

GARAGE PROJECT

RESUMO DA PROPOSTA

Candidatura Interreg IV-C

Axencia Galega das Industrias Culturais (Agadic)

Consellería de Cultura e Turismo. Xunta de Galicia

ÍNDICE

1.- Interreg IV-C	3
2.- Síntese do proxecto.....	6
3.- Descrición	8
4.- Partenariado.....	13
6.- Calendario previsto	16

1. INTERREG IV-C

1.1. Obxectivo da iniciativa: O obxectivo xeral do programa europeo de cooperación interrexional Interreg IV-C é a mellora da efectividade das políticas de desenvolvemento rexional nas áreas de innovación, economía do coñecemento, medio ambiente e prevención de riscos, así como a contribución á modernización e ao incremento da competitividade.

1.2. Visión xeral do programa: O programa está estruturado en torno a dúas prioridades temáticas, que son clave na contribución das rexións á estratexia europea de crecemento, fomento do emprego e desenvolvemento sustentable:

-Prioridade 1: Innovación e economía do coñecemento

Centrada nos subtemas de innovación, investigación e desenvolvemento tecnolóxico, emprendedurismo e pemes, sociedade da información e emprego, capital humano e educación.

-Prioridade 2: Medio ambiente e prevención de riscos

Abranguendo os subtemas de riscos naturais e tecnolóxicos, cambio climático, xestión do ciclo da auga, minimización e prevención de residuos, biodiversidade e preservación do patrimonio natural, enerxía e transporte sustentable, patrimonio cultural e paisaxístico.

1.3. Obxectivos específicos:

1. Facilitar o intercambio de experiencias e coñecemento entre os actores rexionais e locais de diferentes países da Unión Europea.
2. Emparellar rexións europeas con menos experiencia nunha determinada política pública con outras con máis experiencia, co obxectivo de mellorar conxuntamente as súas capacidades e coñecemento.
3. Garantir que as boas prácticas identificadas en proxectos de cooperación interrexional están dispoñibles para a súa transferencia a outras rexións, especialmente aqueles que foron abordados mediante programas de fondos estruturais da Unión Europea.

1.4. Posibles participantes:

- Administracións públicas rexionais e locais.
- Institucións de protección da natureza.

- Servizos de emerxencia e outras axencias de xestión de riscos e desastres naturais.
- Autoridades de transporte público.
- Autoridades responsables da protección do patrimonio cultural e paisaxístico.
- Universidades e outras institucións públicas de ensino superior.
- Outras entidades públicas de relevancia no campo do medio ambiente e a prevención de riscos.

1.5. Tipo de intervención do proxecto: Os proxectos poden incluír unha ampla variedade de accións baseadas no intercambio de experiencias. Así poden abranguer desde actividades de baixa intensidade, como o intercambio e difusión de información, que potencien o coñecemento e as capacidades dos socios involucrados sen implicar un cambio directo dos instrumentos ou o inicio de novos proxectos, ata actividades dunha maior intensidade, como a transferencia efectiva de resultados do proxecto ou o desenvolvemento de novos enfoques e ferramentas, así como a súa implementación e pilotaxe dentro das políticas públicas dunha ou máis rexións.

1.6. Calendario da convocatoria: A convocatoria abriuse o 1 de decembro de 2010 e péchase o 1 de abril de 2011.

1.7. Importe da convocatoria e intensidade de subvención: Financiada pola Unión Europea, a convocatoria conta cun orzamento de 100 millóns de euros (62 millóns para a prioridade 1 e 38 para a 2). A intensidade de subvención está comprendida entre o 75% e o 85% dependendo do Estado membro.

% SUBVENCIÓN	ESTADOS PARTICIPANTES (UE + Noruega)
75%	Austria, Bélxica, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemaña, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Países Baixos, España, Suecia, Reino Unido
85%	Bulgaria, República Checa, Chipre, Estonia, Grecia, Hungría, Letonia, Lituania, Malta, Polonia, Portugal, Romanía, Eslovaquia, Eslovenia
50% (fondos nacionais)	Noruega

- 1.8. Duración dos proxectos:** A aprobación dos proxectos da cuarta convocatoria terá lugar a finais do ano 2011. Os proxectos deberanse iniciar en xaneiro de 2012 e ter unha duración de entre 12 e 36 meses.
- 1.9. Requisitos adicionais. O plan de implementación:** Para optimizar o resultado da política de intercambio de experiencias, cada rexión participante deberá realizar un plan de implementación, documento non vinculante que determina o xeito en que abordará o proceso de integrar as leccións de cooperación na súa política rexional ou local.

2.- SÍNTESE DO PROXECTO

2.1. Título completo: Garage Project. Transferindo creatividade

2.2. Tipo de intervención: “Regional initiative project”

2.3. Duración: 30 meses

2.4. Prioridade: Innovación e economía do coñecemento (I)

2.5. Subtema: Emprendedurismo e pemes

2.6. Orzamento: 2.450.000 euros

2.7. Resumo: A Axencia Galega das Industrias Culturais (Agadic) da Consellería de Cultura e Turismo lidera o partenariado de 15 entidades de 14 Estados europeos que asina a candidatura do Garage Project, título que reivindica o espírito do emprendedurismo de garaxe en referencia ás particulares “instalacións” de Silicon Valley nas que xurdiron e deron os seus primeiros pasos empresas como Apple ou HP que, malia (ou “grazas a”) o seu pequeno tamaño e os seus reducidos recursos iniciais, lograron poñerse á altura ou mesmo superar a xigantes do sector como Rank-Xerox ou IBM.

Aínda que o concepto do garaxe leva consigo certa carga de idealismo e que o emprendemento exitoso precisa de achegas máis materiais, na situación económica actual este emprendedurismo de garaxe revélase como unha opción xa non só de futuro, senón posible.

Pero este proxecto non quere quedar só na vertente de fomento do emprendedurismo, senón que pretende ir máis alá e difundir o concepto do garaxe en todos os ámbitos empresariais posibles. Trátase de “meter no garaxe” empresas de sectores máis maduros para fomentar procesos de “intraemprendemento” a través da adopción de procesos de deseño industrial, a innovación non tecnolóxica e a creatividade.

Así, o Garage Project fai referencia a:

-Emprender con recursos non financeiros nin tanxibles.

-Innovar fóra do laboratorio.

-A creatividade como activo empresarial.

Tendo en conta que as industrias culturais e creativas (ICC) poden influír tamén noutros sectores, na liña dos obxectivos deste programa Interreg, o modo de permeabilizar a súa creatividade para lograr uns produtos e servizos máis competitivos é un dos piares do proxecto.

Para alcanzar os seus fins e cumprir os seus obxectivos, o proxecto realizará tres accións fundamentais:

1. **Observar** casos de éxito de novas empresas ou produtos e servizos exitosos cun alto compoñente creativo.
2. **Difundir** estes casos de éxito, tanto para poñer en valor o modelo que se presenta como para que sirvan de base e exemplo no sector produtivo.
3. **Transferir** boas prácticas que se estean a levar a cabo nos distintos territorios dentro do ámbito do proxecto, especialmente no referido a transferencia de creatividade cara a sectores maduros da economía, emprendedurismo creativo e novas aproximacións á figura do clúster.

3. DESCRICIÓN

3.1. Contexto: O actual contexto de globalización e crise financeira está a ter especiais repercusións na competitividade das nosas industrias, sobre todo nos sectores máis maduros e tradicionais. Necesítanse poñer en valor novos factores endóxeos de diferenciación dos nosos bens e servizos.

Nesta liña, o Libro Verde da Comisión Europea *Liberar o potencial das Industrias Culturais e Creativas (ICC)* postula unha estratexia de crecemento baseada en que “máis alá da súa contribución directa ao PIB, as ICC tamén son importantes impulsoras da innovación económica e social noutros moitos sectores”. Porén, e aínda que o Libro Verde das ICC está a ter unha ampla difusión e boa acollida, xorden dificultades á hora de poñelo en práctica, tanto por parte dos organismos de promoción económica como pola dos sectores empresariais máis maduros. Para vencer as reticencias e as dificultades, necesítase tanto detectar e difundir boas prácticas como poñelas en marcha. Tamén cómpre desenvolver novas formas de promoción económica, de xestión da innovación non tecnolóxica e de atención a emprendedores de base creativa.

Por outro lado, tal e e como sinala o Libro Verde, unha das problemáticas do sector é a falta de estatísticas e a escasa homoxeneidade das existentes. Isto orixina unha serie de problemas, tanto relacionados cun escaso dimensionamento do sector como coa dificultade da posta en valor das ICC para o traballo conxunto con outros sectores. A esa dificultade hai que engadir a distinta configuración que as industrias culturais e creativas teñen duns territorios a outros, debido ás súas características económicas, sociais, culturais e identitarias.

3.2. Obxectivos:

- Transferir a creatividade das ICC aos sectores máis maduros da economía.
- Valorizar, en ámbitos empresariais, o deseño e a innovación non necesariamente tecnolóxica.
- Detectar e caracterizar empresas cun alto crecemento debido a factores creativos.
- Observar os procesos de transferencia de creatividade cara ao sector produtivo.
- Avanzar na definición de estratexias e definición de novos recursos para a promoción do emprendedurismo creativo.

- Transferir experiencias transnacionais de cooperación multisectorial.
- Favorecer procesos de *spin-off* de base creativa e innovación non tecnolóxica.
- Fomentar a actividade empresarial en sectores TIC cun alto compoñente creativo.

3.3. Intensidade de cooperación: Media. Este nivel de intensidade implica, ademais das actividades de intercambio e difusión de experiencias, a realización de accións piloto de transferencia de boas prácticas e o desenvolvemento de ferramentas metodolóxicas.

3.4. Resumo das actividades do proxecto:

-Compoñente 0. Actividades de preparación: Elaboración e seguimento da candidatura cara á súa consecución.

-Compoñente 1. Xestión e coordinación, incluíndo a monitorización e control de todos os aspectos financeiros.

-Compoñente 2. Comunicación e difusión: Actividades destinadas á difusión e diseminación do proxecto, os seus obxectivos e actividades. Para iso contarase cunha web 2.0 de cara ao fomento da participación de entidades alleas ao proxecto, e especialmente de empresas do sector das industrias creativas. Incluirá un apartado denominado Creative Women, co obxectivo de habilitar un foro ou punto de encontro entre mulleres emprendedoras de Garage que queren impulsar proxectos innovadores nos subsectores e ramas das industrias culturais e creativas.

Realizaranse ademais *newsletter* e folletos temáticos sobre diversas actividades do proxecto co obxectivo de publicar resultados do labor da investigación en experiencias innovadoras e historias de éxito identificadas.

Como eventos con repercusión pública e co obxectivo de difusión xeral, organizaranse unha conferencia de inicio e outra de peche do proxecto, ambas as dúas na Cidade da Cultura, en Santiago de Compostela.

-Compoñente 3. Intercambio de experiencias (ou boas prácticas). No contexto do programa Interreg IV-C unha boa práctica defínese como unha iniciativa (por

exemplo, metodoloxías, proxectos, procesos ou técnicas) levada a cabo nun dos ámbitos temáticos do programa (neste caso, promoción do emprendedurismo e pemes) que fose probada con éxito e con potencial para ser transferida a unha área xeográfica diferente.

A través do Garage Project identificaranse experiencias positivas de transferencia e impulso da creatividade nas áreas do emprendedurismo de base creativa (incubación) e da co-creación, agardando tamén poder transferir prácticas relativas a novas aproximacións á figura do clúster e identificar outras experiencias de éxito no ámbito de actuación do proxecto. Adicionalmente á identificación das boas prácticas e para garantir a efectiva transferencia, en cada un dos territorios de actuación realizarase un plan de implementación dunha boa practica, que será testada mediante unha acción piloto.

Porase en marcha, ademais, un Observatorio das Industrias Culturais e Creativas e da súa influencia noutros sectores, cunha vertente cuantitativa e outra cualitativa. Sobre unha plataforma *online*, conterá estatísticas relacionadas coas ICC en Europa, historias de éxito e de casos de emprendedores/as de garaxe, foro para o fomento do contacto e o intercambio entre emprendedores, asociacións sectoriais e clústers, etc.

Así mesmo, os socios investigarán sobre criterios comúns aquelas boas prácticas empresariais ou públicas de fomento das empresas e iniciativas creativas e culturais. Realizarase un *benchmarking* como análise comparativa das prácticas identificadas, de acordo cunha escala de criterios, entre os que se inclúe o beneficio para o medio e o fomento da igualdade de oportunidades.

Como parte desta actividade de intercambio, levaranse a cabo tres *workshops* temáticos, nos que participarán os socios, así como expertos externos. O primeiro deles, destinado á selección das mellores boas prácticas e coa participación de usuarios desas historias de éxito, terá lugar na cidade alemana Stuttgart a comezos de xullo de 2012.

Unha das entidades socias, a Delft University of Technology (Holanda), encargarse do repositorio e documentación das mellores prácticas validadas, co obxectivo de publicar e dar difusión no observatorio aos estudos de caso das prácticas seleccionadas.

A Cidade da Cultura de Santiago acollerá un segundo *workshop*, centrado no desenvolvemento de políticas para o impulso desas boas prácticas froito da cooperación interrexional. Para iso, xunto aos propios socios, convidaranse representantes dos departamentos encargados de políticas de promoción de emprendedurismo e industria. O obxectivo é facelos partícipes da iniciativa Garage cara a promover propostas innovadoras en axencias e departamentos (rexionais ou locais) de apoio á empresa, así como poñer en valor o potencial que ten a creatividade para impulsar a innovación en sectores tradicionais (construción, téxtil, etc).

Xunto a iso, a mediados de 2013 realizarase un seminario internacional na cidade finlandesa de Jyväskylä sobre a internacionalización de empresas creativas e os seus vínculos coas empresas tradicionais como medio para potenciar a economía do coñecemento en Europa. Participarán representantes de empresas que naceron como emprendedores de garaxe, pero que conseguiron abrirse paso nos mercados internacionais.

Outra das tarefas que deberán realizar os socios é a elaboración de plans de implementación dunha boa práctica para desenvolver no seu territorio por parte do departamento público correspondente. Isto permite proporcionar información práctica á hora de impulsar novos proxectos en canto a recursos necesarios, medidas de difusión entre os potenciais usuarios, etc. E, por outro lado, permite servir de “documento de propostas” para presentar aos departamentos responsables das políticas e programas.

Un terceiro *workshop* terá lugar en Xénova (Italia), co obxectivo de validar os plans de implementación, presentalos oficialmente e servir de lanzamento do “testeo” das experiencias seleccionadas. Xunto a entrevistas de presentación, realizaranse demostracións das boas prácticas seleccionadas en cada territorio (seminarios de co-creación, servizos de incubación, etc.).

3.5. Produtos e resultados esperados:

- Observatorio das Industrias Culturais e Creativas.
- Repositorio de boas prácticas.
- Tres *workshops* temáticos interrexionais.
- Dous seminarios internacionais.

- 45 boas prácticas identificadas.
- Conferencias de inicio e de peche.
- 15 Plans de implementación específicos para os territorios participantes.
- 14 testeos de boas prácticas, froito do intercambio entre socios, que consistirán en servizos, metodoloxías, ferramentas de apoio a emprendedores e pemes do sector das industrias creativas.

4. PARTENARIADO

1. **Xefe de fila: Agadic** (Axencia Galega das Industrias Culturais), Consellería de Cultura e Turismo, Xunta de Galicia.

2. **INTELI. Portugal, Lisboa**

Asociación sen fins lucrativos que se define como un centro de intelixencia e innovación. Apoia procesos de concepción, desenvolvemento e implementación de políticas de innovación como soporte a estratexias empresariais e territoriais. No seu capital participa o Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e Inovação (IAPMEI), adscrito ao Ministerio de Economía e Innovación.

3. **Észak-Alföld Axencia de Desenvolvemento Rexional. Hungría, Debrecen**

Organización sen ánimo de lucro no ámbito do desenvolvemento rexional en Észak-Alföld, incluíndo os condados de Jász-Nagykun-Szolnok, Hajdú-Bihar e Szabolcs-Szatmár-Bereg. A axencia foi fundada en xaneiro de 2000 coa finalidade de coordinar a elaboración do programa de desenvolvemento rexional e poñer en marcha todas aquelas accións encamiñadas á implementación e control do mesmo.

4. **Asociación rexional de municipios Central Stara Planina. Bulgaria, Gabrovo**

Integra 15 municipios de zonas montañosas, cun total de 350.000 habitantes. Presta apoio ás autoridades locais nas súas políticas e ao interese e gobernanza na rexión.

5. **Concello de Xénova, Italia**

Por medio da súa oficina de política cultural, patrimonio cultural, investigación e Universidade, promove unhas boas condicións para favorecer a cultura no territorio, impulsando a creatividade da xuventude, promovendo o diálogo intercultural e apoiando as industrias creativas.

6. **Instituto público Maribor 2012. Eslovenia, Maribor**

Foi creado polo Concello de Maribor para organizar e executar os programas en torno a Maribor 2012-Capital Europea da Cultura, tendo como socias outras cidades da rexión: Murska Sobota, Novomesto, Ptuj, Slovenj Gradec, Velenje.

7. **Parque Científico Rexional KTU. Lituania, Kaunas**

Institución pública, con incubadora de empresas e centro de innovación. O seu obxectivo é mellorar a eficiencia das actividades de I+D na rexión, prestando

diversos servizos, infraestrutura de investigación e apoio a pemes innovadoras e con base tecnolóxica, así como á posta en marcha e *spin-off* de novas empresas na rexión e en toda Lituania.

8. Fundación para Emprendedurismo de Gdansk, Polonia

É unha das ferramentas máis importantes para apoiar as pemes en Gdansk, promover o desenvolvemento económico da cidade e fomentando o espírito empresarial e o desenvolvemento das pequenas e medianas empresas. Entre as actividades desenvolvidas pola fundación destacan o labor de titoría, formación e consultoría, o apoio ás iniciativas da industria como a construción e desenvolvemento de clústers, etc.

9. Autoridade Rexional do Sueste. Irlanda, Tipperary

O seu obxectivo é contribuír á gobernanza rexional, articulando, identificando e enfocando a súa actividade ás deficiencias e necesidades específicas de desenvolvemento e investimento. Integra seis entidades locais: os condados de Carlow, Kilkenny, South Tipperary, Waterford City, Waterford County e Wexford.

10. Universidade de Gales, Trinity Saint David. Reino Unido, Gales

Froito da fusión da Trinity University College e a University of Wales Lampeter, ten como obxectivo servir as necesidades das comunidades no sueste de Gales desde unha perspectiva internacional. Conta cunha escola de negocios e unha escola de arte, cinema e medios de comunicación.

11. Instituto de investigación OTB da Universidade tecnolóxica de Delft, Holanda

Está especializado na investigación independente e asesoramento no campo da construción e vivenda e no contorno urbano. Desenvolve accións con emprendedores culturais e creativos, poñendo en marcha co Concello de Delft unha exitosa incubadora para xoves emprendedores, *techno-starters* (YES!Delft), que se está a ampliar a *start-ups* creativas.

12. Departamento de desenvolvemento económico da cidade de Stuttgart, Alemaña

No corazón de Europa e cun dos mercados máis grandes e significativos da Unión de Europa, Stuttgart é un dos territorios líderes en *high-tech* e sitúase á cabeza das áreas metropolitanas comercialmente máis fortes de Alemaña. Ofrece diferentes servizos públicos para o apoio aos seus emprendedores máis innovadores, a localización e a internacionalización de compañías.

13. Designforum Renania-Palatinado. Alemaña, Mainz

As principais funcións desta entidade de capital estatal son favorecer proxectos e actividades de demostración no estado de Renania-Palatinado, apoiar empresas creativas e de deseño no territorio, informar sobre vantaxes e posibilidades do deseño entre pemes, fomentar o desenvolvemento de conceptos e actividades en cooperación e ser o vínculo de unión entre empresas e políticas.

14. Consello Rexional de Finlandia Central. Finlandia, Jyväskylä

Integra 23 municipios de Finlandia Central nunha autoridade conxunta. O seu obxectivo é promover a calidade de vida e protexer o benestar da poboación a través da planificación a longo prazo, promoción de interese xeral, deseño e impulso da estratexia de desenvolvemento nesta zona.

15. Centro de Industrias Creativas. Estonia, Tartu

Pertencente á administración local, coordina as industrias creativas, proporcionando información e formación, asesoramento legal e económico para emprendedores creativos e servizos de preincubación e incubación de empresas. Conta cun complexo de edificios nos que ofrece a baixo custo espazos de oficina e espazos abertos de desenvolvemento de experiencias creativas.

6. CALENDARIO PREVISTO

COMPOÑENTE	ACTIVIDADE	2011	2012				2013				2014	
			T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2
Compoñente 0	Preparación da candidatura											
	Reunión na Cidade da Cultura (Santiago de Compostela)											
C1 Xestión e coordinación	Asistencia técnica											
	Comités de pilotaxe											
	Actividades de control											
C2 Comunicación e difusión	Xornadas de inicio e de peche											
	Identidade corporativa											
	Web e dinamización 2.0.											
	Boletíns e folletos											
C3 Intercambio de experiencias	Observatorio de Industrias Culturais e Creativas											
	Documentación sobre boas prácticas (BP)											
	Elaboración do repositorio BP e <i>benchmarking</i>											
	Plan de implementación											
	Test de implementación											

