

**Edna dos Santos-Duisenberg**  
**Ex-Jefa, Programa Economía Creativa, UNCTAD**  
**Conferencia de las Naciones Unidas**  
**sobre Comercio y Desarrollo**

The image shows the cover of the 'Creative Economy Report 2010'. It features a circular collage of various creative and cultural elements. At the top, a mannequin is dressed in a vibrant red and yellow striped outfit with a large, ornate hat. Below this, there are images of people in a workshop or studio, a person in a colorful, patterned costume, and several metallic, stylized human faces. The text 'CREATIVE ECONOMY' is prominently displayed in large, white, bold letters across the center, with 'Report 2010' written in a smaller font below it. The entire collage is set against a blue circular background that resembles a speech bubble or a stylized arrow pointing upwards.

**CREATIVE  
ECONOMY**  
Report 2010

**Economía Creativa y Transformación de la Ciudad**  
**Barcelona, España – Julio 2012**



## Resumen

- CER 2010 segundo informe que aporta la perspectiva de la ONU sobre el tema
- Nuevos conocimientos, más análisis y investigaciones, información actualizada del mercado por sectores y regiones, estadísticas de comercio para 2002-2008
- **Indicadores económicos actualizados y datos de comercio hasta 2010**
- Analiza el impacto de acontecimientos recientes: las consecuencias de la crisis financiera y la degradación ambiental
- Presenta 10 mensajes claves para facilitar la formulación de políticas
- Aporta evidencia que las industrias creativas es un de los segmentos más dinámicos de la economía mundial
- El CER-2010 disponible en Inglés <http://www.unctad.org/creative-programme>. Versión Español sendo traducida por una universidad en Chile

**La economía creativa una opción factible para promover desarrollo incluyente y sostenible**

---



## Antecedentes

- Durante la última década, la economía creativa se convirtió en un tema de actualidad en la agenda económica y de desarrollo internacional
- El primer CER-2008 ha atraído gran interés por parte de gobiernos, investigadores, círculos empresariales y practicantes. Encabeza la búsqueda de Google. El informe se convirtió en una referencia mundial
- El informe ha estimulado el debate político, más investigación, impacto positivo en la opinión pública, ha generado más publicaciones, conferencias, debates en las redes y los círculos educativos
- Un número creciente de gobiernos identificaron las industrias creativas como un sector prioritario en sus estrategias nacionales de desarrollo
- Muchas universidades adoptaron el informe y están revisando sus currículos para cursos en campos relacionados con las artes y la economía creativa

### Las motivaciones para el informe 2010

---



## Contexto Económico

- Lecciones desde la crisis apunta la necesidad de un rol más balanceado entre las **políticas de gobierno y el mercado** para hacer frente a los desequilibrios socioeconómicos
- Desde lo **global** hacia lo **local** – tener cuenta de la identidad, la diversidad cultural y las diferencias sociales, tecnológicas y económicas de cada país
- La recesión económica ha afectado el crecimiento económico, el empleo y el bien estar social
- G-20 esta substituyendo el G-8, los países emergentes están ganando espacio
- Los países emergentes sobrevivirán a la crisis con menos daños. El comercio y las inversiones Sur-Sur están promoviendo la recuperación económica
- Los sectores creativos basados en el conocimiento fueron más resistentes a los choques externos

**La recuperación económica sigue siendo frágil**

---



# La crisis financiera aun no esta superada

El ritmo de la recuperación mundial se desaceleró en 2011, el PIB mundial aumentó 3% en 2011 (3,9% en 2010), debido las bajas tasas de empleo y crecimiento en los países avanzados

El crecimiento ha sido más fuerte en los países emergentes liderados por China en razón de la expansión de la demanda sobre todo en los BRIC

El comercio mundial se recuperó con aumento de 14% en 2010, pero desaceleró con crecimiento del 9% en 2011. Los flujos mundiales de inversiones extranjeras alcanzaron \$ 1,5 trillones en 2011

Los déficit públicos han causado volatilidad en los mercados de divisas, presiones inflacionarias y tensiones en los mercados financieros y el comercio internacional

Las tensiones económicas y sociales: el estrés de la deuda en la zona del euro (Grecia, Irlanda, Portugal, España, Italia), EE.UU. (El movimiento Wall Street), la agitación política en Oriente Medio, y el impacto de las catástrofes naturales y provocadas por el hombre (Japón)

---



# Informe sobre la economía creativa - 2010

- Capítulo I: Concepto y contexto de la economía creativa
- Capítulo II: La dimensión de desarrollo
- Capítulo III: Análisis del funcionamiento de la economía creativa
- Capítulo IV: Hacia una evaluación basada en la evidencia
- Capítulo V: El comercio internacional y las industrias creativas
- Capítulo VI: La propiedad intelectual y la economía creativa
- Capítulo VII: Tecnología, conectividad y economía creativa
- Capítulo VIII: Políticas estratégicas para las industrias creativas
- Capítulo IX: Contexto político internacional de las industrias creativas
- Capítulo X: Lecciones y opciones para la formulación de políticas
- Anexos estadísticos:** Comercio mundial de bienes y servicios creativos
  - Base de datos de la economía creativa de la UNCTAD: perfil país
  - 45 casos ilustrativos aportando pragmatismo a los análisis



## Capítulo I : Concepto y definiciones

**La evolución de los conceptos y definiciones:** la creatividad, las industrias culturales, economía de la cultura, industrias creativas, economía de la experiencia , economía creativa, ciudades creativas, clusters creativos, clase creativa.

**Nuevos conceptos:** creative commons, creación colaborativa, ecología creativa

Principales motores de desarrollo de la economía creativa:

- la **tecnología** (la revolución digital, la innovación suave)
- la **demanda global** (la demografía: de los más jóvenes a los jubilados)
- el **turismo** (el 40% del PIB, los servicios recreativos y culturales)

**Múltiples dimensiones:** aspectos económicos, sociales, culturales y ambientales (sustentabilidad cultural, el consumismo ético)

**Naturaleza multidisciplinaria:** necesidad de políticas interministerial concertadas y instituciones eficaces

**La economía creativa esta liderando el crecimiento económico el empleo y el comercio en los países más avanzados**

---



## La economía creativa

- Un nuevo paradigma interrelacionando la **economía, la tecnología y la cultura**
- Genera **ingresos, empleo y innovación** así como **inclusión social, diversidad cultural y desarrollo humano**
- Abarca aspectos económicos, culturales y sociales que interactúan con los objetivos de la tecnología y el turismo
- Se trata de un conjunto de **actividades económicas basadas en el conocimiento** y que incorpora la dimensión de desarrollo por sus vínculos intersectoriales en los niveles macro y micro de la economía en general
- Se trata de una estrategia de desarrollo que requiere respuestas **políticas y acciones transversales innovadoras**

**En el corazón de la economía creativa se encuentran las industrias creativas**

(UNCTAD)



## Definición de las Industrias Creativas

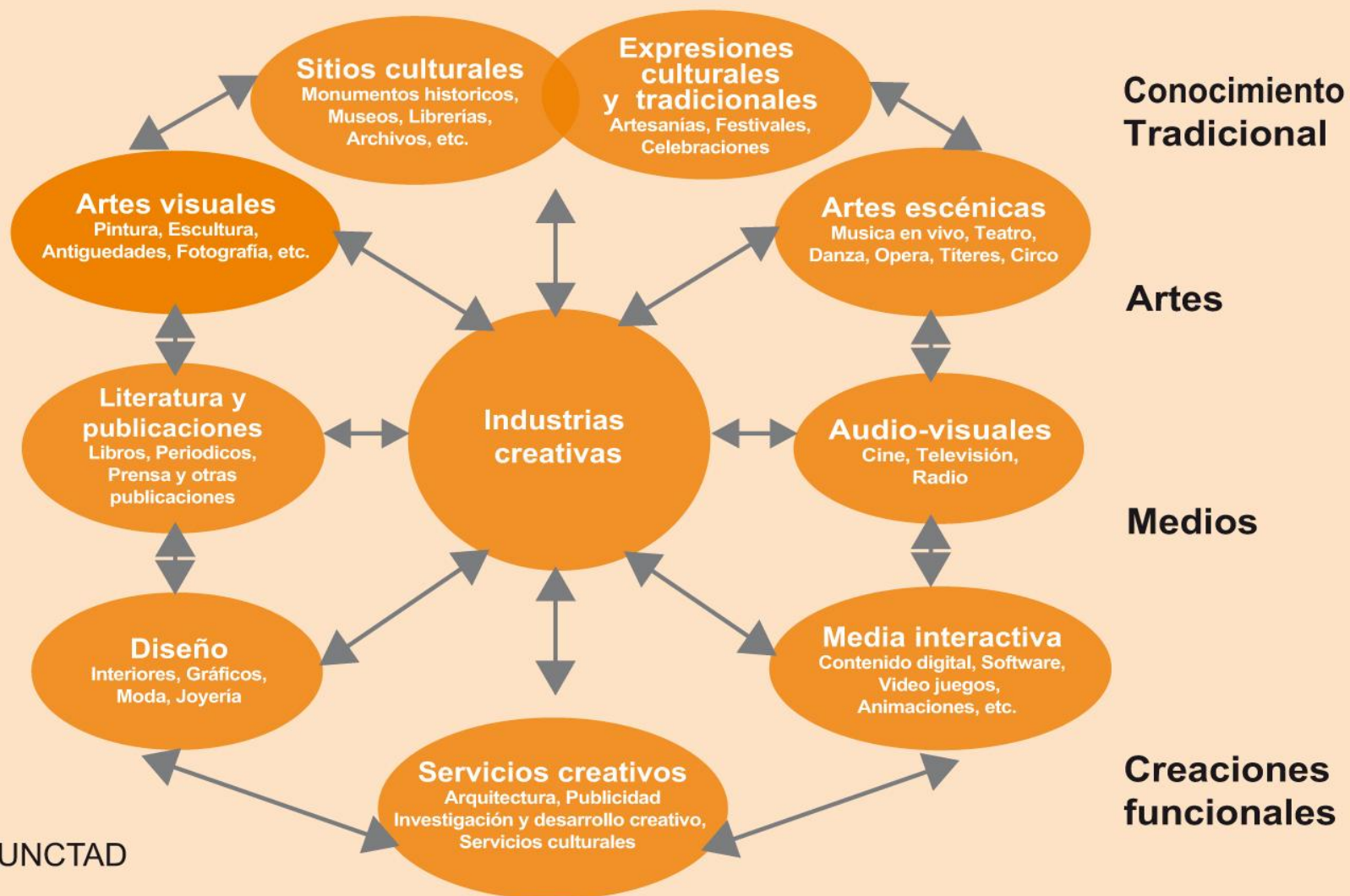
- Ciclos de creación, producción y distribución de bienes y servicios que utilizan la **creatividad y el capital intelectual** como principal insumo
- Incluyen los bienes **tangibles** y servicios **intangibles**, centrados pero no limitados en las artes, con **contenido creativo, valor económico y cultural y con objetivos de mercado**
- Capaz de generar ingresos a través del **comercio y los derechos de propiedad intelectual**
- Se sitúa en el cruce entre las **artes, servicios y sectores industriales**  
(UNCTAD)





Figura 1.3

Clasificación de la UNCTAD de las Industrias Creativas



Fuente: UNCTAD



## Las industrias creativas en los países desarrollados

Sector creativo con crecimiento mucho más rápido que los servicios convencionales y **cuatro veces más que las manufacturas**

Las industrias creativas contribuyen a la producción, valor agregado, empleo, innovación e ingresos, representan **el 2,5 - 6% del PIB en el área de OCDE**

En la **Unión Europea** representa el **3.5% del PIB** proporcionando empleos de calidad a más de **5 millones de personas - Agenda Europea 2020**

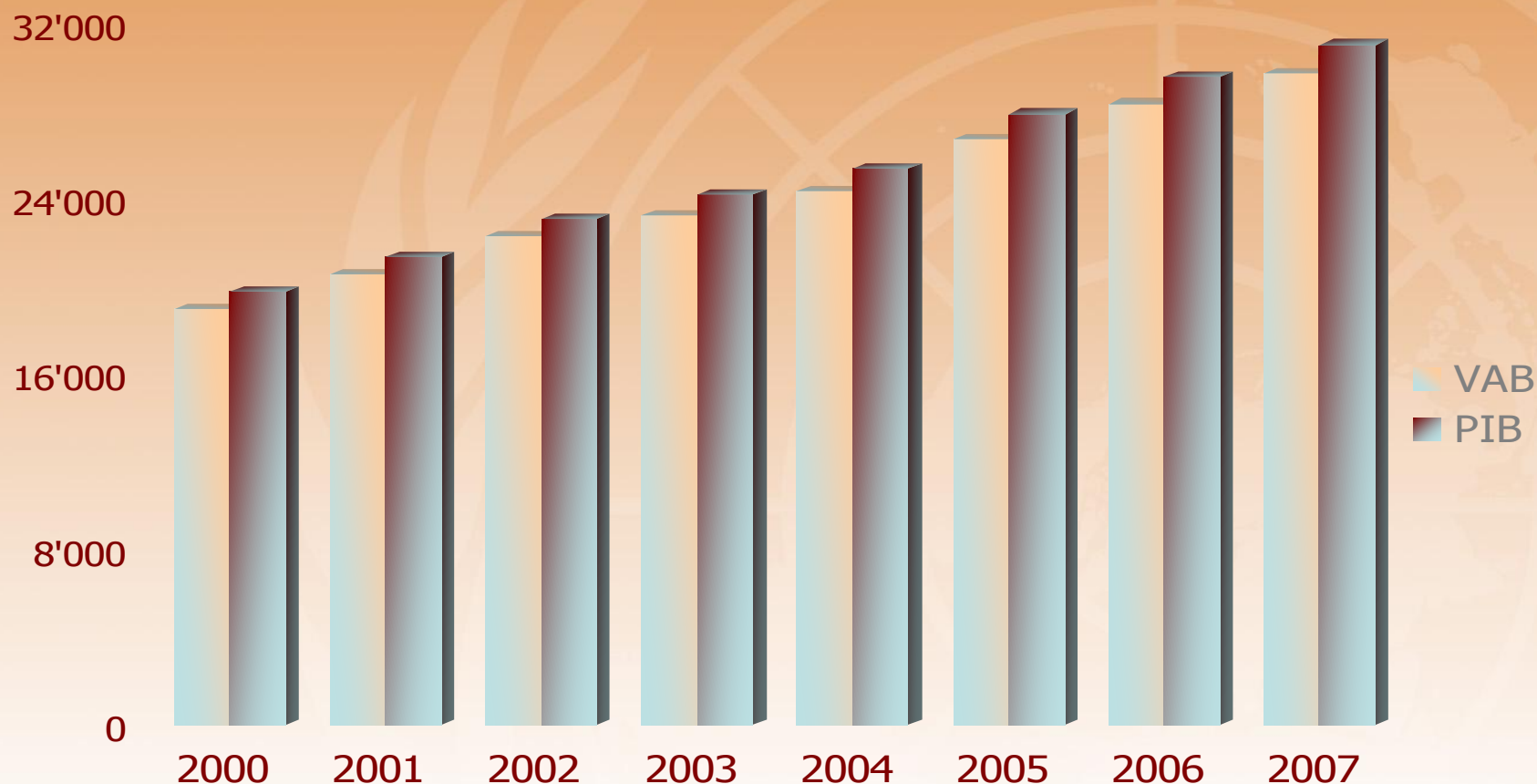
En 2007, las industrias creativas representaron el **6,4% de la economía de Estados Unidos**. Sector clave de exportación

En el **Reino Unido** representa **6,2%** de la economía con **crecimiento anual del 5%**, y el 4,5% del las exportaciones

---



## Evolución del VAB y del PIB de las actividades culturales



Fuente: Ministerio de Cultura. Cuenta Satélite de la Cultura en España



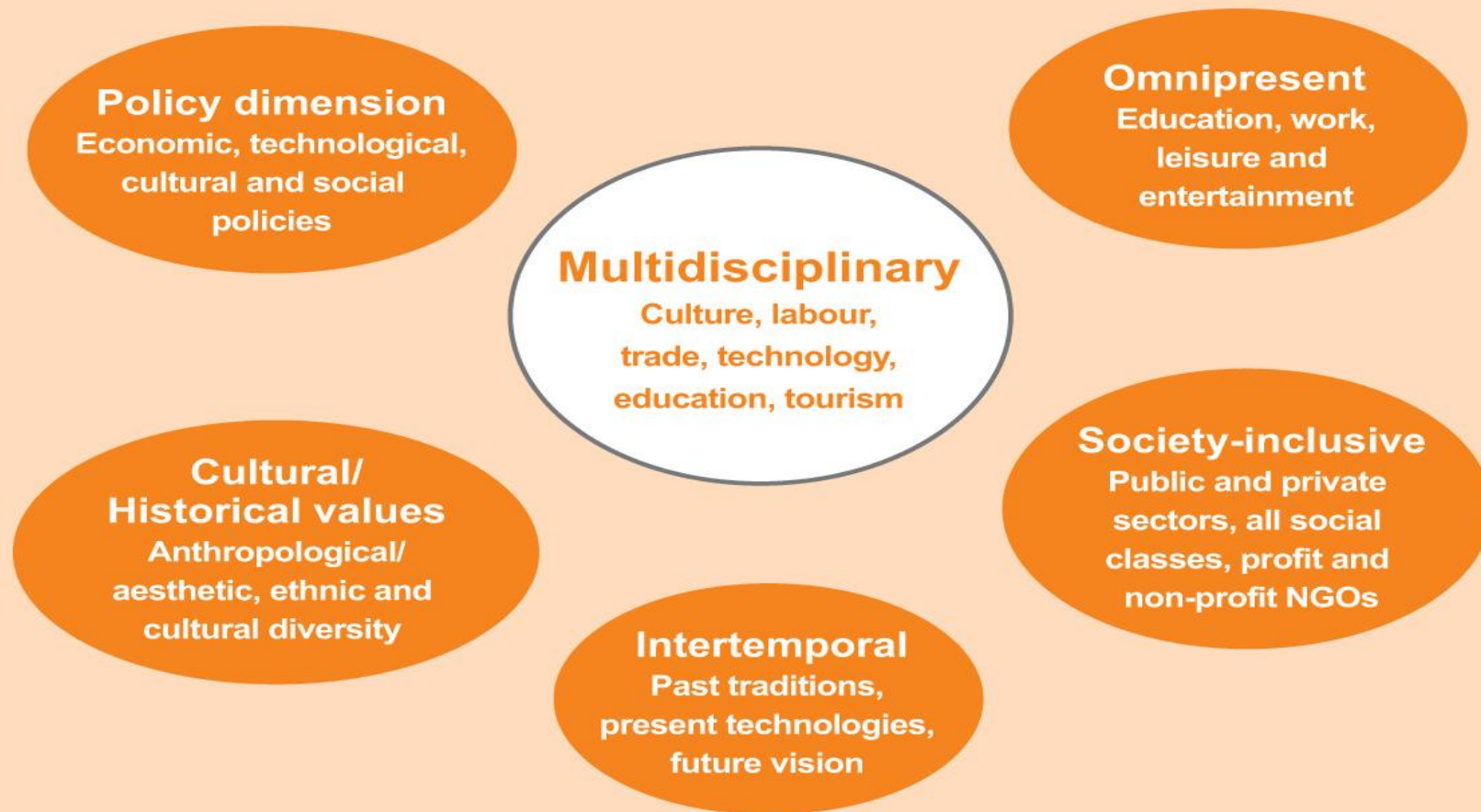
## La dimensión de desarrollo

- **Objetivos de Desarrollo del Milenio y la reducción de la pobreza (ONU)**  
La economía creativa contribuye a la consecución de 4 dentro de los 8 ODM (pobreza, educación, género, alianzas)
  - **Desarrollo integral:** centrado en el humano - **más allá de la economía** - engloba los aspectos culturales, sociales, tecnológicos y ambientales
  - **Prácticas creativas** a través de **procesos participativos**, las interacciones, la **colaboración, la creación de agrupaciones y redes. Los gobiernos solos no pueden resolver todos los problemas.** Necesita estructuras flexibles e incluyentes en procesos abiertos
  - **Conocimientos tradicionales, la cultura y la economía creativa:** canciones, danzas, folclore, fiestas ... los valores culturales que deben ser preservados en todos los países
  - **La economía creativa y la economía verde:** las industrias creativas son favorables al medio ambiente, su base es el conocimiento y la capacidad de crear productos más ecológicos así promoviendo el comportamiento ético: la moda ética, el turismo ecológico
-



Figure 2.1

## Development dimension of the creative economy



Source: UNCTAD (Dos Santos, 2006).



# La economía creativa en el mundo en desarrollo

**África:** sector fragmentado, predominio del sector informal, una oferta y capacidad comercial limitada. Los móviles y las redes sociales están abriendo oportunidades para la creación y el acceso a los mercados mundiales. La economía creativa y la reducción de la pobreza: Ghana, Nigeria, Malí, Senegal

**Asia:** liderado por China, los países de Asia han aumentado sus capacidades creativas y se benefician de la competitividad de sus productos. La economía creativa es sector prioritario en las estrategias de desarrollo de China, Indonesia, Malasia, República de Corea, Singapur y Tailandia

**Medio Oriente:** la economía creativa se convirtió en un sector clave para diversificar las economías y atraer grandes inversiones, principalmente en los Emiratos Árabes Unidos. Países con fuerte tradición cultural están mejorando sus economías creativas como Turquía, Egipto y Líbano

**América Latina:** las políticas se están formando más a partir de ciudades y autoridades municipales. El enfoque de las **ciudades creativas** está ganando impulso: Argentina, Brasil, Colombia, Chile, Guatemala y El Salvador



## Capítulo III: Analizando la economía creativa

Necesidad de un análisis sistemático, de métodos y estadísticas fiables: indicadores económicos, sociales, tecnológicos y culturales

**Estructura organizativa:** predominio de las PYME y algunas grandes empresas transnacionales que trabajan a nivel internacional

**Análisis económico:** análisis de la cadena de valor, derechos de propiedad intelectual, el análisis entre la industria y de localización: clusters creativos, la teoría del contrato, la propiedad "nadie sabe"

**El poder de las redes sociales:** las redes sociales ayudan a las PYMEs creativas a participar de mercados mundiales y promover sus marcas: YouTube, Facebook, Wipedia, Twiter (más del 20% del tiempo en línea es visitando blogs y redes sociales)

**Roles compartidos:** las instituciones públicas, el sector privado, artistas independientes, "prosumidores" y las creaciones en colaboración

**Distribución y competencia :** la mayoría de los canales de distribución de productos creativos se rigen por las grandes multinacionales; estructuras oligopólicas en el cine, la música, los nuevos medios y los proveedores de servicios Internet

---



## Capítulo IV: Hacia una evaluación de la economía creativa basada en la evidencia

CER 2008 presentó una forma práctica de **medir y analizar la actividad de la economía creativa** aplicable a todos los Estados Miembros de la ONU

La UNCTAD hizo un **análisis comparativo universal**, basado en **datos oficiales disponibles para el comercio** de bienes y servicios creativos.

El modelo fue probado y utilizado en todo el mundo a través de **la base de datos mundial de la UNCTAD sobre la economía creativa**, sin costo adicional para los países, disponibles gratuitamente a través de Internet

**El CER 2010** presenta nuevas herramientas para la comparación y fiabilidad de las estadísticas de comercio - Guía del usuario para **perfiles de los países**

La UNCTAD analiza cuatro metodologías. Hoy **el comercio es la única referencia para una evaluación universal de la economía creativa** en los distintos países. El PIB no es la respuesta. Índice de creatividad?

UNCTAD **afino su lista de productos creativos**, proporciona datos adicionales para servicios creativos, amplió **el foco de análisis en el comercio Sur-Sur**

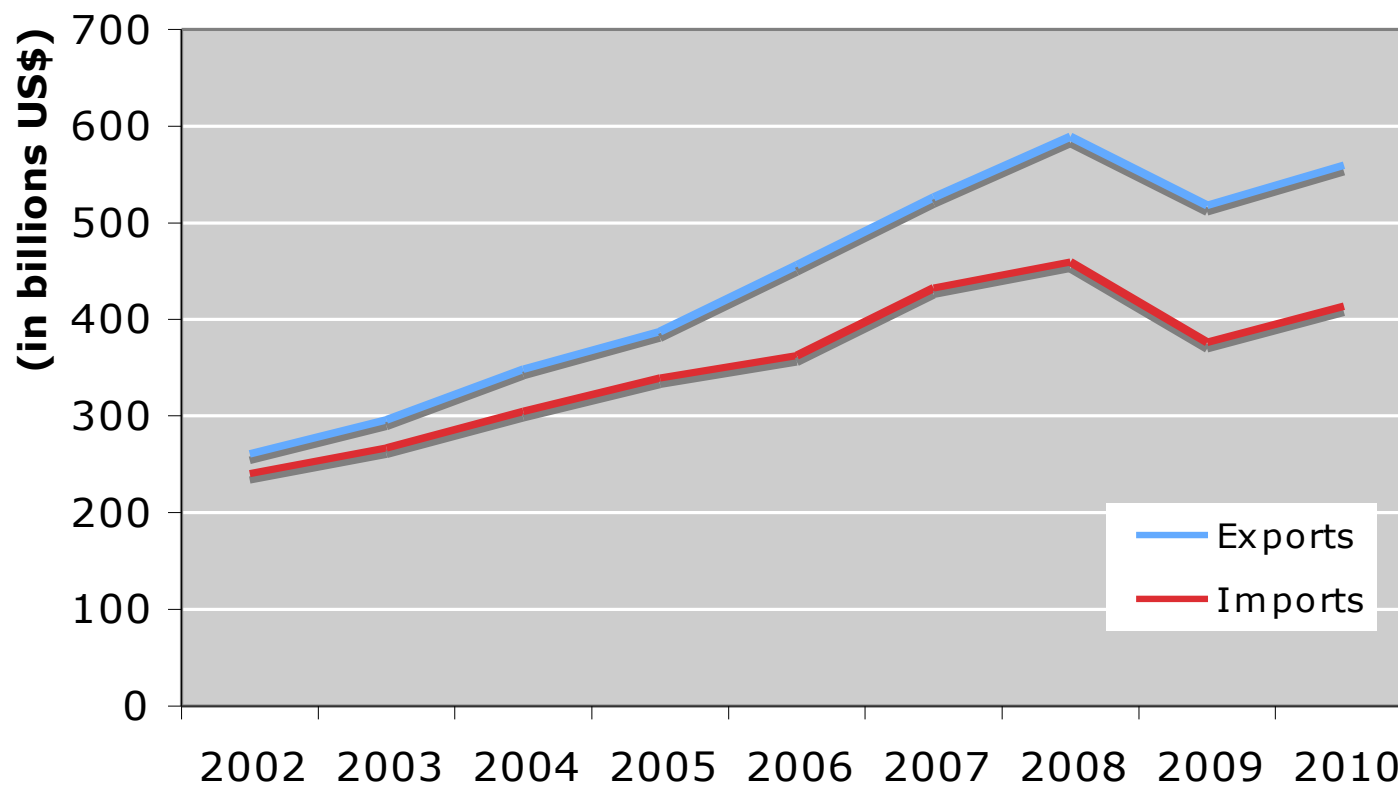
---



## Capítulo V: Comercio internacional de bienes & servicios creativos – Tendencias globales

- La sociedad contemporánea cada vez más dominada por imágenes, sonidos, textos y símbolos
  - Nuevo estilo de vida: la cultura, el ocio, las experiencias sociales y entretenimiento
  - A pesar de las turbulencias en la economía global, el mercado mundial de bienes y servicios creativos ha tenido un dinamismo sin precedentes en la década
  - El comercio mundial de bienes y servicios creativos fue de **559,5 mil millones dólares en 2010**. El comercio mundial de productos creativos más que duplicado en 8 años, creciendo a 10.7% durante 2002-2010
  - Servicios creativos han estado creciendo mucho más rápido con una tasa de crecimiento del 15% en comparación con el 8% de crecimiento anual de los bienes creativos durante 2002-2010
-

## World trade of creative industry (goods and services), 2002 - 2010





# Exportaciones de Europa alcanzó US\$150 billones en 2010

Table 5.3

Creative goods: Exports, by economic group and region, 2002 and 2010

Economic group and region	Value (in millions of \$)		Change (%)	
	2002	2010	2002	2010
<b>World</b>	<b>198,240</b>	<b>383,208</b>	<b>100.0</b>	
<b>Developed economies</b>	<b>123,169</b>	<b>196,142</b>	<b>51.2</b>	
Europe	91,515	149,520	39.0	
United States of America	17,051	32,049	8.4	
Japan	3,832	5,828	1.5	
Canada	9,253	7,011	1.8	
<b>Developing economies</b>	<b>73,890</b>	<b>184,044</b>	<b>48.0</b>	
Eastern and South-Eastern Asia	64,810	150,783	-	
China	32,323	97,754	25.5	
Western Asia	2,598	6,426	1.7	
Latin America and Caribbean	5,440	6,608	1.6	
Africa	733	2,368	0.6	
LDCs	85	416	0.1	
SIDS	61	134	0.0	
<b>Transition economies</b>	<b>1,181</b>	<b>3,022</b>	<b>0.8</b>	

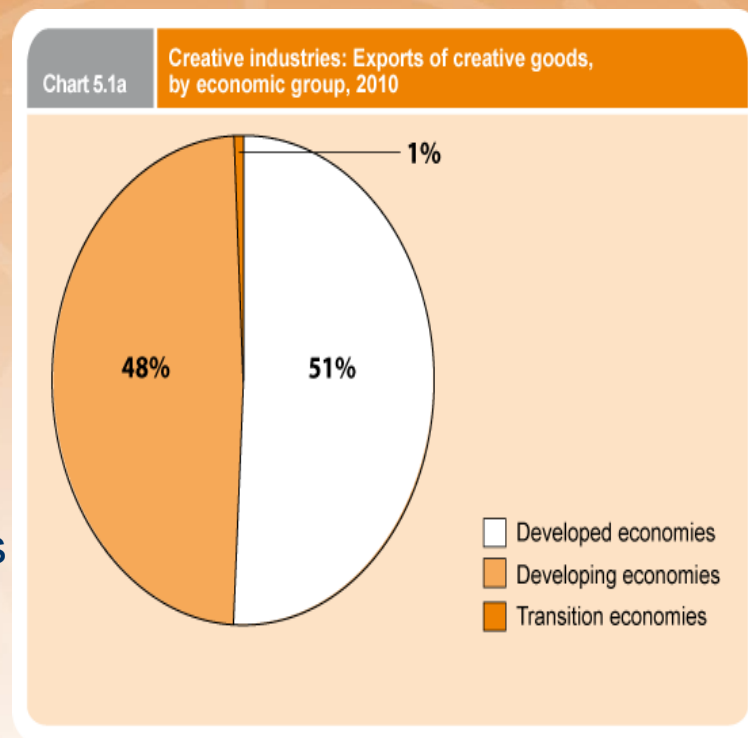


# Bienes creativos: Sur ganando terreno

## Servicios creativos: Norte domina

- Los países desarrollados lideran el comercio de productos creativos con **51% de las exportaciones de bienes creativos y 82% de los servicios creativos en 2010**
- Mientras que los **países en desarrollo** están ganando cuota en los mercados mundiales de bienes creativos, alcanzando **48% de las exportaciones mundiales en 2010**
- Este crecimiento refleja el aumento notable de la producción y el comercio de bienes creativos en China (cambio en la política de "hecho a creado" en China)

**China se mantuvo como el país líder en exportación mundial de bienes creativos en 2010 con una cuota de mercado de 25%**





# Industrias creativas : un sector dinámico del comercio mundial

Durante la última década, las industrias creativas surge como **uno de los sectores más dinámicos de la economía mundial**

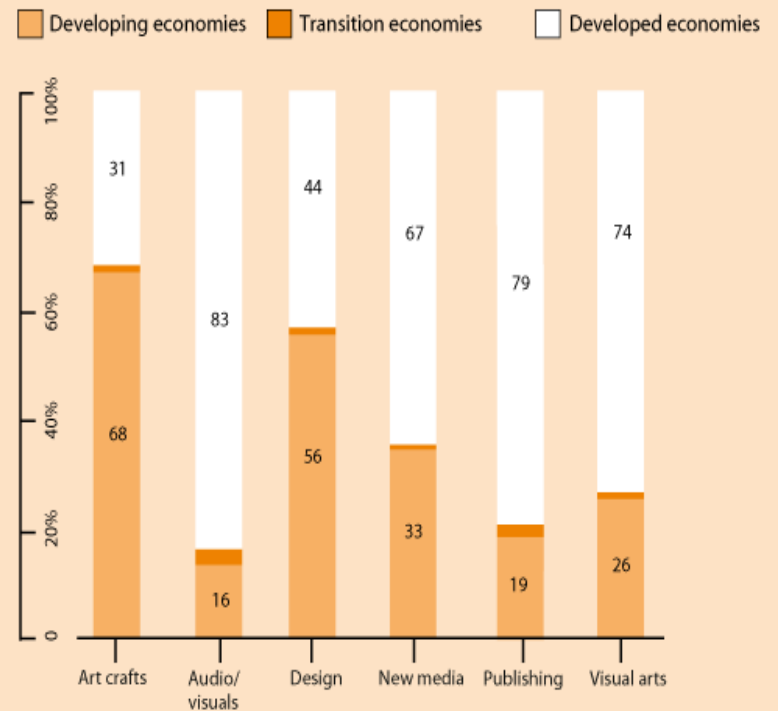
Todas las **regiones y los grupos económicos** de países fueron **beneficiados** con mayores ingresos de sus industrias creativas

Los **sectores de alto valor** son exportados principalmente por **países avanzados**

En 2010, los países de l'OCDE tuvieron circa de 80% para el **audiovisual, la música y la edición**, el **75% para las artes visuales**

Las **economías en desarrollo tienen el 68% del mercado de artesanías**, han aumentado sus cuotas de mercado en los **nuevos medios y diseño** circa de 55% del mercado en 2010

Chart 5.4b Share of economic groups in world exports of creative goods, 2010 (%)





# España exporto 5 billones de dólares en 2010

Table 5.6

Creative goods: Top 20 exporters worldwide, 2002 and 2010

<b>Rank</b>		<b>Value (in millions of \$)</b>		<b>Rank</b>	<b>Market share %</b>	<b>Growth rate %</b>
<b>2010</b>	<b>Exporter</b>	<b>2010</b>	<b>2002</b>	<b>2002</b>	<b>2010</b>	<b>2002 - 2010</b>
1	China	97,754	32,323	1	25.5	14.2
2	United States	32,049	17,051	3	8.4	9.8
3	Germany	28,362	14,306	5	7.4	10.5
4	China, Hong Kong SAR	27,748	23,356	2	7.2	3.1
5	Italy	23,322	16,502	4	6.1	4.9
6	United Kingdom	18,356	13,305	6	4.8	3.6
7	France	15,616	8,823	8	4.1	7.6
8	India	13,796			3.6	17.6
9	Switzerland	9,600	5,059	10	2.5	9.1
10	Netherlands	8,226	3,379	15	2.1	12.1
11	Belgium	7,554	5,348	9	2.0	4.3
12	Canada	7,011	9,253	7	1.8	- 4.1
13	Singapore	6,957	1,134	25	1.8	22.8
14	Japan	5,828	3,835	12	1.5	7.7
15	Thailand	5,434	2,896	17	1.4	8.1
16	Austria	5,397	3,578	14	1.4	5.4
17	Turkey	5,256	2,150	20	1.4	11.3
18	Spain	5,144	4,471	11	1.3	2.4
19	Poland	4,838	1,974	21	1.3	11.0
20	Czech Republic	4,575	1,465	24	1.2	16.5



# Balanza comercial de bienes creativos

**China, el mayor superávit comercial en bienes creativos** alrededor de \$90 billones en 2010 aunque sus exportaciones de servicios creativos fue solamente \$3 billones

Los **Estados Unidos**, por el contrario, registró un **enorme déficit comercial de US \$50 billones en 2010** en bienes creativos, pero un superávit en servicios creativos, sus exportaciones fueron de \$29 billones

En 2010 el número de exportadores de **Asia** en la lista de los 10 primeros incluyó la China, India y Tailandia

**Italia** tuvo el segundo mayor superávit gracias a su diseño. **Alemania**, ocupó el tercer lugar con mayores exportaciones

**No hay países de América Latina o África** presentes en la lista de los 10 primeros países con excedentes

Chart 5.7b Creative goods: Top 10 trade surplus and deficit countries in 2008



Source: UNCTAD, based on official data reported to UN COMTRADE database



# Los grupos económicos regionales en los mercados mundiales

**Europa continúa liderando el comercio de productos de la industria creativa.**

Exportaciones de la UE tanto de bienes y servicios creativos ha aumentado

**Asia se convirtió en la segunda región exportadora** en 2002, sus exportaciones de bienes creativos superaron a los de América del Norte

**ASEAN +3** tiene el **23% del mercado**, sus exportaciones alcanzaron **124 billones**

América del Norte **NAFTA** exporto bienes creativos \$43 billones en 2008

Mientras que los países del **MERCOSUR** tienen **menos del 1% de cuota de mercado mundial de productos creativos**

Los países **ACP** representan **menos del 1% del mercado mundial**

Table 5.9

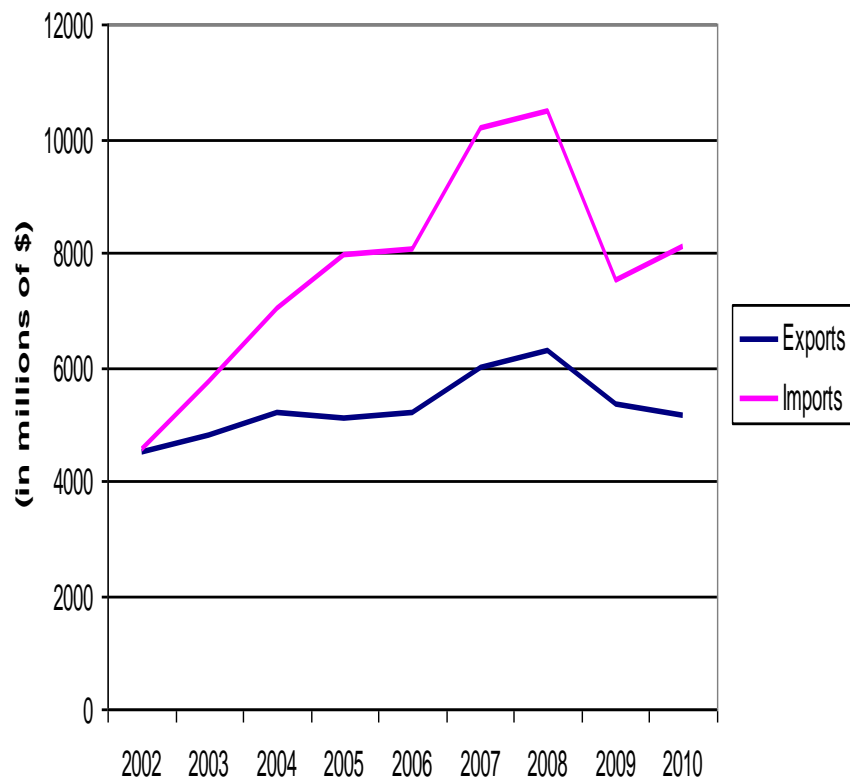
Creative goods: Exports, by regional economic group, 2002 and 2010

Regional economic group	Value (in millions of \$)		Market share (%)
	2002	2010	2010
<b>America</b>			
FTAA	31,796	46,746	12.20
NAFTA	30,083	43,081	11.24
MERCOSUR	967	1,191	0.31
<b>Asia</b>			
ASEAN (10)	5,870	16,972	4.43
ASEAN+3	45,216	124,545	32.50
<b>Africa</b>			
SADC	405	582	0.15
<b>Europe</b>			
EU (27)	86,139	139,606	36.43
<b>International</b>			
ACP	443	1,068	10.28
LDCs	85	416	0.05
SIDS	61	134	0.03

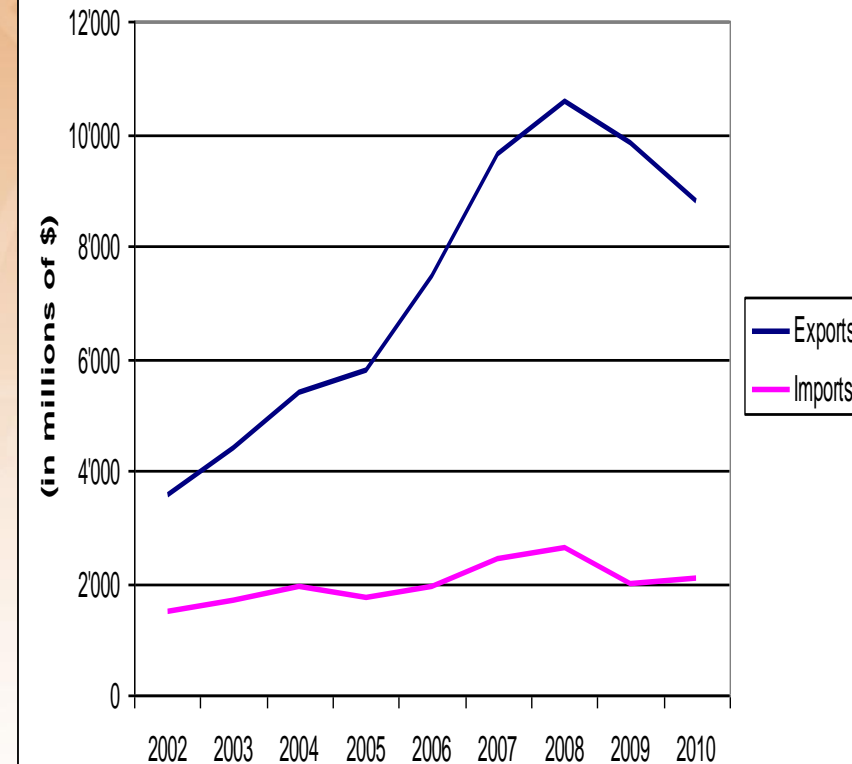


# La economía creativa aportó 14 billones para la balanza comercial de España en 2010

Spain Trade Balance on Creative Goods, 2002-2010

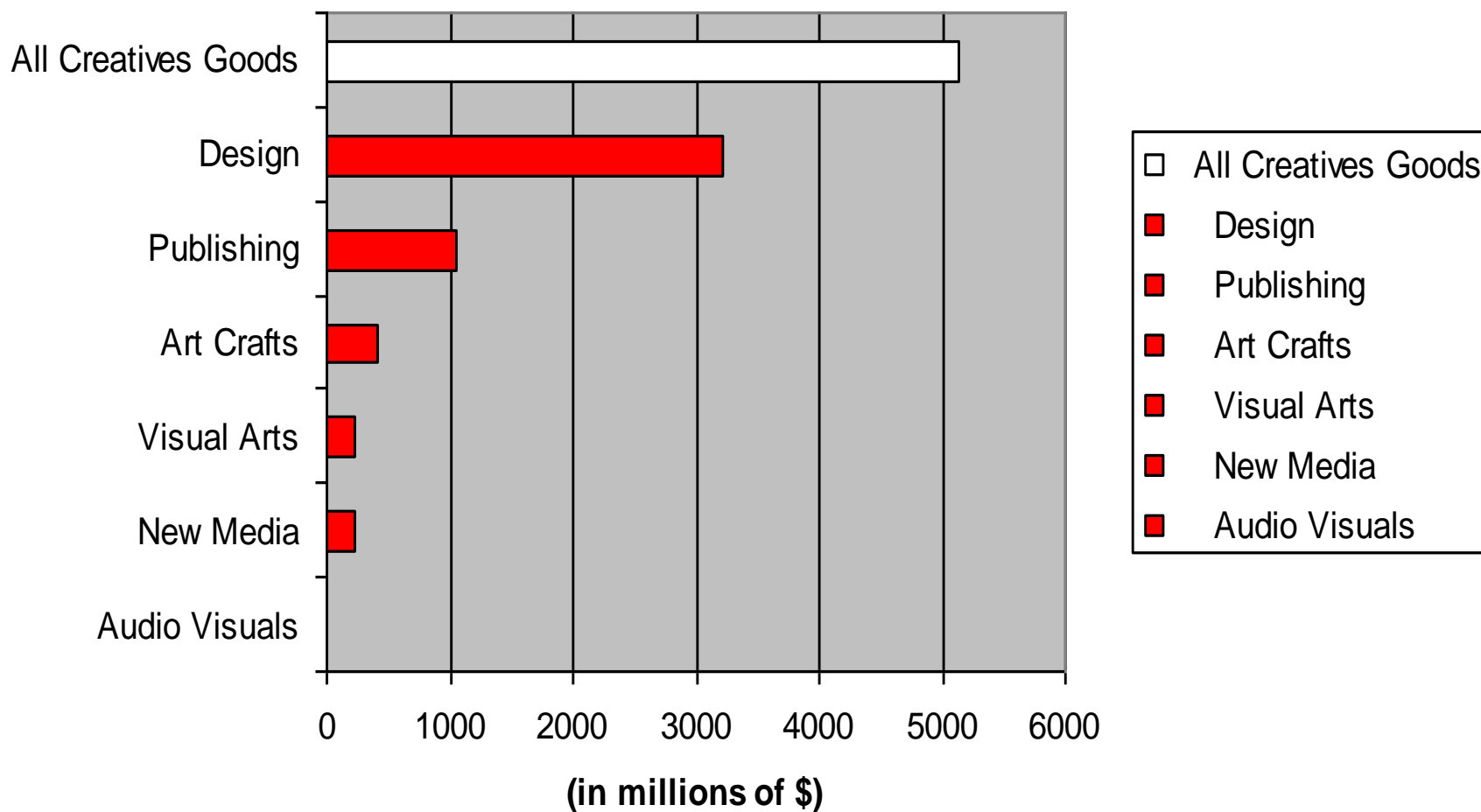


Spain Trade Balance of Creative Services, 2002-2010





Spain exports of creative goods, by product categories, 2010





# Servicios creativos en rápido crecimiento

Los servicios un componente clave en la dinámica de la economía creativa

Mientras que los servicios mundiales crecieron en un 13,5, **las exportaciones de servicios creativos tenían una tasa de crecimiento anual del 17% entre 2002 y 2010**

Arquitectura, servicios culturales y recreativos y de I + D fueron los sectores más dinámicos, y el audiovisual creció un 10% durante el período

Los **países desarrollados** representaron **el 83% de las exportaciones de servicios creativos**

Table 5.26 Reported exports of creative services, 2002, 2008 and 2010 (in billions of \$)

	All creative services	Advertising and related	Architectural and related	Research & Development	Personal cultural and recreational	Audio Visual	Other cultural
2002	62,358	8,843	18,786	12,763	21,966	13,680	2,128
2008	180,472	28,715	80,246	30,308	41,204	26,012	5,407
2010	176,365	29,940	74,689	31,278	40,458	25,817	4,263



# Capítulo VI: El papel de los derechos de propiedad intelectual en la economía creativa

**Derechos de propiedad intelectual:** área sensible diferentes enfoques y opciones políticas

**Derechos de autor:** si se maneja adecuadamente puede ser una fuente de ingresos para los países desarrollados y en desarrollo

Más **transparencia y mejor supervisión** necesario falta de datos sobre transacciones de derechos de autor

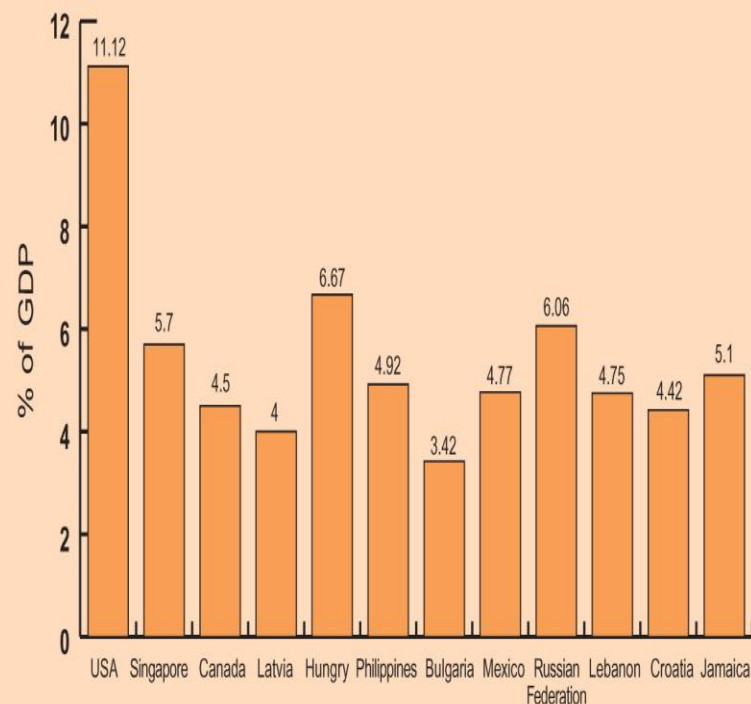
**Régimen de derechos de propiedad intelectual esta desfasado debe ser revisado** en acuerdo con las realidades de la era digital

Debate "**compartir x protección**" del conocimiento, de los contenidos creativos y el acceso a información

**Dominio público:** la protección de los **conocimientos tradicionales**, folclore y cultura

**Los tratados de Internet:** software libre, licencias creative commons, la gestión colectiva

Chart 6.1 Contribution of the creative industries to GDP





# Capítulo VII: La tecnología, la conectividad y la economía creativa

**Las TICs:** cambios en la forma en que se crean, (re) produce y distribuye, los productos creativos **estimulando creatividad**

Los **países en desarrollo** representan **más del 50% de los usuarios de Internet en el mundo** pero atrasos en acceso a banda ancha

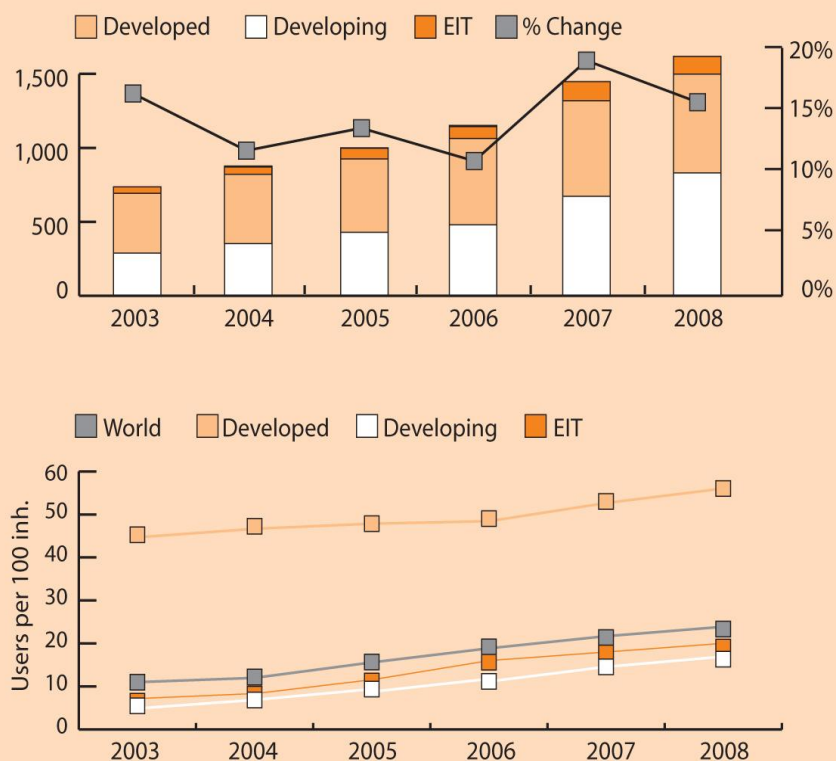
**Digitalización:** sonidos, imágenes, textos pueden tener el mismo formato y puede ser integrado, nuevas formas de arte

**Convergencia:** nuevos modelos de negocio, estructuras de mercados y gobernanza

Impacto en toda la cadena de valor, **reduciendo costos**, mejorando la **productividad, la creación de redes**

La gente de todas las edades pasa más tiempo en línea. Los consumidores son proactivos, co-creations

Figure 7.2 Global internet users by main country groupings, 2003 – 2008 (millions and per 100 inhabitants)



Source: UNCTAD, adapted from ITU and national data



# La conectividad y la revolución móvil

La revolución móvil continúa ... casi 5 billones en todo el mundo

Penetración de telefonía **móvil** aumentaron fuertemente en los países en desarrollo, **el Sur con 2/3 de las suscripciones**

La innovación reduciendo costos de acceso que conduce a la **democratización del uso de TICs**

La evolución de la economía creativa van mano a mano con la evolución de las tecnologías TIC

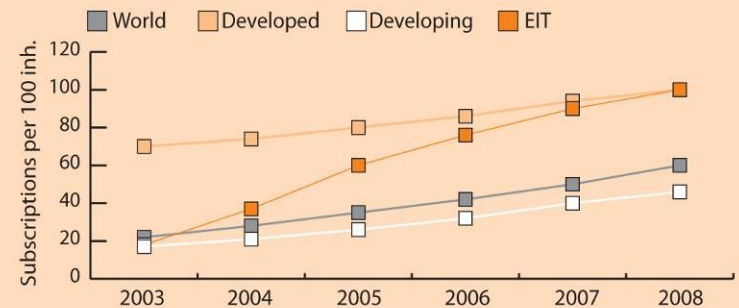
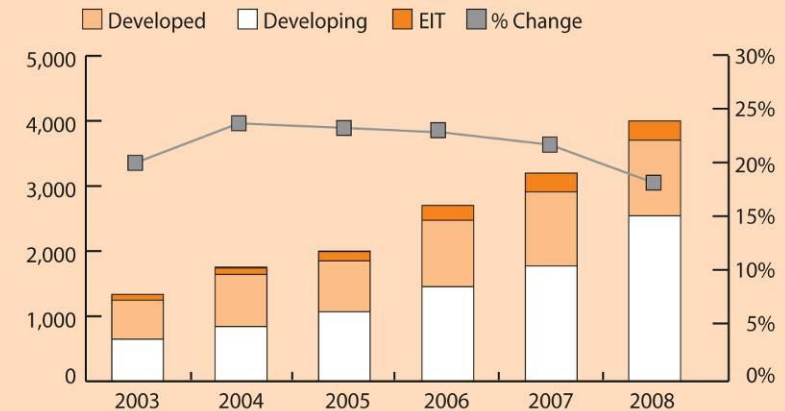
Ventas de música digital subieron un 12% en 2009 alcanzando los \$4.2 billones, diez veces más que en 2004

**El sector de nuevas medias ha tenido un crecimiento anual de 9% entre 2002 e 2008**

**México es el único país de Latín America en la lista de los top 10 exportadores de productos de novas medias. . En 2008 US\$ 1.5 billion**

Figure 7.1

Global mobile telephone subscriptions by main country groupings, 2003 – 2008 (millions and per 100 inhabitants)



Source: UNCTAD, based on ITU and national data



## Capítulo VIII- Estrategias políticas para reforzar las industrias creativas

El papel de las políticas públicas: el **gobierno como facilitador/** inversor

El proceso político: los objetivos, las herramientas, la implementación

Orientaciones: acciones estratégicas y concertadas, acciones transversales

Medidas para mejorar las capacidades creativas

- Infraestructura (acceso a las TIC, clusters)
- Mecanismos institucionales (Comité de Economía Creativa)
- Financiación y las inversiones (nuevas herramientas, monedas alternativas)
- Marco regulatorio (políticas fiscales, derechos de propiedad intelectual, políticas de competencia)
- Promover las asociaciones público / privado, apoyo a las PYME

Adaptación de la acción política a nivel nacional y regional

**Proporcionar un clima propicio para el avance de la economía creativa**

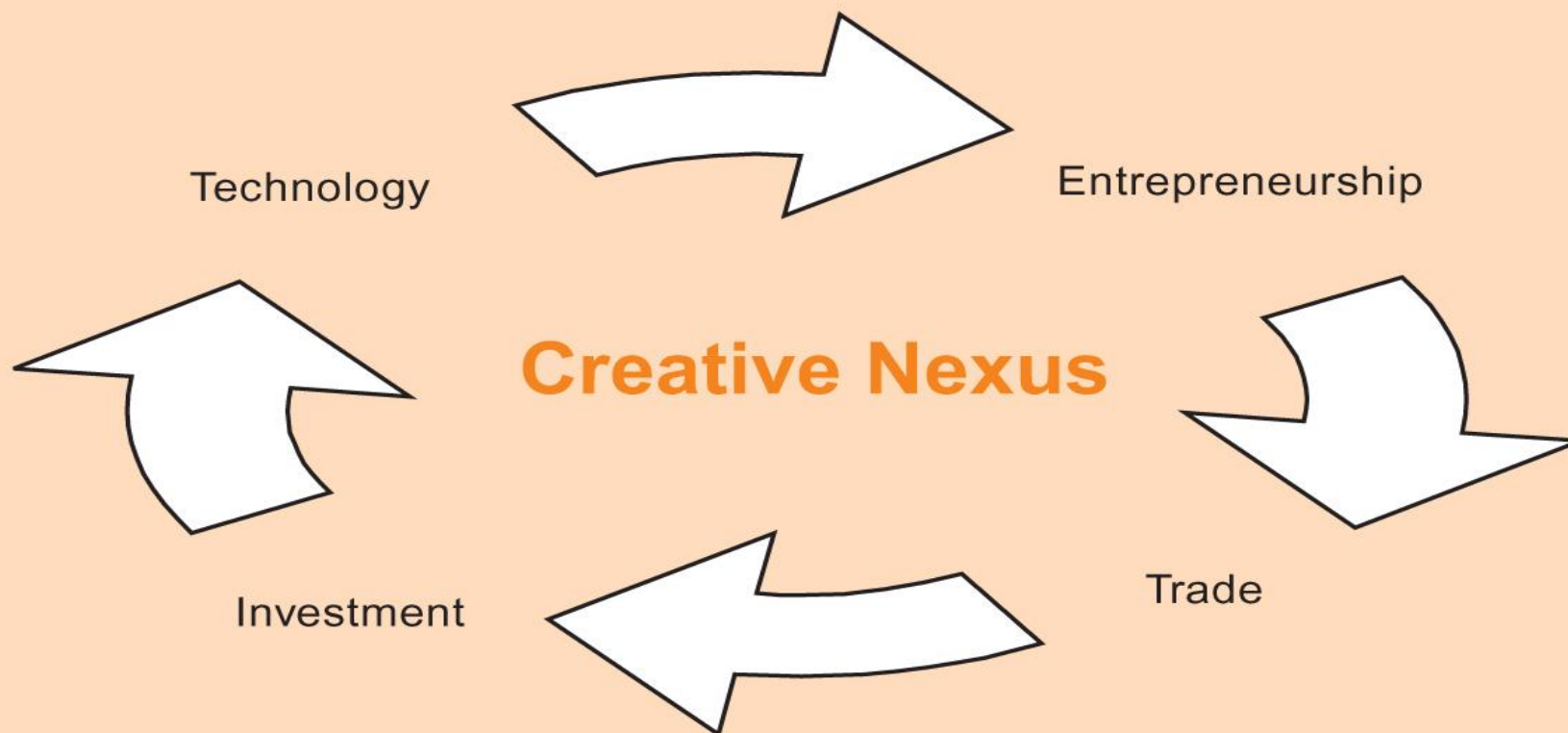
---



Figure 8.3

The creative nexus: The C-ITET model

C-ITET = Creative ↔ Investment ↔ Technology ↔ Entrepreneurship ↔ Trade



Source: UNCTAD (Dos Santos, 2007).



# Economía Creativa y las Ciudades

Necesidad de promover el dinamismo de la economía creativa reforzando los vínculos entre las artes, la innovación y los negocios

Cultura y creatividad en la renovación urbana para enriquecer la vida económica y social de los ciudadanos

Promueve la identidad y la imagen histórica y contemporánea

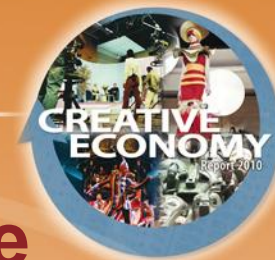
Estimula la vida cultural y social local, más turismo y eventos internacionales

Puestos de trabajo atractivos para los jóvenes generando nuevas oportunidades para los emprendedores creativos

Estimular el crecimiento de servicios orientados a los sectores creativos

**El concepto de ciudades creativas está regenerando crecimiento socioeconómico en muchas ciudades europeas en la era post-industrial**

---



## Cada actor juega un papel importante

### - Las autoridades locales :

Articular un entorno favorable y proporcionar la infraestructura necesaria con el fin de estimular las capacidades creativas

### - La comunidad creativa :

La búsqueda de la excelencia visar el aprendizaje continuo para perfeccionarse y desarrollar el tejido empresarial de talentos creativos

### - La sociedad civil:

Articular alianzas estratégicas para facilitar acciones concretas y el networking y redes involucrando todos los beneficiarios

### - La comunidad internacional:

El sistema de la ONU puede facilitar un mejor aterrizaje sobre la dinámica de la economía creativa en el mundo actual



# Capitulo IX : Marco político internacional

**UNCTAD XI:** Introdujo el tema de las industrias creativas en la agenda económica y de desarrollo internacional. Consenso de São Paulo

**UNCTAD XII:** De las industrias creativas a la economía creativa  
Informe sobre la Economía Creativa 2008

**UNCTAD XIII:** Avanzo en la agenda política, Doha en 2012

**UNESCO:** Adopción y ratificación de la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad Cultural: Actual implementación

**OMPI :** la Agenda del Desarrollo y las preocupaciones de los países en desarrollo en materia de DPI

**PNUD:** Participación de los países en desarrollo en la economía creativa mediante la promoción de cooperación Sur-Sur

**CCI:** Creación de oportunidades de negocio para las industrias creativas

**UNEP:** Los beneficios de la biodiversidad para las industrias creativas

---



# Las negociaciones comerciales de la OMC implicaciones para las industrias creativas

**Ronda de Doha iniciada en 2001 continua inconclusa.** Varias cuestiones relevantes para la política comercial de bienes creativos y servicios culturales

La crisis económica, las tensiones entre el comercio y el desarrollo, señales de nacionalismo económico para proteger industrias afectadas por la crisis

El desarrollo de las industrias creativas deben ser incluida en la agenda de comercio para hacer frente a los choque externos y balanza comercial

**GATS:** gobierna el comercio en Cultura (no hay definición específica) y servicios de entretenimiento. Flexibilidades incorporadas a ser utilizadas por países desarrollados y en desarrollo. Pocos avances para liberalizar el comercio en lo audiovisual. Movilidad de los talentos es fundamental para la exportación de servicios creativos - Modo 4

**TRIPS:** el comercio de derechos de propiedad intelectual, transfer de tecnología, tales como los procedentes de los conocimientos tradicionales, etc.

**TRIMS,** inversiones, políticas de competencia y eficiencia comercial

---



# Capítulo X: Lecciones aprendidas y opciones políticas

## Diez mensajes claves

1. Las industrias creativas pueden ayudar los **países a diversificar sus economías y beneficiarse de un sector dinámico de la economía mundial**
  2. **Los países en desarrollo** deben incluir sus productos creativos en las negociaciones en el marco del GSTP para expandir el **comercio Sur-Sur**
  3. Se deben hacer esfuerzos para poner en marcha el «**nexo creativo**» entre la **inversión, la tecnología, las actividades emprendedoras y el comercio**
  4. Acciones interministeriales concertadas necesarias para dar forma a una **estrategia de economía creativa a largo plazo**
  5. Ha llegado el momento de revisar el régimen actual de **derechos de propiedad intelectual y adaptarlo a las nuevas realidades**
  6. Para impulsar la economía creativa, la **infraestructura de las TIC en particular el acceso a la banda ancha es necesaria** para estimular la producción creativa
-



## Lecciones aprendidas y opciones políticas

7. Políticas para la economía creativa deben ser **específicas** afín de permitir alianzas con las partes interesadas de los **sectores público y privado, los artistas y la sociedad civil**
  8. Políticas deben responder a las solicitudes de las **comunidades locales - educación, la identidad cultural, las desigualdades sociales y las preocupaciones ambientales**. Planes de desarrollo en todos los niveles: **comunidad, municipio a nivel nacional**
  9. Hoy ha gran demanda por los servicios culturales, eventos sociales, ocio y entretenimiento. Productos creativos se consume en todas partes, por lo tanto, **el sector es más resistente y puede contribuir a la recuperación económica**.
  10. **No hay una receta única**. Cada país debe formular su política sobre la base de sus fortalezas, debilidades y realidades.
-



# Informe sobre la Economía Creativa 2010

[www.unctad.org/creative-programme](http://www.unctad.org/creative-programme)

Los interesados en recibir una copia del informe  
favor enviar un email a la UNCTAD  
[Creative.industries@unctad.org](mailto:Creative.industries@unctad.org)

Esta ponencia y informaciones del informe pueden ser cotadas o  
reproducidas con indicación de la fuente

E. Dos Santos-Duisenberg

**Muchas gracias por su atención**

---