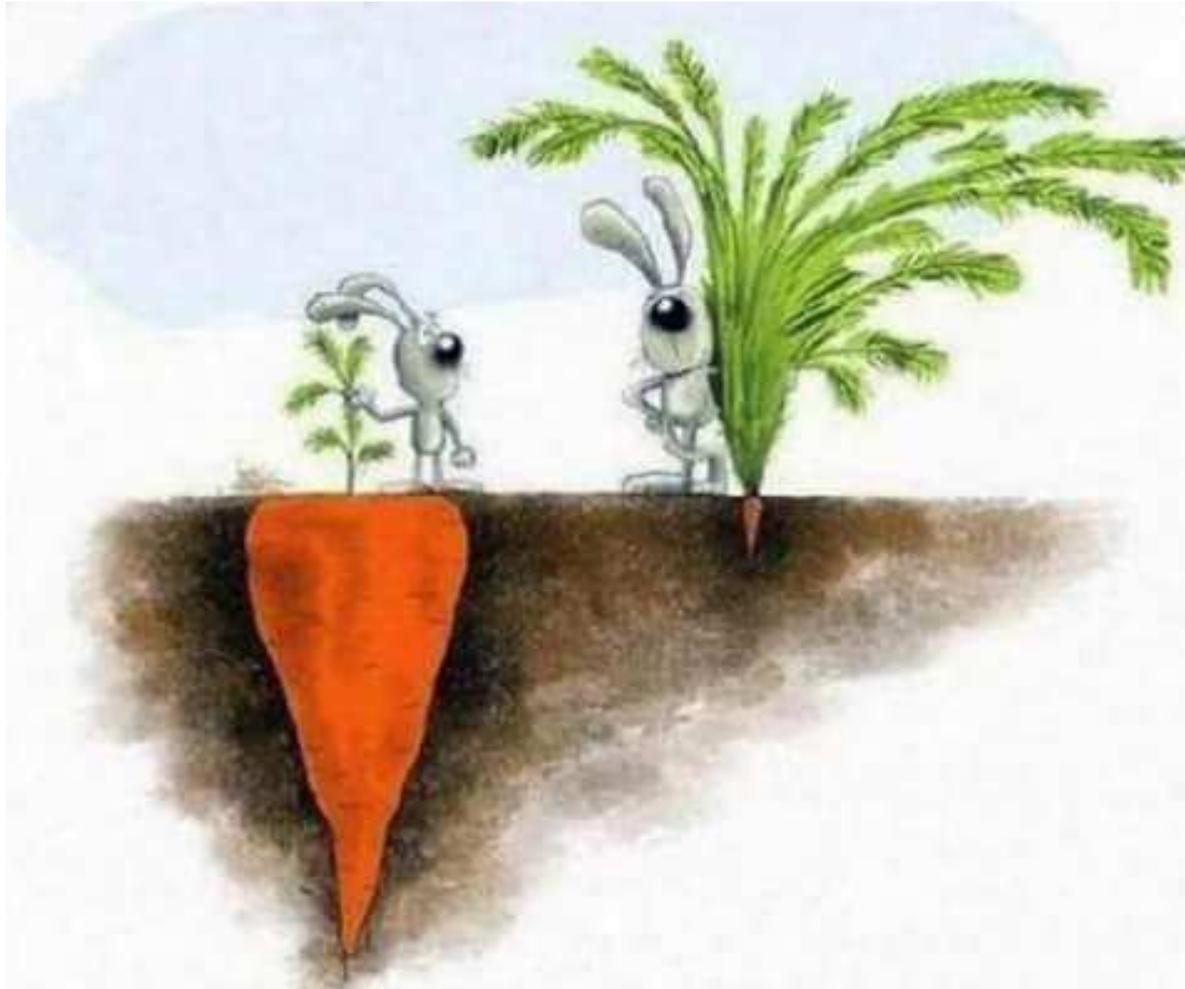
Para favorecer el equilibrio geográfico de la Red, por favor, tenga en cuenta que la convocatoria para la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO 2017 (UCCN, por sus siglas en inglés) propone un marco específico de colaboración para las ciudades candidatas de la región africana, actualmente subrepresentadas en la Red. Para saber más, por favor consulte los anexos 1 y 2 del Proceso de designación 2017.

Fechas clave:

Todas las candidaturas deben presentarse por correo electrónico dirigido a: ccnapplications@unesco.org, usar el formulario de candidatura 2017 disponible en este sitio web.



MENOS “POSE” Y MÁS “POSO”PRIMAR LO ÉTICO FRENTE LO *ESTÉTICO*



*“Estamos en plena cultura del envase (...) que
desprecia los contenidos”* Eduardo Galeano



Salvador Martínez Puche

Cargo: **Profesor asociado y consultor en comunicación publicitaria y branding.**

Entidad: **Departamento de Información y Documentación. Área de Publicidad y Comunicación Audiovisual. Universidad de Murcia.**

Doctorando en el programa Gestión de la Información y la Comunicación en las Organizaciones (Universidad de Murcia). Postgrado en Técnicas y Métodos Actuales en Información y Documentación. Postgrado en Comercialización de Productos Turísticos (UNED). Titulado en Dirección y Producción para Cine, Video y Televisión (Fundación Universitaria Iberoamericana, UPC y UPGC).



Luis Pablo Martínez Sanmartin

Cargo: **Inspector de Patrimonio Mueble.**

Entidad: **Servicio Territorial de Cultura en Alicante. Conselleria de Educación, Cultura y Deporte de la Generalitat Valenciana.**

Es Licenciado en Geografía e Historia (especialidad Historia Medieval) y DEA en Historia Moderna por la Universidad de Valencia, DEA en Historia del Arte por la Universidad de Murcia y Máster universitario en Mediación y Gestión del Patrimonio en Europa por la UNED. Desde 1998 es inspector de patrimonio mueble de la Dirección General de Patrimonio Cultural Valenciano

**La Economía Creativa como oportunidad para el desarrollo local, no exenta de riesgos.
Complicidades, *branding*, redes y buenas prácticas**

FOCUS PYME

Alicante, 24 de octubre de 2017

Salvador Martínez Puche

Departamento de Información y Documentación

Universidad de Murcia