

Empresas y mercados de las ICC

Área temática 3

Contexto

El área temática (AT) la desarrolló entre junio y noviembre de 2023 un grupo de trabajo central en el que los participantes definieron las líneas de trabajo y compartieron su experiencia para preparar un CWF24 innovador y fructífero. En esta AT3, el grupo de trabajo principal estaba formado por:

- **Entidad coordinadora:** Basque District of Culture and Creativity (BDCC) [Distrito Cultural y Creativo de Euskadi]
 - Jokin Garatea, Coordinador del BDCC
 - Itziar Vidorreta, jefa de proyectos del BDCC
 - Sandra Barrio, jefa de proyectos del BDCC
- **Conferenciante principal:** Pascal Cools, director general de Flanders DC
- **Casos seleccionados del AT3:**
 - DISCE - Valeria Pica (Europa)
 - Centro Tartu para Industrias Creativas - Külli Hansen (Estonia)
 - Stichting Theater Artemis - Annemiek de Goey (Países Bajos)
 - Laboratorio Cultural para el desarrollo - Deena Ossama (Egipto)
 - WinWinner - Stig Van Peer (Bélgica)
 - Programa de apoyo a creadores de empresas innovadores - Bas Sturm (Bélgica)
 - Motmo.pro - Bruno de Zabala (País Vasco)

Tras un contraste y debate, se plantearon tres retos para esta AT3, simplificando así los propuestos inicialmente.

Reto 1. Cocreación de servicios

Reto 2. Mercados locales y globales

Reto 3. Inversión de capital privado

En relación con el reto 1, se debatieron los temas de la incubación de empresas, los programas de aceleración y el valor de la creatividad. En cuanto al reto 2, la internacionalización, la cooperación y las hojas de ruta de desarrollo fueron los principales factores que se tuvieron en cuenta tanto en los mercados locales como en los globales. Además del punto lógico de encontrar formas de acceder al capital privado, en la definición del reto 3 se incluyeron las partes privadas y los inversores corporativos en proyectos culturales.

Una vez definidos los retos, se establecieron también los criterios que debían cumplir las experiencias finalmente seleccionadas, y los miembros del grupo investigaron para encontrar experiencias



internacionales que abordaran los retos y cumplieran esos criterios, haciendo especial hincapié en que abarcaran un amplio abanico de zonas geográficas.

El AT3 recibió un total de 27 propuestas de proyectos. Para garantizar la objetividad, los miembros evaluaron los proyectos (en los que no habían participado directamente) utilizando la herramienta de matriz de evaluación. Los proyectos mejor valorados y los sustitutos se compartieron con todo el grupo de trabajo y se llegó a un acuerdo.

Para favorecer el criterio de la geografía, el equipo coordinador y el jefe de proyecto decidieron buscar un proyecto que no estuviera en la lista propuesta. Además, cabe destacar que algunos de los proyectos surgidos en el seno de este grupo de trabajo se compartieron con otros, debido a la transversalidad del tema de empresas y mercados. Por lo tanto, se decidió incorporar el proyecto en esta AT, ya que estaba en consonancia y ya había suficientes buenos ejemplos en las otras AT.

Como resultado, se han puesto en marcha / completado seis proyectos internacionales y uno del País Vasco, como región anfitriona. Dos proyectos abordan el primer reto, tres, el segundo, y otros dos, el tercero. Por último, se celebró una reunión virtual en la que los representantes presentaron sus proyectos al grupo de trabajo, confirmando su voluntad de asistir al evento en persona, así como de colaborar, crecer y crear sinergias, que son los principales resultados de la organización del CWF24.

En cuanto a los **resultados esperados** del AT3 sobre empresas y mercados de las ICC, se definieron del siguiente modo:

Acelerar la creación y el reconocimiento de las empresas ICC en los mercados locales y globales, mediante la aplicación de iniciativas o servicios pertinentes para estimular la monetización, la sostenibilidad y el enriquecimiento mutuo.

- Identificar nuevas oportunidades de colaboración entre estudios de casos, participantes y estudiantes.
- Determinar cómo acelerar la creación y el reconocimiento de las empresas ICC.
- Identificar las formas en que las ICC pueden introducirse en los mercados locales e internacionales.
- Identificar nuevas oportunidades de inversión privada.





1. Resultado esperado 1

Determinar cómo acelerar la creación y el reconocimiento de las empresas ICC.

Equipo 1

Identificación de propuestas

Todas las propuestas

- Alianzas y colaboraciones inteligentes.
- Reunir diferentes redes.
- Establecer un vínculo entre las escuelas de negocios y las escuelas de arte.
- Más estudios de mercado y casos de éxito de las ICC.
- Métricas mixtas.
- Compartir más conocimientos utilizando una plataforma de ICC.
- Reconocimiento para la sociedad.

Principales propuestas

1. **Formación y educación:** Creación de un entorno formativo y educativo en el que los departamentos empresariales y las ICC o academias de arte puedan compartir conocimientos e información, que permita a los empresarios comprender cuáles son los principales problemas que hacen que los profesionales creativos no se den cuenta de que son empresarios, y que permita a los futuros empresarios conocer mejor las ICC.
2. **Plataforma del ecosistema de las ICC:** Creación de un ecosistema destinado a compartir conocimientos, información de mercado y estudios de casos de ICC de éxito. Este ecosistema debe desarrollarse a través de una plataforma en la que la sociedad, los responsables políticos, los estudiantes y los profesionales puedan compartir activamente buenas y malas prácticas.

Equipo 2

Identificación de propuestas

Todas las propuestas:

- Actos: Foros para conectar diferentes perfiles, realidades y proyectos. Medios de comunicación: serie de televisión de un grupo de jóvenes, creación de una ICC.
- Incubadoras, aceleradoras y programas de creación de empresas para perfiles ICC.
- Trabajo en red: Una red supranacional de embajadas culturales y creativas. Un lugar para promover el reconocimiento y ayudar a otras empresas.

Principales propuestas

1. **Actos:** Foros que conectan diferentes perfiles, realidades y proyectos. Un acto mundial de este tipo puede ser un acontecimiento único en el que pueden participar diferentes culturas, diferentes personas y diferentes perfiles de todo el mundo.
2. **Incubación para las ICC:** Incubadoras, aceleradoras y programas para que los perfiles de las ICC creen empresas. Consiste en proporcionar a los creativos conocimientos empresariales a lo largo de un periodo superior a tres o seis meses, de modo que se adapte a ellos, para que puedan crear empresas y decidir cómo proceder como emprendedores, convirtiendo así a los creativos en empresarios.
3. **Trabajo en red:** Una red supranacional de embajadas culturales y creativas. Un lugar para promover el reconocimiento y ayudar a otras empresas.



2. Resultado esperado 2

Identificar cómo podrían introducirse las empresas de las ICC en los mercados locales y globales.



Equipo 3

Identificación de propuestas

Todas las propuestas

- Conocimientos limitados.
- Falta de inversión privada.
- Baja retribución.
- Falta de ambición empresarial.
- Una base de datos de empresas emergentes e inversores para establecer contactos.

Principales propuestas

1. **Servicio central:** Crear un servicio central de asesoramiento que ponga en contacto a las entidades de las ICC con grandes instituciones y oportunidades de financiación, al tiempo que les deje más tiempo para centrarse en la planificación estratégica.
2. **Grupo de presión internacional de las ICC:** Creación de un grupo de presión internacional para generar confianza y resolver la falta de políticas.
3. **Laboratorio viviente:** Creación de un laboratorio viviente para compartir conocimientos, asesoramiento financiero y ayuda práctica (algo parecido a un centro de negocios).

Equipo 4

Identificación de propuestas

Todas las propuestas

- Apoyar el crecimiento de artistas locales emergentes para implicarlos o conectarlos con empresas afines.
- Organizar actos o formularios para reunir a las partes interesadas y facilitar una red más accesible.
- Sobre la distribución: trabajar de manera conjunta con socios estratégicos que colaboran en la distribución.
- Apoyo B2B: Mentorías, puesta en contacto, etc. entre distintas naciones para acceder a los mercados internacionales.
- Actividades de exhibición internacional para facilitar nuevas oportunidades de negocio.
- Legislar mejor.
- Una mejor colaboración intersectorial ayudará a detectar oportunidades.
- Foros digitales para conectar a los emprendedores en el ámbito de las ICC.
- Cambiar la idea errónea de que las ICC están en el último lugar.

Principales propuestas

1. **Conectividad y exposición de las empresas:** Creación de una plataforma que pueda fomentar una mejor exposición y colaboración entre los mercados, en particular los mercados globales del sector, y que opere tanto digital como físicamente. Esta plataforma podría utilizar la tecnología en el ámbito de los servicios de traducción para eliminar los problemas relacionados



con la lengua, así como las barreras sociales o culturales que puedan inhibir la comunicación internacional y global.

- 2. Actos de puesta en contacto:** Hay que mejorar la colaboración para obtener financiación y socios. Esta solución se centra en la creación de oportunidades de puesta en contacto entre mercados, lo que permite el intercambio de información y el apoyo mutuo, así como la identificación de oportunidades relevantes a escala internacional o local.
- 3. Apoyo y proceso de validación para nuevas empresas:** La investigación, el desarrollo y la innovación deben integrarse de forma más tangible en las industrias creativas. Las ICC deberían normalizar estos procesos como hacen en otros sectores. Normalización del acceso al tiempo y a los recursos para emprender una investigación, un desarrollo y una innovación más completos que ayuden a validar las soluciones antes de llevarlas al mercado con el fin de establecer su adecuación al mercado y su viabilidad.

Equipo 5

Identificación de propuestas

Todas las propuestas

- Geoanálisis de las zonas más problemáticas y necesitadas.
- Financiación privada.
- Más poder para el metaverso y las nuevas tecnologías.
- Relaciones públicas y plataformas mediáticas.
- Necesidad de ubicaciones físicas.
- Una plataforma orgánica descentralizada. Separarse de plataformas como Meta.

Principales propuestas

- 1. Educación para las ICC:** La educación es esencial para ayudar a las personas a poner en marcha, desarrollar y hacer crecer sus proyectos de ICC. Una organización central o unidad educativa comparte conocimientos teóricos y prácticos, y también puede proporcionar una lista de comprobación de lo que hay que hacer antes de empezar, y los requisitos específicos para que una ICC tenga éxito.
- 2. Plataforma descentralizada para las ICC:** Una plataforma descentralizada para que las ICC se presenten al mundo y que las permita interactuar con las personas, pero sin que un único gran actor defina el panorama, como ocurre hoy en día. Centralizada, pero no monopolizada. Un enfoque de innovación sostenible y creativo en lugar de uno orientado a los beneficios.
- 3. Red de colaboración:** Una red de colaboración en la que emprendedores, inversores, particulares, creadores y gobiernos trabajen juntos para innovar de forma sostenible e implementar la creatividad en el proceso de innovación. Esta red también puede utilizarse para encontrar financiación. Además, la red puede organizar actos tanto físicos como virtuales para reunir a personas que comparten la pasión por la creatividad y el deseo de hacer negocios y crear empresas a partir de la innovación cultural.



3. Resultado esperado 3

Identificar nuevas oportunidades de inversión privada.

Equipo 6

Identificación de propuestas

Todas las propuestas:

- Ayudar a las (grandes) empresas a establecer una reputación positiva.
- Más anunciantes que deseen que su nombre se asocie a una iniciativa o producto.
- Promoción extra para clientes.
- La presentación de credenciales de inversores anteriores (públicos y privados).
- Inversión en datos (información).
- Los clientes pagan por adelantado (a modo de préstamo).
- Descuento como interés.
- Personas individuales.
- Vender las plazas antes de que existan.
- Los inversores invierten en un proyecto y no en una empresa.
- Pequeños inversores informales para crear una cartera de inversores en lugar de uno o dos grandes inversores.
- Implicar en el proyecto a personas ricas o famosas. Dinero inteligente.
- Acciones (aspecto positivo de tener más participación real, aspecto negativo de perder acciones).

Principales propuestas

1. **Dinero por reputación:** Una gran empresa interesada en invertir en el proyecto porque le ayudará a consolidar su reputación. Debido a que el sector creativo suele trabajar en proyectos muy interesantes, tiene en esto una ventaja. Proyectos que puedan implicar sostenibilidad o que sean beneficiosos para la sociedad. De forma que las empresas quieran relacionarse con ello para labrarse una reputación que les beneficie, por ejemplo, en el ámbito de los recursos humanos o en general.



2. **Dinero por datos:** A las empresas les interesan mucho los datos. Los profesionales de las ICC pueden desarrollar atractivos productos o servicios gratuitos para los usuarios en los que se recojan datos interesantes. Estos datos se pueden monetizar si se venden a empresas interesadas.
3. **Dinero por dinero:** Los inversores invierten en un proyecto, no en una empresa. A medida que ganan acciones, su compromiso se hace más fuerte.

Equipo 7

Identificación de propuestas

Todas las propuestas:

- Reducción de costes: uso de nuevas tecnologías y optimización del proceso de trabajo.
- Financiación: fondos públicos y privados.
- Inversores privados e informales.
- Financiación colectiva.
- Otras partes solidarias.
- Amigos y familiares.
- Concursos, certámenes y premios.
- Publicidad: acuerdos publicitarios exclusivos y acuerdos de colaboración/patrocinio.
- Innovación abierta.
- Mentoría.
- Aumentar los resultados: mejorar la productividad y atraer nuevos o mejores clientes.
- Identificar nuevas oportunidades de inversión privada.
- Servicios de suscripción con servicios de contenidos adicionales.
- Membresía VIP.
- Contactos VIP para establecer contacto con otras personas y controlar el negocio.
- Obtención de recursos.
- Colaboraciones con proveedores.
- Ganar para ganar.
- Intercambio de cosas, tiempo, servicios y lugares.
- Servicio de reciclaje de cosas viejas por comercio electrónico para la red de inversión.
- Gestión de derechos (como acciones que pueden recomprarse) por participaciones en el capital.
- Blockchain.
- NFT.
- Criptomonedas.

Principales propuestas

1. **Una plataforma europea para la inversión en las ICC:** Creación de una plataforma europea para mostrar proyectos y empresas nacientes a inversores, bancos y el público en general, y crear una conexión entre ellos. Esto puede conseguirse de forma virtual, pero también organizando visitas presenciales a empresas creativas, talleres y creadores para encontrar oportunidades de financiación.
2. **Una clase magistral de negocios para creativos:** Les resulta difícil vender sus proyectos a los inversores. Por lo tanto, sería útil que les enseñáramos a presentar sus proyectos a los



inversores privados y a hacerlos atractivos para ellos. Además, necesitan a alguien que les ayude a comunicarse con los inversores, así como algunos cursos de redacción y plantillas para que sus presentaciones resulten atractivas a los inversores y otras entidades financieras. Para garantizar el éxito de sus proyectos de ICC, los modelos empresariales, la exportación y la gestión de proyectos son también temas clave.

Equipo 8

Identificación de propuestas

Todas las propuestas

- Los inversores públicos ven el valor.
- Mentoría para inversores.
- Devolver la inversión pública tiene límites para las grandes empresas.
- Provisión de espacios gratuitos o más baratos para empezar.
- Impartición de cursos a bancos, inversores y contables.
- Formación en el sector de las ICC para invertir.
- Visitas presenciales para establecer relaciones entre ambas partes y comprender las responsabilidades de cada una.
- Menos impuestos y ayudas espaciales.
- Hay que replantearse la ley sobre DPI.
- Reducciones fiscales sobre las inversiones en ICC.
- La ICC debería contar con una agencia de DPI.

Principales propuestas

1. **Gestión de derechos:** Podemos tokenizar los derechos de nuestros proyectos, canciones, actuaciones, materiales, etc. con la ayuda de las nuevas tecnologías (blockchain, NFT, etc.). Esto no es solo para las grandes empresas o los ricos. Incluso es posible que el artista recompre los derechos en el futuro. De este modo, también se crearía un segundo mercado de derechos.
2. **Membresía VIP:** Se trataría de una suscripción a servicios exclusivos. Sin embargo, la finalidad no es obtener un producto o servicio, sino formar parte de la vida artística de una persona o participar en un proyecto.



4. Las 3 ideas principales del AT3.

1. **Una embajada de las ICC:** Se ha propuesto la creación de una red supranacional de embajadas culturales y creativas para acelerar la creación y el reconocimiento de las empresas ICC. Se trata



de un lugar donde se promueve el reconocimiento y se ayuda a las empresas relacionadas con las ICC de cualquier parte del mundo.

2. **Centro de servicios compartidos:** Crear un servicio central de asesoramiento que ponga en contacto a las entidades de las ICC con grandes instituciones y oportunidades de financiación, al tiempo que les deje más tiempo para centrarse en la planificación estratégica.
3. **Vender tu historia y establecer una plataforma de inversión internacional:** A los creadores se les da muy bien centrarse en sus proyectos creativos, pero no necesariamente venderlos. Estaría bien ayudar a estas personas a aprender a vender sus proyectos a los inversores y a hacer que sus historias resulten atractivas para ellos. Una vez que las ideas de los creadores estén bien preparadas, podrán presentarlas en esta plataforma internacional y multinacional, o al menos europea, para mostrar los proyectos a los inversores, los bancos y el público en general. Esto nos permitirá poner en contacto proyectos y empresas con inversores potenciales.

