

RESUMEN/ABSTRACT

Miguel Angel Galindo Martín y M^a Teresa Méndez Picazo

INDUSTRIA CULTURAL Y CRECIMIENTO ECONÓMICO. SU MÚTUA INFLUENCIA

La cultura está siendo considerada en los últimos años como uno de los factores que favorecen el crecimiento económico. A diferencia de otros, se le ha concedido una importancia relativa menor, aunque ha estado presente, si bien indirectamente, en muchos estudios dedicados a este ámbito. Sin embargo, en la actualidad está cobrando cada vez más el protagonismo que le corresponde a la hora de explicar las diferencias en los niveles de crecimiento y de desarrollo de las naciones. El objetivo esencial de este trabajo es mostrar la relación que existe entre la cultura y, por extensión, la industria cultural, y el crecimiento económico, mostrando también el efecto *feedback*; esto es, la incidencia que puede tener a su vez dicho crecimiento sobre la industria cultural.

Palabras clave: Cultura, industria cultural, política cultural, crecimiento económico.

The culture has been considered in the last years as one of the factors that encourages economic growth. Unlike other factors, there has been granted to him a relative minor importance, though it has been included, though indirectly, in many studies dedicated to this topic. Nevertheless, actually it is considered in order to explain the economic growth and development differences among countries. The main objective of this paper is to consider the relation that exists between culture and, for extension, cultural industry, and the economic growth, showing also the effect feedback, this is, the effect that would have growth on the cultural industry.

Key words: Culture, cultural industry, cultural policy, economic growth.

Miguel Ángel Sastre e Ignacio Danvila

MEDIOS DIGITALES Y PROPIEDAD INTELECTUAL: AMENAZAS Y OPORTUNIDADES ESTRATÉGICAS PARA LAS EMPRESAS CULTURALES

El desarrollo de las Tecnologías de Información y Comunicación ha revolucionado la industria cultural mediante la difusión de los contenidos digitales. Estos cambios implican un conjunto de amenazas y oportunidades para el sector. La principal amenaza procede de la piratería o consumo ilegal de productos culturales. Por el contrario, la principal fuente de oportunidades se debe a que los consumidores de productos culturales valoran positivamente la comodidad e inmediatez de acceso al producto cultural que permite Internet, lo cual ofrece oportunidades de negocio a las empresas que sepan adaptarse mejor al nuevo entorno digital.

Palabras clave: Industria cultural, industria de contenidos digitales, descarga de Internet, piratería informática, oportunidad de negocio, España.

The development of the Information and Communication Technologies has completely changed the cultural industry by means of the broadcasting of digital contents. This new situation implies some threats and opportunities. The main threat derives from piracy and from illegal consumption of cultural products. On the contrary, the

principal source of opportunities comes from the fact that the cultural products consumers place a high value on comfort and immediacy in order to access to the cultural product that internet allows, which opens up new business opportunities to that companies which are able to adapt themselves in the best way to the new digital environment.

Key words: Cultural industry, digital contents industry, downloads of internet, computer piracy, business opportunities, Spain.

María Soledad Castaño Martínez

LA POLÍTICA CULTURAL Y LOS NUEVOS CANALES DE ACCESO A LA CULTURA

En este trabajo se analizan los cambios que ha supuesto el uso de internet de modo generalizado para acceder a bienes culturales (música, video, libros, video juegos). Para ello, se estudia, mediante un análisis estadístico, las diferencias de uso y acceso a la cultura por internet, diferenciando por edades y nivel de estudios. Asimismo, se expone cuál es el papel de la política cultural en este nuevo contexto, así como las medidas que se han tomado recientemente en España en este ámbito. Por último, se ve cuál es el alcance de las redes *peer-to-peer* y las webs de enlaces.

Palabras clave: Bienes culturales, internet, perfil sociodemográfico, modelos de negocio, redes P2P, política cultural.

In this paper, it is analyzed the changes that it has involved the Internet use so widespread access to cultural goods (music, video, books, video games). For it, it is carried out a statistical analysis to see the differences in access and use to culture by Internet, differentiated for age and educational level. It also discusses what the role of cultural policy in this new context and the public instrument that have carried out recently in Spain in this area. Finally, what is the scope of peer-to-peer and web links.

Key words: Cultural goods, internet, sociodemographic profile, business model, peer-to-peer nets, cultural policy.

Victor M. González Sánchez y Susana de los Ríos Sastre

LA INFLUENCIA DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LAS INDUSTRIAS DE LA CULTURA. RETOS Y OPORTUNIDADES PARA EUROPA

Las nuevas tecnologías, en especial el desarrollo de Internet, han abierto un abanico de oportunidades a las industrias culturales. En este artículo se revisan ciertos aspectos que muestran la influencia de la tecnología en el sector cultural europeo, como son la digitalización del patrimonio cultural y los cambios experimentados en la participación cultural. En Europa, el sector de la cultura avanza en la adopción de las tecnologías de la información y la comunicación, presionado en ocasiones por la evolución de la propia sociedad del conocimiento, pero hay retos pendientes que ayudarían a aprovechar mejor el potencial económico y social de dicho sector.

Palabras clave: Industria de la cultura, tecnologías de la información, digitalización, acceso a Internet, empleo, países de la UE.

New technologies, especially the development of the Internet, have created a broad range of opportunities for the cultural industries. This article reviews some aspects that show the influence of technology in the European cultural sector, such as the digitization of cultural heritage and the changes experienced in cultural participation. In Europe, the cultural sector advances in the adoption of information and communication technologies, pushed sometimes by the evolution of the knowledge society, but there are outstanding challenges that would help make better use of the economic and social potential of this sector.

Key words: Cultural industry, information technologies, digitalization, internet access, employment, EU countries.

José Manuel Saiz Álvarez

ASPECTOS ECONÓMICOS DEL PRINT-ON-DEMAND (POD) EN LA INDUSTRIA CULTURAL DEL LIBRO. UNA VALORACIÓN DESDE LA PRÁCTICA.

La introducción de nuevas tecnologías basadas en las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) está llevando hacia una transformación estructural de la industria del libro, sobre todo por la búsqueda de una reducción de riesgos y costes operativos. El objetivo de este artículo es sintetizar los efectos económicos que tiene en dicha industria el POD, así como reflexionar sobre las futuras tendencias del mismo.

Palabras clave: Industria editorial, estrategia empresarial, impresión bajo demanda, libro electrónico, costes, factores de éxito.

The introduction of new technologies based on the Information and Communication Technologies (ITCs) is leading to a structural transformation of the book industry, especially by seeking a reduction in operating costs and risk. The aim of this article is to synthesize the economic effects of POD, as well as to reflect on its future trends.

Key words: Book industry, management strategy, print on demand, electronic book, costs, success factors.

Vanessa Campos Climent, Joan Ramón Sanchis Palacio y Domingo Ribeiro Soriano

GESTIÓN DE EMPRESAS COOPERATIVAS EN TIEMPOS DE CRISIS. LAS TIC Y LA INDUSTRIA DE LA CULTURA

En situaciones de crisis, las empresas cooperativas y de la Economía Social (ECES) han de utilizar las herramientas de la dirección estratégica para mejorar su eficiencia. El objetivo de este trabajo es proponer un modelo estratégico apropiado a las ECES de la industria de la cultura para hacer frente a la crisis económica, de manera que a partir del concepto de desviación estratégica se describen las estrategias a formular. Del trabajo se concluye que las ECES siguen un modelo empresarial basado en la democracia participativa, tanto interna (trabajadores) como externa (clientes), lo que las convierte en entidades con una alta responsabilidad social y con una elevada eficacia, adecuadas para la industria de la cultura.

Palabras clave: Industria cultural, economía social, estrategia empresarial, cambio organizativo, crisis económica, España.

In crisis situations, cooperative enterprises and social economy (ECES) have to use the tools of strategic management to improve efficiency. The objective of this paper is to propose a model of strategic appropriate to the industry ECES culture to address the economic crisis, so that from the concept of strategic deviation, describes the strategies to be formulated. The paper concludes that the

ECES follow a business model based on participatory democracy both internally (employees) and external (customers), which turns them into entities with high social responsibility and high efficiency suitable for culture industry.

Key words: Cultural industry, social economy, management strategy, organizational change, economic crisis, Spain.

María de los Reyes González Ramírez, Juan Llopis Taverner, José Luis Gascó Gascó

REDES SOCIALES EN INDUSTRIAS CULTURALES. OPINIONES DESDE LA PRAXIS

Tanto por el público al que se dirigen como por el tipo de «producto» que ofrecen, las industrias culturales pueden obtener múltiples ventajas con el uso de las redes sociales. En el presente estudio analizamos el papel que juegan las redes sociales online en las empresas culturales a través de la opinión de cualificados expertos en redes sociales y con el método Delphi. Las conclusiones revelan que, en el ámbito de las empresas culturales, existe una prevalencia de los usos utilitarios sobre los expresivos y de las motivaciones proactivas sobre las reactivas, con referencia a las redes sociales.

Palabras clave: Industria cultural, estrategia empresarial, redes sociales, revisiones bibliográficas, método Delphi, panel de expertos.

Cultural industries can obtain multiple advantages with the use of the social networks, if we have in mind not only their public or clients, but also the product or service that they offer. The present study analyses the role that social online networks develop in cultural companies, through the opinion of experts in social nets and using the Delphi method. The conclusions reveal that, in the environment of the cultural companies, a prevalence of the utilitarian uses exists over the expressive ones and of the proactive motivations over the reactive ones, with reference to the social networks.

Key words: Cultural industry, management strategy, social networks, bibliographical reviews, Delphi method, panel of experts.

Marco Paiola, F. Xavier Molina, Luís Martínez-Chafer y José Antonio Belso

EL EFECTO DE LAS REDES ORGANIZATIVAS SOBRE LOS FESTIVALES EN PEQUEÑAS CIUDADES

Los festivales son un tipo de evento que ofrece verdaderas oportunidades para la activación urbana en ciudades de pequeño o mediano tamaño. Sin embargo, estas ciudades explotan de manera muy diversa este tipo de oportunidades. Las redes involucradas en estos eventos culturales determinan en cierta medida sus beneficios potenciales y también sus restricciones. Hemos analizado tres festivales que se llevan a cabo en destinos turísticos españoles de pequeño tamaño. Nuestros resultados confirman la existencia de diferentes mecanismos de gobernabilidad de las redes involucradas en los festivales. Las implicaciones de este trabajo pueden ser útiles, tanto para el diseño de políticas como para la organización individual de los eventos.

Palabras clave: Festivales, redes sociales, capital relacional, estudio de casos, España.

Events such as festivals offer considerable opportunities for urban activation in medium or small cities. However, cities significantly vary in the degree they exploit these opportunities. This paper analyzes this relevant question adopting a network perspective. We argue that networks

of people and organizations involved in a cultural event determine to some extent its potential benefits and restraints. We have illustrated our argumentation through three festivals held in minor urban touristic destinations in Spain. Findings confirm the existence of different modes of network governance in festivals. Implications may be useful for both policy makers and individual organizations.

Key words: Festivals, social networks, relational capital, cases study.

Rubén Herskoviits, Miguel Palacios, Mercedes Grijalvo y Javier Tafur

IMPACTO DE LOS CAMBIOS TECNOLÓGICOS EN LOS MODELOS DE NEGOCIO DE LAS INDUSTRIAS DE CULTURA Y OCIO EN ESPAÑA. EL CASO DE LOS MUSEOS Y LOS CLUBES DE FÚTBOL

En una primera instancia puede resultar sorprendente tratar en el mismo artículo organizaciones tan diferentes como los museos y los clubes de fútbol. Sin embargo, en una mirada de más detalle se puede ver que ambas organizaciones cuentan con una relación muy estrecha en el plano emocional con sus seguidores. A partir de esta relación se analizan los múltiples cambios tecnológicos que pueden afectar a este sector, considerando los posibles efectos en modelos de negocio de éxito que se puedan adoptar en el futuro. El artículo culmina con una reflexión sobre las alternativas que el sector puede adoptar para continuar evolucionando sus modelos de negocio aprovechando los cambios tecnológicos identificados.

Palabras clave: Industria cultural, industria del ocio, cambio tecnológico, modelos de negocio, estudios de casos, España.

Initially it might be surprising to write in the same article about organizations with different characteristics such as museums and football clubs. However, on a closer view, we identified that both organizations display a very close relationship on an emotional level with their followers. From this emotional relationship, we analyzed the multiple technological changes that may affect this sector considering the possible effects on successful business models that could be adopted in the future. The article concludes with a reflection on the alternatives that the sector can take to continue evolving their business models leveraging the technological changes identified.

Key words: Cultural industry, leisure industry, technological change, business model, cases study.

María del Mar Benavides-Espinosa, Lourdes Canós Darós e Irene Comeig Ramírez

ADAPTACIÓN ORGANIZATIVA A LOS CAMBIOS TECNOLÓGICOS EN LA INDUSTRIA CULTURAL: UN ESTUDIO A PARTIR DE LA ECONOMÍA EXPERIMENTAL

Los cambios tecnológicos en la industria cultural exigen una adaptación de las empresas que puede ser facilitada por diversos cambios en su estructura organizativa. En este trabajo, analizamos algunas variables de diseño organizativo (equipos de trabajo, sistemas de información y cultura organizativa) en el contexto de la industria cultural y los presentamos desde una perspectiva teórica y desde los resultados obtenidos por varios experimentos de laboratorio en el ámbito de la Economía Experimental, resaltando el tamaño del equipo y el papel del líder como figura clave en la coordinación de las empresas culturales.

Palabras clave: Industria cultural, cambio tecnológico, cultura empresarial, cambio organizativo, liderazgo.

Technological changes in the cultural industry require an adaptation of the companies that may be provided by different changes in its organizational structure. In this paper, we analyze some organizational design variables (teams, information systems and organizational culture) in the context of the cultural industry. We present them from a theoretical perspective and from the results of several laboratory experiments in the field of Experimental Economics, highlighting the size of the team and the leader's role as a key figure in coordinating cultural companies.

Key words: Cultural industry, technological change, management culture, organizational change, leadership.

Francisco Panera Mendieta, María Jesús Luengo Valderrey, Julián Pando García e Iñaki Periañez Cañadillas

EL CLÚSTER DE CONOCIMIENTO EN GESTIÓN EMPRESARIAL. DIEZ AÑOS GENERANDO CAPITAL RELACIONAL EN EL PAÍS VASCO

Partiendo del análisis de las actividades desarrolladas por el Clúster del Conocimiento, esta investigación ha pretendido identificar los parámetros que sustentan y ponen en valor el capital relacional, induciendo a los socios vinculados a la movilización y participación en dichas actividades. Se han analizado sus puntos críticos y áreas relevantes en la gestión, para identificar aquellas actividades clave, de máximo interés para los socios y que pudieran ser impulsadas desde la agrupación. A continuación, se han identificado los parámetros o rasgos característicos para cada uno de los agentes del conocimiento, clasificados mediante la tipología antes señalada.

Palabras clave: Relaciones universidad-industria, distritos industriales, gestión del conocimiento, capital relacional, ventaja competitiva.

Starting with the analysis of the activities of the knowledge cluster, this research has intended to identify the parameters that sustain and give value to the network capital, moving these associates to participate in those activities of the cluster. By means of a survey to all the associates, their critical points and relevant management areas have been analyzed, in order to identify those key activities, of maximum interest for the associates, and that may be promoted by the group. Finally, there has been identified some meaningful traits or characteristic features for each one of the knowledge agents, which are already classified by the typology set before.

Key words: University-industry relations, clusters, knowledge management, relational capital, competitive advantage.

Inocencia María Martínez de León e Isabel Olmedo Cifuentes

LA REPUTACIÓN COMO FUENTE DE COMPETITIVIDAD EN LAS PYMES DE SERVICIOS. ¿CÓMO OPTIMIZAR SU GESTIÓN?

En este artículo se presentan los resultados de la investigación realizada para identificar las principales dimensiones y atributos de la reputación corporativa, así como para proporcionar una herramienta de medida de la reputación adecuada a las particularidades de la empresa de servicios (con un enfoque especial hacia las PYMES), que facilita la creación de un ranking de reputación. Para ello, se ha desarrollado una metodología Delphi (con 35 expertos) y un Análisis factorial exploratorio que permiten la creación de una escala de medida de la reputación empresarial adaptada a PYMES de servicios.

Palabras clave: Imagen corporativa, ventaja competitiva, pymes, empresas de servicios, España.

This paper presents the results of research to identify key dimensions and components of corporate reputation, and provide a measurement tool appropriate to the particular reputation of the service firm (with special focus on the SMEs), which facilitate the creation of a ranking of reputation. Therefore, it has developed a Delphi methodology (with 35 experts) and an exploratory factor analysis, allowing the creation of a scale to measure of corporate reputation adapted to SMEs related to services.

Key words: Corporate image, competitive advantage, SMEs, service firms Spain.

Jesús Iglesias, Mónica Carmona, Antonio A. Golpe y Juan Manuel Martín

LA CURVA DE KUZNETS Y LA EMISIÓN DE CO₂ EN ESPAÑA. 1850-2008

Este trabajo analiza la existencia de la curva medioambiental de Kuznets utilizando la metodología propuesta por Keijriwal-Perron (2010) con datos que abarcan el último siglo y medio (1850-2008). Nuestros resultados no avalan la existencia de dicha curva para el caso español. Sin embargo, sí podemos señalar cómo la relación entre el crecimiento económico y las emisiones de CO₂ ha sido muy distinta a lo largo periodo estudiado. Finalmente, en los últimos 25 años se aprecia un cambio importante en dicha relación, poniendo de manifiesto que la economía española está aproximándose a niveles de emisión de CO₂ que en un futuro le permitiría cumplir con la hipótesis señalada por Kuznets.

Palabras clave: Crecimiento económico, contaminación atmosférica, CO₂, Curva de Kuznets, España.

In the present work, we analyze the existence of the Environmental Kuznets Curve using the methodology proposed by Keijriwal-Perron (2010) with Spanish data from 1950 to 2008. Our results show the non existence of the EKC in Spain. However, we demonstrate that the EKC are unstable across the time, especially during the last 25 years. Finally, the last period confirm that the Spanish economy is in the way to reach the EKC.

Key words: Economic growth, environmental pollution, CO₂, Kuznets curve, Spain.

Juan Uribe Toril y Jaime de Pablo Valenciano

COMPETITIVIDAD DE LA INDUSTRIA AUXILIAR DEL SECTOR HORTOFRUTICOLA DE ALMERIA.

Uno de los rasgos que caracterizan a la economía almeriense en España es la extrema debilidad de su sector industrial, que en los últimos años sólo representa el 11% del PIB y apenas un 8% del empleo provinciales. Este modelo productivo necesariamente ha de diversificarse, y la empresa auxiliar de la agricultura es una realidad con innumerables potencialidades. El objetivo de este artículo es estudiar cuáles son los elementos críticos de competitividad (factores de competitividad), las acciones que se consideran urgentes (necesidades para competir) y que acciones permiten aumentar la competitividad local (mejoras de la competitividad) de la industria auxiliar almeriense.

Palabras clave: Empresas auxiliares, industria hortofrutícola, intensidad tecnológica, competitividad, empleo, distribución sectorial.

One of the features that characterize the economy Almeria Spain is the extreme weakness of its industrial sector, which represents only 11% of GDP and only 8% of provincial employment. This model necessarily has to diversify production, and the auxiliary company of agriculture is a reality with endless potential. The aim of this paper is to study what are the critical elements of competitiveness (factors of competitiveness), which are actions that are considered urgent (needs of competitiveness) and what actions can enhance local competitiveness (Improvements in competitiveness).

Key words: Auxiliary company, horticultural industry, technological intensity, competitiveness, employment, sectorial distribution.

María José Palacín Sánchez y Luis M. Ramírez-Herrera

¿ES LA DEUDA DE LAS PYMES ESPAÑOLAS UN ASUNTO REGIONAL?

Este trabajo analiza la influencia del factor regional en las decisiones de financiación de las pequeñas y medianas empresas españolas. Para ello se estudia una muestra de 13.838 empresas situadas en las 17 comunidades autónomas de España durante el periodo 2004-2007. Los resultados ponen de manifiesto que la estructura financiera de las Pymes difiere significativamente entre las distintas comunidades autónomas.

Palabras clave: Pymes, estructura financiera, deuda, entorno institucional, comunidades autónomas, España.

This paper analyzes the influence of the regional factor in the financing decisions of small and medium-sized Spanish companies. For this study, we use a sample of 13,838 firms in 17 regions of Spain during the period 2004-2007. The results show that the capital structure of SMEs differs significantly across regions.

Key words: SMEs, financing structures, debt, institutional environment, autonomous communities, Spain.

Luis Manuel Ruiz Gómez

LA GESTIÓN DEL TRÁFICO EN INTERNET EN LA UNIÓN EUROPEA

El desarrollo y crecimiento de Internet en los últimos años ha sido fruto de la innovación, la competencia y, sobre todo, de la evolución tecnológica.

No obstante, existe el riesgo potencial de que ciertas empresas exploten el control de la red indebidamente y discriminen distintos tipos de tráfico. Dicha discriminación podría limitar la elección de los consumidores y dar lugar a una expropiación injusta de los beneficios. Estas preocupaciones han dado lugar a un debate, no sólo en Europa sino también en el resto del mundo, sobre la neutralidad de la red.

Palabras clave: Internet, Unión Europea, Competencia, Transparencia, Gestión del tráfico, Neutralidad

In recent years, Internet growth and development have been the result of innovation, competitiveness and, above all, technological developments. However, there is the potential risk that some companies may exploit network control and unduly discriminate different types of traffic. This discrimination could lead to constraints on consumer choice and inequitable expropriation of profits. These concerns have given rise to a debate, both in Europe and worldwide, on net neutrality.

Key words: Internet, Internet Services, managements, technological neutrality, competitiveness, EU.