



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Título del Trabajo:

La economía creativa para el fortalecimiento del desarrollo territorial en la ciudad de Guayaquil-Ecuador

Línea de Investigación:

Teoría y Desarrollo Económico

Modalidad de titulación:

Proyecto de Investigación

Carrera:

Economía énfasis Economía Empresarial

Autora:

Katherine Cristina Coronado Blum

Tutor:

Rafael Sorhegui Ortega, Ph.D.

Samborondón – Ecuador

2019

DEDICATORIA

El presente proyecto de investigación se lo dedico principalmente a Dios, por darme las fuerzas necesarias para continuar en este proceso y así obtener uno de los anhelos más deseados.

A mis padres, por su amor, dedicación y sacrificio desde el día que supieron de mi existencia, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y ser lo que soy. Es un orgullo y privilegio ser hija de ustedes.

A mi hermana, familiares y Candy por estar siempre presentes, acompañándome a lo largo de cada etapa de mi vida.

A todas aquellas personas que me han apoyado y lograron que este trabajo se realice con éxito, en especial a mi tutor y a todas a aquellas personas que abrieron sus puertas y compartieron sus conocimientos.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios por darme salud, fortaleza, responsabilidad y sabiduría, por no abandonarme en los momentos más difíciles y por guiarme a lo largo de mi existencia.

Gracias a mis padres, por ser el principal apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad. También, por confiar y creer en mis expectativas; por los consejos, valores y principios que me han inculcado.

A mi tutor, quien con sus conocimientos, experiencia, paciencia y motivación ha logrado en mí que pueda terminar este trabajo investigativo con éxitos. También me gustaría agradecer a todos mis profesores, quienes durante toda mi carrera profesional han aportado a mi formación universitaria.

Por último, agradezco a todas las personas que me han acompañado de manera directa e indirecta a lo largo de mi camino universitario.

Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS FINAL.docx (D57819361)
Submitted: 28/10/2019 17:16:00
Submitted By: ngonzalez@ecotec.edu.ec
Significance: 9 %

Sources included in the report:

Gema Parraga Economia Naranja 2da. REVISI◆◆N.docx (D48512501)
11. Siguencia, Mancino, Muñoz..docx (D45119802)
MARÍA_FERNANDA_CASTRO_DUQUE_ENSAYO_INDUSTRIAS_CULTURALES-convertido.pdf (D54571080)
https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/108397/29BGT_EspondaCarlos.pdf?sequence=1&isAllowed=y
<https://es.unesco.org/creativity/activities/desarrollo-de-las-industrias-creativas-para>
<https://www1.diba.cat/l1libreria/pdf/54057.pdf>
<http://www.innovacion.cl/reportaje/caracteristicas-de-la-industria-creativa-en-chile/>
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-73722013000100003
<https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/15979/1/Econom%C3%ADa%20Creativa%20-%202018.pdf>
<https://www.slideshare.net/gbelen93/sociedad-del-conocimiento-34593736>
<https://de.slideshare.net/pcantero/la-economia-naranja-una-oportunidad-infinita-38105791>
<https://es.slideshare.net/pcantero/la-economia-naranja-una-oportunidad-infinita-38105791>
https://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_creativa
<https://www.buenastareas.com/ensayos/Presentaci%C3%B3n-Econom%C3%ADa-Naranja/64590715.html>

Instances where selected sources appear:

33

CERTIFICACIÓN DE REVISIÓN FINAL

QUE EL PRESENTE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN TITULADO:

"LA ECONOMÍA CREATIVA PARA EL FORTALECIMIENTO DEL
DESARROLLO TERRITORIAL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL-ECUADOR"

FUE REVISADO, SIENDO SU CONTENIDO ORIGINAL EN SU TOTALIDAD,
ASÍ COMO EL CUMPLIMIENTO DE LOS REQUERIMIENTOS QUE SE
DICTAN EN EL INSTRUCTIVO, POR LO QUE SE AUTORIZA A:
CORONADO BLUM KATHERINE CRISTINA

QUE PROCEDA A SU PRESENTACIÓN.

Samborondón, 22 de noviembre de 2019


Rafael Sorhegui Ortega Ph.D.

TUTOR

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general evaluar la economía creativa como una propuesta viable para el fortalecimiento del desarrollo económico territorial en la ciudad de Guayaquil-Ecuador. Se quiso dar a conocer a la economía creativa como una propuesta viable e innovadora, transmitiendo la importancia al capital intelectual y a los productos intangibles; desde la generación de ideas, creación, producción y distribución de ella combinada con la tecnología. Para lograr el objetivo de la investigación se utilizó el método cualitativo mediante una encuesta para público en general y expertos, con ella se pudo obtener información acerca de la situación actual de la ciudad de Guayaquil con respecto a las actividades creativas. Gracias a la herramienta utilizada se pudo llegar a la conclusión que el Guayaquil existen actividades creativas pero las personas no las vinculan con las industrias creativas. Finalmente, se propuso una serie de ideas para que los ciudadanos se envuelvan en el tema de las industrias creativas, sus beneficios y en un futuro hacer de Guayaquil un referente de actividades creativas.

Palabras claves: economía creativa, industrias creativas, capital intelectual, propiedad intelectual y ciudades creativas.

ABSTRACT

The objective of this research was to evaluate the creative economy as a viable proposal for the development of territorial economic development in the city of Guayaquil-Ecuador. The creative economy was intended to be known as a viable and innovative proposal, transmitting the importance to intellectual capital and intangible products, from the generation of ideas, creation, production and distribution of it combined with technology. To achieve the objective of the research, the qualitative method was used by means of survey for the general public and experts, with it was possible to obtain information about the current situation of Guayaquil city regarding creative activities. Thanks to the tool used, it was possible to conclude that in Guayaquil there are creative activities but people do not link them with creative industries. Finally a series of ideas was proposed for citizens to get involved of creative industries, their benefits and in the future to make Guayaquil a benchmark of creative activities.

Key words: creative economy, creative industries, intellectual capital, intellectual property and creative cities.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	10
Antecedentes	12
Planteamiento del problema.....	13
Pregunta del problema.....	14
Delimitación temporal.....	14
Delimitación espacial	14
Objetivos.....	15
Objetivo general.....	15
Objetivos específicos	15
Idea a defender.....	15
Variables.....	15
Variable independiente	15
Variable dependiente	15
Justificación	16
Novedad o aspecto innovador	16
Alcance de la investigación	16
CAPÍTULO I: Marco Teórico.....	18
1.1 Contexto de la economía creativa	19
1.1.1 La sociedad del conocimiento y la economía del conocimiento	19
1.2 Antecedentes de la economía creativa.....	22
1.2.1 Economía cultural.....	22
1.3 Economía naranja	24

1.4	La economía creativa y el desarrollo territorial	25
1.4.1	Concepto de economía creativa y sus características.....	25
1.4.2	Importancia de la intangibilidad de los productos en la economía creativa	26
1.4.3	El papel del capital intelectual	27
1.5	Las industrias creativas	29
1.5.1	Cadena de valor en las industrias creativas	34
1.5.2	Territorio y las ciudades creativas.....	37
1.5.3	Indicadores para evaluar la industria creativa a escala territorial	39
1.6	Ciudades creativas.....	40
1.6.1	Definición de ciudades creativas y sus características	40
1.6.2	Clúster creativo.....	42
CAPÍTULO II: Marco Metodológico.....		43
2.1	Enfoque y alcance de la investigación.....	44
2.2	Variables: Conceptualización y operacionalización	44
2.3	Universo y muestra.....	44
2.4	Operacionalización de las variables	46
2.5	Técnicas e Instrumentos para la recolección de datos.....	46
CAPÍTULO III: ANÁLISIS DE RESULTADOS		48
3.1	Estadística descriptiva.....	49
3.1.1	Resultados obtenidos por dimensión.....	52
CAPÍTULO IV: PROPUESTA		61
CONCLUSIONES		66
RECOMENDACIONES.....		68

BIBLIOGRAFÍA.....	69
Anexo 1	74
Anexo 2	80

INTRODUCCIÓN

Actualmente, en el tiempo de la globalización, con la tendencia de los mercados extendiéndose fuera de las fronteras, existe una diversidad de bienes y servicios, al mismo tiempo que la tecnología acelera a una velocidad impresionante. La globalización da apertura a la sociedad del conocimiento, que gracias a las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) muchas actividades de la sociedad moderna se han ido desarrollando e innovando. Gracias a la sociedad del conocimiento se origina la economía del conocimiento, donde existe gran inversión en el capital intangible y la economía utiliza a la información como componente esencial para generar valor y riqueza.

El crecimiento económico moderno depende del incremento de la productividad, donde las sociedades se basan en el conocimiento debido a la dependencia de un conjunto de mecanismos físicos e instituciones culturales cuya producción y articulación demandan conocimientos. La economía creativa, es considerada el sector de la economía que abarca la generación de ideas y conocimiento avanzando hacia nuevas fronteras y no solo sobre bienes y servicios culturales, sino también de sectores fundamentales en la propiedad intelectual como: artes escénicas, software, cine y video, publicidad, editorial, música y diseño; todos aquellos sectores más la integración de la tecnología forman las industrias creativas.

Varias publicaciones han discutido el papel de la innovación, cultura y creatividad como un punto estratégico de desarrollo, debido a que genera interés, puesto que libera el sesgo de involucrar a la tecnología solo a la sociedad de la información y lo vincula con actividades culturales dándole importancia al capital intelectual como generador de valor económico.

Igualmente, La economía creativa ha sido de gran interés para posicionarla como motor de crecimiento para algunos organismos como la Conferencia de la Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, La Unión Europea y la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Al impulsar la economía creativa lo que se pretende es la incorporación de nuevas dimensiones a la ya tradicional innovación, generando un mayor valor económico a las nuevas invenciones desarrolladas por las industrias de la economía creativa. Es así que, en los casos exitosos se destaca que la industria creativa ha ocasionado un giro en las economías locales en declive, generando nuevas actividades económicas y empleos sostenibles.

Antecedentes

La ciudad de Guayaquil, conocida como “La Perla del Pacífico”, capital de la provincia del Guayas, ubicada en la costa de Ecuador y segunda ciudad más grande del Ecuador. Desde sus inicios, Guayaquil ha sido observada como una ciudad comercial; sus habitantes no siempre están al tanto de las novedades culturales o actividades creativas como: arquitectura patrimonial, literatura, teatro y festivales. Sin embargo, existen varias figuras representativas en los sectores creativos desde su independencia, el nueve de octubre de 1820; los poetas, José Joaquín de Olmedo y Medardo Ángel Silva; los escritores, Joaquín Gallegos Lara y Enrique Gil Gilbert, quien escribió una de las novelas más célebre del Ecuador: “Las cruces sobre el agua”; en el sector musical, el más reconocido es Julio Jaramillo, conocido internacionalmente como el “Rruiseñor de América”, en el siglo XI existen otros cantautores guayaquileños con gran trayectoria como: Jorge Luis del Hierro, Daniel Betancourt, Mirella Cesa y Johann Vera.

Actualmente, en el Ecuador no existe un registro para las actividades creativas. Hasta la fecha la Cuenta Satélite de Cultura (CSC) ha identificado ocho sectores relacionados con la economía creativa en el país: artes escénicas, artes plásticas y visuales, audiovisual, actividades de creación, arte y entretenimiento, diseño, formación artística, libros y publicaciones y música. Para el 2014, estos sectores representaron el 2,02% del PIB y alcanzaron un 1,36% del Valor Agregado Bruto Total. En cuanto a exportaciones e importaciones hasta la fecha solo se han considerado los siguientes sectores: editorial, audiovisual, diseño y artes gráficas. En la modificación de la Constitución de 2018, se fundamenta la construcción de una identidad cultural propia, dando como primer paso la separación del Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ministerio de Educación. Para fomentar las actividades

creativas, en el Ecuador se eliminó el impuesto al valor agregado (IVA) para diez servicios artísticos, entre ellos: la producción audiovisual y musical, servicios de museos, producción editorial, para los escultores y autores. Finalmente, en el mes de agosto del presente año, el Ministerio de Cultura formo una alianza con el BanEcuador para abrir una línea de créditos denominada “Impulso Cultura”

En un estudio realizado en España en 2012, se pudo evidenciar un gran desarrollo de las actividades creativas en el país, donde Madrid y Barcelona encabezan las ciudades más destacadas, en ellas resaltan los clusters empresariales que han impulsado nuevas ideas de negocios y plazas de trabajo. Para 2017 en un estudio que se llevó a cabo en México se pudo evidenciar que en las ciudades existen varias actividades económicas informales relacionadas con la creatividad donde el gran desafío está en transformarlos en negocios formales, convirtiendo a la creatividad en innovación para sus negocios. La ciudad de San Cristóbal de las Casas, Chiapas, México se convirtió en la primera ciudad de ese país en considerar a la economía creativa como fuente para su desarrollo; en esta ciudad dan un gran valor a la creatividad y los productos artesanales de la región, para garantizar el éxito en la ciudad, tanto el sector público y privado comprendió que apoyándose mutuamente pueden dar a la ciudad el impulso del cambio y desarrollo a través de la economía creativa.

Planteamiento del problema

Actualmente es necesario buscar nuevas estrategias innovadoras de desarrollo para la sociedad. En países desarrollados de Europa en el sector de servicios, la innovación en industrias de la economía creativa está siendo un motor de desarrollo urbano con resultados positivos en el presente y con buenas perspectivas a largo plazo. Es así que:

La idea de la cultura como un motor para el desarrollo económico y la creación de una “imagen de ciudad” se difunde a lo largo del planeta con fuerza creciente, habiéndose extendido el interés por introducir este concepto en las agendas políticas de muchas ciudades, que buscan convertirse en nodos de la economía creativa mundial. (Prada y Jiménez, 2014)

En el Ecuador las industrias creativas están presentes a nivel de ciudad y el territorio, las investigaciones para desarrollar la verdadera importancia de ellas son escasas en la actualidad, por lo cual, es una razón para proponer las mismas como una opción viable para impulsar el crecimiento económico y el empleo a nivel de territorio y ciudad. De la misma manera, indagar en dichas industrias en el Ecuador es prometedor gracias a los beneficios que se obtiene en el ámbito económico, entre ellos: crecimiento y desarrollo en la economía, generación de empleo y aumento del PIB a escala territorial.

Pregunta del problema

¿Cómo la economía creativa puede fortalecer el desarrollo territorial de la ciudad de Guayaquil-Ecuador?

Delimitación temporal

El desarrollo de la presente propuesta de investigación se llevó a cabo en los meses de junio hasta septiembre del año 2019.

Delimitación espacial

El proyecto de investigación está dirigido a la ciudad de Guayaquil-Ecuador.

Objetivos

Objetivo general

Evaluar la economía creativa como una propuesta viable para el fortalecimiento del desarrollo económico territorial en la ciudad de Guayaquil.

Objetivos específicos

1. Sistematizar los aspectos teóricos relacionados con la economía creativa y el desarrollo territorial.
2. Diagnosticar la situación de las industrias creativas para contribuir al desarrollo económico a escala territorial en la ciudad de Guayaquil.
3. Proponer a la economía creativa como motor de fortalecimiento territorial en la ciudad de Guayaquil-Ecuador.

Idea a defender

Valorar a la Economía Creativa como motor de fortalecimiento en el desarrollo territorial de la ciudad de Guayaquil-Ecuador.

Variables

Variable independiente

- La economía creativa

Variable dependiente

- Desarrollo territorial

Justificación

América Latina y el Caribe son ricos en historia artística y diversidad cultural, de manera que, en la búsqueda de nuevas alternativas de innovación y explotación para el desarrollo, la industria cultural y creativa, representantes de la economía creativa, son un camino viable a mediano y largo plazo para el desarrollo territorial en la ciudad de Guayaquil.

Enfocarse en una industria en crecimiento a nivel mundial pone en relevancia la oportunidad de ser propulsor de la misma. Gracias a la globalización, las culturas han traspasado fronteras, por lo que ha sido indispensable dejar una huella cultural y actualmente gracias al avance y alcance que las naciones tienen con la tecnología es mucho más fácil conseguirlo.

Novedad o aspecto innovador

La novedad de la presente investigación se basa en proponer una nueva alternativa mediante la industria creativa para el desarrollo territorial de la ciudad de Guayaquil-Ecuador.

Alcance de la investigación

El presente proyecto de investigación tiene como propósito aplicar la investigación exploratoria y descriptiva de forma conjunta. De tipo exploratorio, debido a que se analizara un tema poco estudiado en el Ecuador. De tipo descriptivo, puesto que la situación será especificada por el autor.

Tipo exploratorio: “se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes” (Hernández, 2014, p. 91). Los instrumentos a utilizar son: informes de organismos internacionales y artículos científicos.

Tipo descriptivo: “se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Hernández, 2014, p. 92). Los instrumentos a utilizar son: entrevistas y encuestas.

CAPÍTULO I: Marco Teórico

1.1 Contexto de la economía creativa

1.1.1 La sociedad del conocimiento y la economía del conocimiento

Es importante conocer los contextos que dieron apertura a la economía creativa, para así saber el origen del término. Se comenzará a describir a la globalización, que es el punto de partida para varias terminologías actuales que están siendo utilizadas por todas las naciones, entre la más conocida tenemos a las tecnologías de la información y la comunicación. Después, se manifestará como la sociedad del conocimiento dio origen a la economía del conocimiento.

El Fondo Monetario Internacional (FMI) define a la globalización como:

Un proceso histórico, el resultado de la innovación humana y el progreso tecnológico. Se refiere a la creciente integración de las economías de todo el mundo, especialmente a través del comercio y los flujos financieros. En algunos casos este término hace alusión al desplazamiento de personas (mano de obra) y la transferencia de conocimientos (tecnología) a través de las fronteras internacionales. La globalización abarca además, aspectos culturales, políticos y ambientales (Fondo Monetario Internacional , 2000, ¶ 6).

Se dice que el concepto de globalización se emplea desde los años ochenta, cuando el avance de las tecnologías permitió el comercio entre países; es decir, más allá de las fronteras. El término de la globalización contiene cuatro aspectos: comercio exterior, movimientos de capital, migraciones y difusión de los conocimientos y la tecnología.

Con el avance del proceso de la globalización, hoy, el comercio y servicios están cada vez más desarrollados e integrados. Debido a la información y al

conocimiento, los distintos mercados podrían fomentar la eficiencia por medio de la competencia y la especialización de cada economía.

Entre las características de la globalización podemos mencionar las siguientes:

1. La globalización es un resultado histórico del desarrollo de las fuerzas productivas; resultados de la evolución del conocimiento humano, de su obra de creación técnica, científica y tecnológica.
2. “Disminución significativa del componente materia prima en los costos de producción, en correspondencia con el incremento progresivo de los costos de investigación-desarrollo como costos fijos de las empresas (lo que significa un aumento relativo y absoluto del componente conocimiento)” (Manjarrez y Fernández, 2014, p. 2).
3. Lo novedoso del proceso de globalización “radica en el crecimiento acelerado de industrias y ramas de la economía donde el recurso limitante, en lugar de ser la tierra, la materia prima o el capital, lo constituye el conocimiento” (Manjarrez y Fernández, 2014, p. 3).
4. El proceso de globalización es un proceso multidimensional donde las actividades relacionadas con la creatividad, la innovación, el conocimiento, y la cultura desempeñan un rol significativo en la creación de los bienes intangibles con mayor valor agregado.

Desde la década del 60 del siglo XX, se encuentra en la literatura especializada las primeras ideas asociadas a la noción sociedad del conocimiento, cuando se analizaron los cambios en la sociedad de conocimiento y se acuñó la noción de la sociedad post-industrial.

Así, por ejemplo, el sociólogo Peter F. Drucker pronosticó la emergencia de una nueva capa social de trabajadores de conocimiento (P. F. Drucker, 1959) y la tendencia hacia una sociedad de conocimiento (Drucker, 1969). Este tipo de sociedad está caracterizada por una estructura económica y social, en la

que el conocimiento ha substituido al trabajo, a las materias primas y al capital como fuente más importante de la productividad, crecimiento y desigualdades sociales (véase Drucker, 1994).

La noción “sociedad del conocimiento” nos indica la importancia de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y su utilización en los procesos económicos y culturales. Sin embargo, la sociedad del conocimiento surge en los contextos de mundialización y globalización, “generando una serie de características: apertura e intercambio de información que circula a gran velocidad gracias a los avances tecnológicos” (Balart y Cortés, 2018, p. 3). Las TIC han hecho posible sobreponer los impedimentos sociales y geográficos; así como también, las comunidades han podido acceder y compartir información alrededor del mundo.

El concepto actual de la “sociedad del conocimiento” no está centrado en el progreso tecnológico, sino que lo considera como un factor del cambio social entre otros, asociados a la expansión de la educación. Según este enfoque, el conocimiento será cada vez más la base de los procesos sociales en diversos ámbitos funcionales de las sociedades. Crece la importancia del conocimiento como recurso económico, lo que conlleva la necesidad de aprender a lo largo de toda la vida.

La sociedad del conocimiento ha originado un rol relevante: “La Economía del Conocimiento”, la cual incorpora el resultado y el progreso de la ciencia. De acuerdo a Drucker (1994), en el futuro, no existirá limitaciones a la información, sino países insuficientes es crear, adquirir y/o aplicar el conocimiento. La economía del conocimiento se concibe como el desplazamiento de la producción de bienes a la producción de ideas, lo que supone el tratamiento de Información (Terán, 2018, p. 50). Catells (2001), citado por Guevara (2013), señala que la economía del conocimiento no se basa solo del conocimiento, de hecho, presenta tres características claves: productividad en información, tiempo real y trabajo en red o networking.

Según Steinmueller (2014) La expresión “la economía basada en los conocimientos” capta una diferencia cualitativa en la organización y conducta de la vida económica moderna (¶ 4). Los que utilizan la expresión y conducta de la vida económica moderna. Los que utilizan la expresión sostienen que los determinantes del éxito de las empresas y del conjunto de la economía de un país, dependen cada vez más de su efectividad para generar y utilizar conocimientos.

En pocas palabras, el conocimiento contribuye a la economía sosteniendo los aumentos de productividad, la formación y el crecimiento de nuevas industrias, y los cambios organizacionales necesarios para aplicar eficazmente nuevos conocimientos.

Por tanto, el concepto “sociedad del conocimiento” y la “economía basada en el conocimiento” hace referencia, por lo tanto, a cambios en las áreas tecnológicas y económicas estrechamente relacionadas con las TIC, en el ámbito de planificación de la educación y formación, en el ámbito de la organización (gestión de conocimiento) y del trabajo (trabajo de conocimiento). En este contexto se propicia la aparición de la economía cultural y la economía creativa.

1.2 Antecedentes de la economía creativa

1.2.1 Economía cultural

Los antecedentes de la economía cultural están presentes en diferentes épocas y autores, que empiezan a percibir la influencia de la cultura en el desarrollo económico de las sociedades. Algunos de estos autores son Karl Marx, Max Weber, John M. Keynes y Thorstein Veblen. Ellos consideran que la economía crea la cultura, mientras que otros creen que la cultura crea la economía.

La obra que dio origen a la economía cultural es de 1966 titulada: “*Performing Arts: The Economic Dilemma*”, donde sus autores William Baumol y William Bowen, ambos especialistas en economía, contemplaron la disyuntiva denominada “enfermedad de los costos”, particular de las artes escénicas (teatro, danza y opera) lo cual los llevo a un solo criterio: el Estado debe subsidiar aquellas actividades.

En aquella obra se considera a la economía cultural más keynesiana-weberiana frente a un enfoque más privado y coleccionista, que una concepción Veblen-Marxiana, donde es la riqueza la que crea cultura. Ruth Towse en su libro: “*A Handbook of Cultural Economics*” (2003), define a la economía cultural como la aplicación de la economía a la producción, distribución y consumo de todos los bienes y servicios culturales.

La economía cultural focaliza la interacción entre economía y cultura. “Este enfoque es importante porque también abarca los modos más extensos de entender vitalmente la cultura, revelando el modo en que identidades y mundos reales están interconectados con la producción, distribución y consumo de bienes y servicios” (PNUD, 2013, p. 24). Para la UNESCO, las actividades y los bienes culturales expresan el “sentido simbólico, la dimensión artística y los valores culturales” de personas, grupos y sociedades (Palma & Aguado, 2010, p. 146). David Throsby y Victor Ginsburgh en su libro “*Handbook of the Economics of Art and Culture*” (2006) exponen varias características de los bienes culturales que engloba los bienes y servicios producto de las singularidades previamente mencionadas:

Transmiten mensajes simbólicos a quienes los consumen, son bienes de experiencia¹, tienen propiedades de los bienes públicos, en el centro

¹ Se debe identificar dos procedimientos para conseguir información sobre la calidad, los atributos y el precio de los bienes: la búsqueda (inspección, revisión) antes de la compra, y la experiencia después de la compra. Un buen número de bienes culturales corresponde al segundo grupo, pues para disfrutarlos es necesario conocer sus atributos y condiciones.

de su proceso de producción está el trabajo creativo, están sujetos a la legislación de propiedad intelectual, y encarnan o dan lugar a formas de valor que no se pueden expresar totalmente en términos monetarios y que no pueden ser reveladas, bien sea en mercados reales o contingentes (Palma y Aguado, 2010, pp. 146-147).

Los sectores que conforman la economía cultural son considerados dentro de la economía creativa o también denominada economía naranja, debido al uso del capital intelectual y la producción de bienes y servicios intangibles.

1.3 Economía naranja

John Howkins, pionero de la economía naranja, es quien por primera vez define a la economía naranja a principios del nuevo milenio. El estímulo para llegar al concepto proviene al final de los años noventa con el boom de las tecnologías y el internet, donde él se percató que las personas se estaban olvidando de la importancia de generar ideas, perfeccionarlas, protegerlas y vivir de ellas; donde la riqueza tiene base en el talento, propiedad intelectual, la conectividad y la herencia cultural las naciones.

Existen varias razones por la selección del color naranja, las más relacionadas con el presente proyecto de investigación son porque es el color que se frecuenta en la cultura, creatividad e identidad. De igual forma, en la antigüedad, los egipcios utilizaban el rejalgar o el sulfuro de arsénico (tonos naranjas) para decorar los jeroglíficos de las tumbas de los faraones. En la mitología griega, Dioniso, patrón del teatro se lo refleja en pinturas vistiendo de naranja.

El color naranja también está presente en religiones orientales: en el confucianismo, como el color de la transformación; el chacra naranja representa el centro creativo del individuo. Para civilizaciones antiguas es el

color del aprendizaje y liderazgo. Las cerámicas mesoamericanas (Toltecas, Mayas y Mixtecas) son de tonalidad naranja y para los Tupac Katari representa la sociedad y la cultura. Asimismo, eventos y tradiciones occidentales relacionan el naranja con el entretenimiento. (Buitrago, 2013, pp. 43-44).

Dentro de la economía naranja se da una distinción entre bienes creativos y servicios creativos, entre los dos, los servicios en la década actual han incrementado alrededor del 70%, en vista a que actualmente las transacciones se realizan a través de la web. Según, el libro “La Economía Naranja, una oportunidad infinita”, escrito por Felipe Buitrago Restrepo e Iván Duque Márquez para el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), para el 2005 la economía naranja represento el 6.1% de la economía global. Además, la economía naranja está compuesta por economía cultural y economía creativa.

1.4 La economía creativa y el desarrollo territorial

1.4.1 Concepto de economía creativa y sus características

Australia, es el país considerado como fundador de la economía creativa, el cual desde 1994 ha establecido políticas de desarrollo cultural. En 1997, Tony Blair, primer ministro británico, impulsa la política cultural; fundamentándolo en el desarrollo económico de Reino Unido. Sin embargo, es en 2001 donde se populariza la economía creativa con la publicación de John Howkins denominada: *The creative economy: how people make money from ideas*, en el que se efectúan estudios en distintos países y se confirma que las artes son importantes para el desarrollo económico de un país (Matadamas, Hernández, Regino, Cruz & García, 2017, p. 3996). “La economía creativa o también llamada economía naranja se convierte en la cuarta fuerza laboral con más de 144 millones de trabajadores, para el año 2011 su fuerza laboral mundial fue de 3.266 millones de trabajadores” (Ramírez y Rodríguez, 2018, p. 6).

La definición de economía creativa es compleja e incluso se encuentra en formación. No obstante, se encuentran diferentes pero novedosos significados de creatividad, la Real Academia de la Lengua Española la define como la facultad de crear, y capacidad de creación; la Academia Francesa la señala como la capacidad de crear e inventar (Matadamas et al., 2017, p. 3997). Por otro lado, a pesar de la ambigüedad de la definición de la economía creativa el BID (2017) la define “como el grupo de actividades a través de las cuales las ideas se transforman en bienes y servicios culturales y creativos, cuyo valor está o podría estar protegido por derechos de propiedad intelectual (DPI)” (p. 9).

La economía creativa abarca varios sectores económicos, además, es una área más extensa que la economía tradicional. Según Montayo (2018) la economía creativa mantiene las siguientes características:

- Distinción única en sus productos, y no solo por funciones y precio.
- Las personas que generan los productos creativos valoran vigorosamente el esfuerzo.
- En la economía creativa existe una perspectiva de trabajo multidisciplinario.
- Los productos y servicios de la economía son extremadamente diferenciados, a causa que no existe homogenización.
- Competencia por características únicas, mas no por volumen, funcionalidad o precio (¶ 11).

1.4.2 Importancia de la intangibilidad de los productos en la economía creativa

Se define a un producto “como algo que puede ser ofrecido a un mercado por su atención, adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo

o una necesidad” (Armstrong y Kotler, 2013, p. 196). Los productos sencillamente se clasifican en tangibles e intangibles. Los productos tangibles son productos físicos, los que se fabrica, envían y se entregan. Los productos intangibles son productos que no son entregados físicamente y también se los denominan servicios. Es importante mencionar que alrededor del 75% del valor de un producto o servicio está en su parte intangible, mas no en el apartado tangible.

En la economía tradicional existe un proceso desde el arribo de la materia hasta la transformación de esa materia prima en un producto final con valor agregado. En la economía creativa, la “materia prima” es la relación del capital intelectual y la experiencia de las actividades relacionadas con varios sectores; aquella “materia prima” va seguido de un proceso que incluye distintos actores constituyendo una especie de ecosistema. Los productos finales provenientes de la economía creativa tienen abundantes tipos de uso y superior viabilidad de ser activado entre comunidades, dicho de otra manera, generan ventajosos resultados financieros, sociales, culturales y ambientales.

1.4.3 El papel del capital intelectual

La consideración del capital intelectual se da debido a la importancia y valor de la gestión del conocimiento en las empresas desde el avance de la tecnología. Los pioneros en el tema de capital intelectual (CI) son Annie Brooking, Leif Edvinsson Edvinsoon y Michael Malone. Brooking hace referencia al CI como una forma de incrementar el valor de la organización, sin embargo, Edvinsoon lo explica mediante una metáfora. De los precursores se puede determinar que el capital intelectual “es el conjunto de activos intangibles, relevantes para una organización, basado en el conocimiento como agente productor de capitales económicos, que aun cuando no se refleja

en los estados financieros, genera un valor en el presente o en un futuro” (Sarur Zanatta, 2013, p. 40).

“El resultado del aporte de estas industrias a la sociedad es visible en productos tangibles y servicios intangibles intelectuales o artísticos con contenido creativo, valor económico y objetivos de desarrollo cultural” (Blanco, Bernal, Camacho, y Díaz, 2018, p. 17). Para las Naciones Unidas (UNCTAD, 2008) y para La Cámara de Comercio Internacional (ICC) el conocimiento desde la creatividad y el capital intelectual están presentes en los procesos de creación, producción y distribución de bienes y servicios; los cuales deben estar protegidos por la propiedad intelectual y los derechos de autor.

La orientación de la economía creativa esta hacia las producciones que originan valor con motivo de prestar un bien o servicio basados en la propiedad intelectual (PI). “A raíz de esta propiedad intelectual se está aportando a un bien colectivo e individual, es de esta manera como las industrias creativas son parte fundamental del desarrollo económico del país” (Ramírez y Rodríguez, 2018, p. 5). John Howkins en su libro *“The Creative Economy”* especifica que las leyes de propiedad intelectual contribuyen a que el individuo genere valor económico en base al desarrollo de sus capacidades creativas. Además, Howkins sostiene que una apreciación relevante es que la creatividad humana existe de una forma u otra, lo cual conlleva a la creación y origen de valor.

La propiedad intelectual ofrece varias oportunidades a las naciones, estas regulan la propiedad, incrementan valor y favorece el comercio de bienes y servicios culturales, favoreciendo a los creadores individuales y comunidades creativas. “Los incentivos y recompensas que proporcionan alientan la inversión y el desarrollo de modelos de negocio sostenibles, ayudando a producir beneficios sociales y económicos duraderos” (PNUD, 2013, p. 93). Con la existencia legal de la propiedad intelectual, los creadores se pueden

fiar en que sus creaciones se emplean legítimamente y tendrán el reconocimiento y retribución económica respectiva.

Incluyendo obligaciones de propiedad intelectual sobre la economía creativa “posibilita: a) mejorar el valor económico y los canales de distribución de obras creativas/culturales; b) crear nuevas oportunidades para la innovación cultural; y c) garantizar los derechos de propiedad de los creadores, asegurando así oleadas de beneficios directos” (PNUD, 2013, p. 93). Un ejemplo, es la adopción legislativa en materia de derecho de autor a principios de los 2000, donde:

China ha suministrados dos opciones para proteger los intereses de los titulares de derechos. La primera de estas opciones constituye un enfoque judicial que permite a los titulares de derechos emprender acciones legales penales o civiles contra infractores. La segunda es un procedimiento administrativo de ejecución forzosa que involucra a las autoridades administrativas, quienes tienen la capacidad para realizar investigaciones sobre casos denunciados de infracción a los derechos de autor (PNUD, 2013, p. 94).

1.5 Las industrias creativas

Los antecedentes de las industrias creativas las encontramos en el término “industrias culturales”, el cual inicia en la Escuela de Frankfurt, entre las décadas de 1930 y 1940, época donde se denunció la mercantilización del arte tanto que aportaba una legitimación ideológica a las sociedades capitales y la aparición de una industria cultural popular. Sin embargo, en la década de 1960 algunos especialistas comenzaban a manifestar que no necesariamente aquel proceso mercantil era de un resultado de expresión cultural. Con el tiempo, la industria cultural “hacia referente a formas de producción y consumo cultural

que tenían un elemento expresivo o simbólico en su núcleo” (PNUD, 2013, p. 20).

Ahora bien, la industria creativa emplea una vinculación más extensa, incluyendo bienes y servicios de la producción de las industrias culturales, así como aquellas que dependen de la innovación, incluyendo diferentes tipos de investigación y desarrollo de software. La expresión empezó a introducirse en la formulación de políticas culturales en Australia a principios de los años 90, “seguida por el influyente Ministerio de Cultura, Medios de Comunicación y Deporte del Reino Unido, que promovió la transición para pasar de industrias culturales a industrias creativas al final de la década” (PNUD, 2013, p. 20).

En la literatura especializada se ha identificado diferentes definiciones sobre las industrias creativas emitidas por varias Organizaciones Internacionales que se exponen en la Tabla 1.

Cuadro 1. Conceptualización por parte de Organismos Internacional

Organización	Definición
Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) año 2003	Estas industrias son aquellas que se dedican, son interdependientes, o que se relacionan directa e indirectamente con la creación, producción representación, exhibición, comunicación, distribución o venta de materiales protegido por el derecho de autor.
Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD) año 2010	Las industrias creativas se definen como ciclos de producción de bienes y servicios que usan la creatividad y el capital intelectual como principal insumo. Se clasifican por su papel como patrimonio, arte, medios y creaciones funcionales.
Departamento de Cultura, Medios y Deportes del Reino Unido (DCMS) año 2010	Las industrias creativas son aquellas actividades que tienen su origen en la creatividad, la habilidad, y el talento individual, y que tienen el potencial de crear empleos y riqueza a través de la generación y la explotación de la propiedad intelectual.
Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) año 2011	Son las industrias de contenido, las cuales son la editorial, cine, televisión, radio, discográfica, contenidos para celulares, producción audiovisual independiente, contenidos para web, juegos electrónicos y contenidos producidos para la convergencia digital (<i>cross media</i>).

<p>Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) año 2013</p>	<p>Son aquellas que combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos creativos que sean intangibles y de naturaleza cultural. Estos contenidos están normalmente protegidos por el derecho de autor y pueden tomar la forma de un bien o servicio. Incluyen además toda producción artística o cultural, la arquitectura y la publicidad.</p>
<p>Banco Interamericano de Desarrollo (BID) año 2013</p>	<p>Las industrias creativas comprenden los bienes y servicios que tradicionalmente se asocian con las políticas culturales, los servicios creativos y los deportes.</p>

Fuente: Elaboración propia.

En las distintas definiciones por organizaciones internacionales a través de los años se puede observar algunas diferencias y evolución de la definición de las industrias creativas. Ya en el 2010 en la UNCTAD, se habla que las industrias creativas son ciclos de producción y que generan empleos y riqueza; con la CEPAL un año después, se añaden las industrias de contenido, para el 2013 la UNESCO, agrega al sector de la arquitectura y para el mismo año, el BID asocia las industrias creativas con políticas culturales.

Asimismo, se puede observar que entre las múltiples definiciones desde el 2003 existen las siguientes semejanzas: 1) materia prima: creatividad, arte y cultura; 2) correlación con los derechos de propiedad intelectual, en especial con el derecho de autor; 3) existencia de una cadena de valor. Entonces para este proyecto de investigación se define a las industrias creativas como aquellas que se originan de la creatividad, arte y cultura, generando empleos y riqueza a través de la producción de bienes y servicios, resguardados por los derechos de autor.

Teniendo en consideración la evidencia científica de los estudios realizados de las industrias culturales y creativas se han constituido cerca de cuatro modelos que puntualizan la clasificación de las industrias culturales y creativas desde la relación de la economía creativa. En la Tabla 2, se identifican la

asociación de la clasificación vinculada a la temática de la presente investigación:

Cuadro 2: Modelos de clasificación para las industrias creativas

	1. Modelo de textos simbólicos	2. Círculos Concéntricos	3. Modelo del Reino Unido	4. Modelo OMPI
OBJETIVO	La producción, difusión y consumo de las ideas, son transmitidos por diversos medios de comunicación, generando un comercio de las mismas para obtener unos beneficios económicos.	Generar y transmitir valores agregados a otras expresiones creativas y culturales de una sociedad	Integra el concepto de industrias creativas con el de la innovación y a capacidad que este tipo de industrias tiene para generar empleo y riqueza	Da prioridad a las actividades que están directamente relacionadas con la creatividad sujeta al bienestar de los derechos de autor
COMPONENTES	<i>Núcleo de Industria Cultural</i>	<i>Núcleo de artes creativas</i>	Publicidad	<i>Núcleo Industrial de derecho de autor</i>
	Publicidad	Literatura	Arquitectura	Publicidad
	Cine	Música	Arte y mercado de antigüedades	Sociedad de gestión colectiva
	Internet	Artes Escénicas	Artesanías	Cine y Video
	Música	Artes Visuales	Diseño	Música
	Editorial	<i>Otras industrias culturales básicas</i>	Moda	Artes escénicas
	Televisión y Radio	Cine	Cine y Video	Editorial
	Video Juegos	Museo y Bibliotecas	Música	Software
	<i>Periferia de las industrias culturales</i>	<i>Industrias culturales ampliadas</i>	Artes escénicas	Televisión y Radio
	Artes creativas	Servicio de Patrimonio	Editorial, Software	Visual y arte grafico
	<i>Frontera de la industria cultural</i>	Editorial	Televisión y Radio	<i>Industrias interdependientes de las industrias de derecho de autor</i>
	Electrónica de consumo	Software	Video	Material de grabación en blanco

Moda	Televisión y Radio	Juegos PC	Electrónica de consumo
Software	Video juegos	Musicales	Instrumentos
Deporte	<i>Industrias relacionadas</i>		Fotocopiadores
	Publicidad		Equipo fotográfico
	Arquitectura		Industrias parciales de derecho de autor
	Diseño		Arquitectura
	Moda		Ropa, Calzado
			Diseño, Moda
			Enseres domestico
			Juguetes

Fuente: (Ramírez & Rodríguez, 2018, p. 10)

En los cuatro modelos de clasificación de industrias creativas presentadas en la tabla 2 se puede expresar que existe una difusión de ideas priorizando las actividades directamente relacionadas a la creatividad, generando: innovación, comercio, beneficios y valor a la creatividad. Entre los modelos los componentes que se repiten son:

1. Publicidad
2. Cine y Video
3. Música
4. Editorial
5. Televisión y radio
6. Video Juegos
7. Artes Escénicas
8. Electrónica de consumo
9. Moda
10. Software
11. Artes escénicas
12. Arquitectura
13. Diseño

1.5.1 Cadena de valor en las industrias creativas

El término de cadena de valor fue introducido entre las décadas de los sesenta y setenta en el análisis de la trayectoria de exportación de minerales. Ya en la década de los ochenta el término era utilizado para analizar la capacidad empresarial al abarcar el flujo completo de una cadena. En la actualidad, el término de cadena de valor se puede definir como una metodología de identificación de enlaces en la estructura de distribución de las ganancias originadas en los procesos de globalización, según Kaplinsky. En las diferentes industrias, las empresas buscan generar valor económico para cubrir: costes de producción, inversión y salarios y en las industrias creativas “es significativo analizar y visibilizar aquellos sectores de importancia capital con el fin de priorizar y articular las fases o eslabones del ciclo cultural que permitirán producir, difundir y valorizar sus expresiones y manifestaciones” (Flores, y otros, 2015, p. 18).

La definición de cadena de valor también se aplica para los ámbitos de la cultura, dado que se puede establecer el estudio de sus áreas a través de la especificación, articulación y circulación de sus bienes y servicios. Incluso, el término de valor es correcto en la medida que cada uno de los eslabones del ciclo representa un componente necesario, desde la concepción de una idea o manifestación cultural hasta que pasa a convertirse en un bien dirigido a satisfacer necesidades o expectativas de la sociedad. (Flores, y otros, 2015, p. 18, citado por Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, 2011).

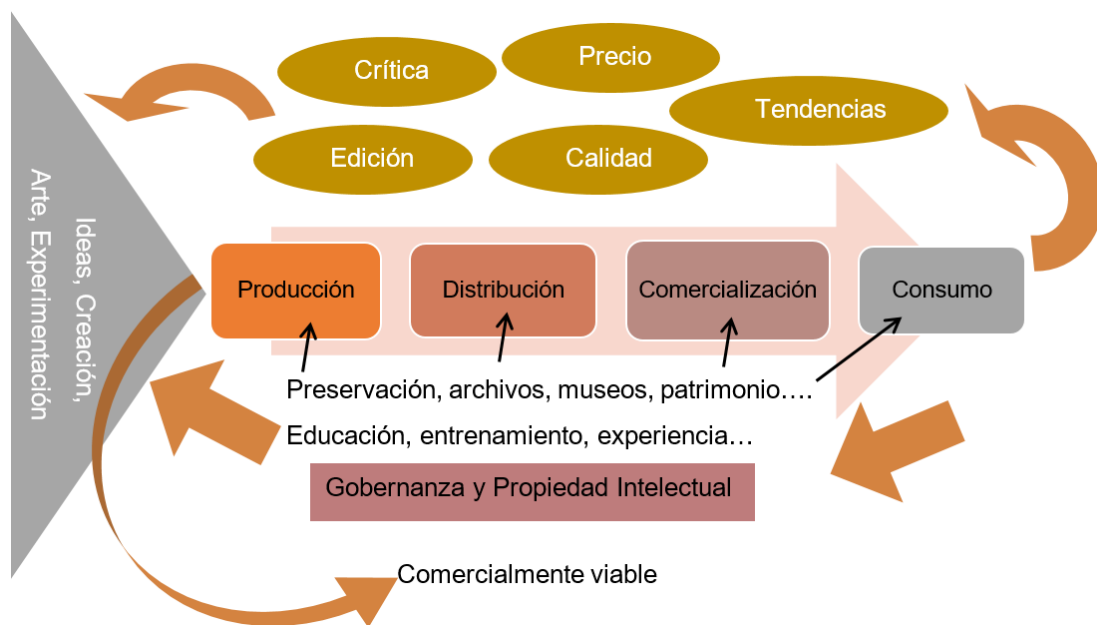
En el 2006 la UNESCO presenta de forma general la secuencia de transformación de los bienes y servicios de las industrias creativas hasta llegar al consumidor:

- a) Creación: etapa donde una idea o concepto es esencial y se desarrolla

- b) Producción: etapa donde la idea o concepto es desarrollado a profundidad.
- c) Distribución
- d) Consumo

Esta secuencia va asociada con la educación y la preservación del patrimonio. Del mismo modo, el BID en su informe del 2013 titulado: “La economía naranja. Una oportunidad infinita”, agrega al modelo tres variables importantes.

Figura 1. Cadena de valor de las Industrias Creativas



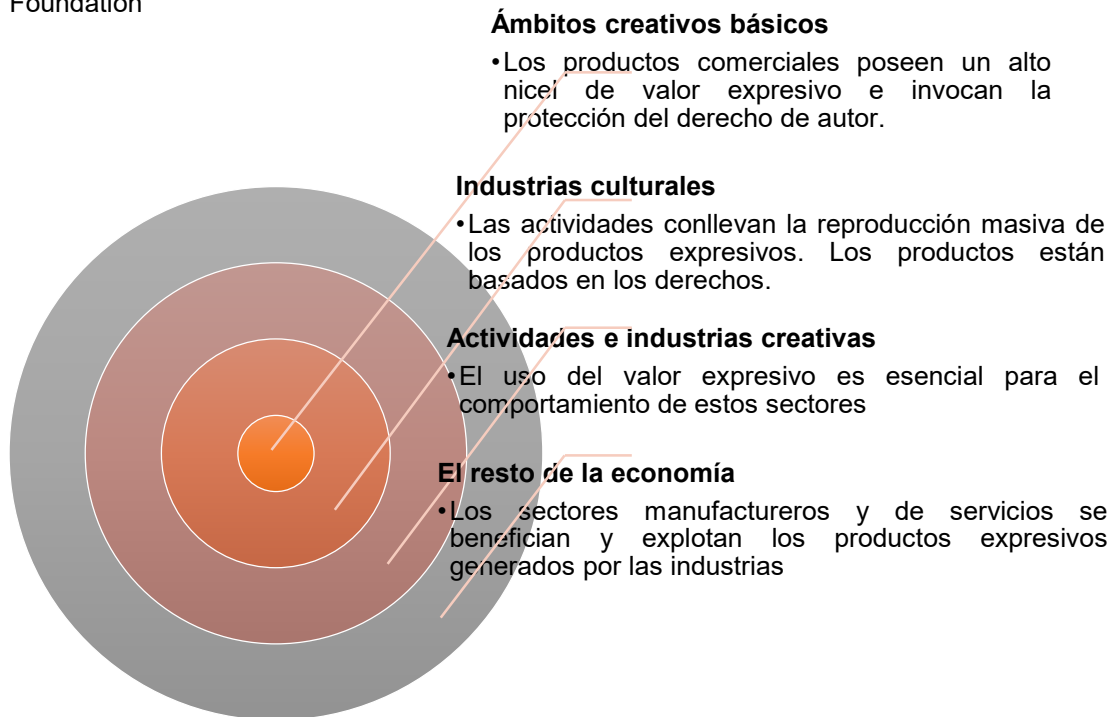
Fuente: Elaboración propia basado en (Buitrago, 2013, pág. 152)

En el gráfico 1 se puede visualizar las tres variables agregadas al modelo. De esa manera, desde la cadena de valor de las industrias creativas se pueden abordar los procesos mediante la generación de ideas, transformadas en

bienes y servicios, y apropiadas por parte de la sociedad; teniendo en consideración: 1) El reconocimiento explícito de una base ampliada de ideas y creaciones, 2) La inclusión de una banda de retroalimentación y 3) La inclusión de un componente transversal de gobernanza y derechos de propiedad intelectual (Buitrago Restrepo, 2013, p. 152).

The Wok Foundation en el Reino Unido planteo un modelo en el cual la idea de “valor expresivo” se situó en el centro (Figura 2).

Figura 2. Modelo de los círculos concéntricos con ajustes terminológicos de la Work Foundation



Fuente: Elaboración propia basado en (PNUD, 2013, p. 24).

Esto incluye varios elementos, incluyendo valores estéticos, sociales, espirituales, históricos, simbólicos y de autenticidad. El modelo establece una distinción entre las industrias culturales y creativas, situando ambas dentro de la economía como un todo. También tiene la

ventaja de plasmar la estrecha conexión entre la expresión creativa y la propiedad intelectual (PNUD, 2013, p. 23).

1.5.2 Territorio y las ciudades creativas

El término territorio en un principio solo se refería al espacio jurídico de un país, con el tiempo, la idea de territorio se fue involucrando en el área social, estableciendo una relación social entre los seres humanos en los ámbitos: culturales, sociales, políticos y económicos. Así mismo, se da la relación de con la empresa, ya que ella se establece en un local o región dentro del territorio. La evolución de la globalización ha hecho que los mercados exijan mayor eficiencia a las empresas, de tal forma que estén en la capacidad de competir.

En las dos últimas décadas investigaciones sobre el desarrollo han detectado renovaciones en la economía, tecnología, política, sociedad y cultura. Estos cambios, han contribuido a que el territorio se lo visualice desde otra perspectiva. En esta cuestión, el territorio no comprende solo el espacio físico, sino que comprende los actores, elementos y circunstancias que lo conforman, convirtiendo al territorio en un sujeto del desarrollo poniendo hincapié a la innovación como esencia del mismo.

La incorporación de innovaciones no se puede limitar exclusivamente al ámbito empresarial, ya que la organización de la producción incluye el conjunto de elementos del entorno territorial, es decir, la dotación de bienes públicos, las infraestructuras y los equipamientos colectivos, la calidad de los recursos humanos, el trabajo de las agencias y los agentes de empleo y desarrollo local, la identidad territorial y cultural, y las diferentes instituciones territoriales (Albuquerque, 2014, p. 14).

Para la presente investigación se denominará al desarrollo territorial como aquel “espacio geográfico administrativo (nacional, regional, local, municipal), que incorpora la diversidad y la diferencia como elementos centrales de su estrategia” (Peroni, 2013, p. 62), que tiene la facultad reconocer y emplear eficientemente los recursos locales y oportunidades externas. Los objetivos del desarrollo territorial son: crecimiento de la producción, generar empleo, mejorar la calidad de vida y optimizar la productividad local; en combinación con una gestión pública territorial adecuada que proporcione en las empresas locales competitividad.

Es en ese contexto del desarrollo territorial donde tienen relevancia el fomento de las industrias creativas. Las industrias creativas colaboran con el desarrollo cultural, humano y social. En algunos países de Latinoamérica, como en el caso de Chile, esta industria ha sido considerada como un sector económico particular e independiente con fascinante potencial de crecimiento y expansión. Dentro de sus potenciales, está el empleo de oportunidades.

Una de las características distintivas de las industrias creativas es que en ellas la creatividad juega un papel más protagónico que en otros segmentos de la economía. La innovación constante en términos de productos, procesos y métodos es la regla y no la excepción. De hecho, en todo el mundo existe un interés cada vez mayor en ver hasta qué punto este marco conceptual de innovación se puede aplicar en otros sectores de la economía, lo que convertiría a las industrias creativas en un catalizador para cambio más amplios y fundamentales (Pereda, 2014).

La organización de la industria creativa está conformada principalmente por PYMES, organizaciones y artistas individuales. Además, de las características particulares de las PYMES (capacidad de emprendimiento, innovación y adaptación a los cambios), las industrias creativas proveen un vínculo entre el

espacio local y sus manifestaciones simbólicas. Según la UNESCO, las industrias creativas tienen las siguientes características:

- Intersección entre la economía, la cultura y el derecho.
- Incorporan la creatividad como componente central de la producción.
- Contenido artístico, cultural o patrimonial.
- Bienes, servicios y actividades frecuentemente protegidas por la propiedad intelectual – derecho de autor y los derechos conexos.
- Doble naturaleza: económica (generación de riqueza y empleo) y cultura (generación de valores, sentido e identidades) Innovación y recreación.
- Demanda y comportamiento de los públicos difícil de anticipar.

1.5.3 Indicadores para evaluar la industria creativa a escala territorial

Para el establecimiento de los indicadores del presente proyecto de investigación, se tomarán en consideración las áreas de seguimiento de la UNESCO.

Cuadro 3. Áreas para evaluar las industrias creativas

Área	Objetivo
Políticas culturales	Apoyar sistemas sostenibles de gobernanza cultural.
Asociación con la sociedad civil	
Entorno digital	Lograr un flujo equilibrado de bienes y servicios, e incrementar la movilidad de los artistas y los profesionales de la cultura.
Flujo de bienes y servicios culturales	
Políticas y planes de desarrollo sostenible	Integrar la cultura en marcos de desarrollo sostenible
Libertad artística	Promover los derechos humanos y las libertades fundamentales

Fuente: Elaboración propia basado en (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 2016)

1.6 Ciudades creativas

1.6.1 Definición de ciudades creativas y sus características

La creatividad en las ciudades se remota a épocas antiguas, desde la ciudad de Atenas de Sócrates, en la cual la creatividad fortalecía a la economía y a la organización social. Ya en 1985 el economista sueco Áke E. Anderson con su libro *“Kreativitet. Storstadens framtid”* (Creatividad. La ciudad futura) plantea a la creatividad como el futuro de las metrópolis. En 2000 el planificador británico Charles Landry publicó *“The Creative City. A Toolkit for Urban Innovation”*, dio origen al concepto de ciudad creativa, dando como resultados campañas de alto impacto y ejercicio efectivo para el desarrollo social y económico. Las ciudades creativas se pueden denominar como un espacio donde se concentran las “Tres T” de Richard Florida: talento, tecnología y tolerancia.

En 2002 el economista norteamericano Richard Florida publicó uno de los libros de mayor impacto escritos sobre el tema de la ciudad creativa: *“The Rise of the Creative Class”*, en el cual se hace énfasis en las características de las personas que desempeñan actividades creativas en las ciudades, y en las condiciones que una ciudad debe generar para que la “clase creativa” sea atraída y se radique en ellas (Herrera, Bonilla y Molina, 2013, p. 15).

Para entender el concepto de ciudad creativa es primordial comprender que no es una concepción cerrada en la que Economía Creativa, sino que, juega un papel decisivo de su crecimiento.

Una ciudad creativa es aquella que, además de desarrollar las actividades de las economías creativas... da soluciones ingeniosas, innovadoras, a sus problemas fundamentales en lo económico, social, ambiental y cultural; transforma en oportunidades ciertas características que pudieran entenderse como negativas; genera inclusión social, participación y hace un uso razonable de los recursos naturales (PNUD, 2014).

Hoy el elemento diferenciador es la capacidad de atraer a la gente con talento, para lo cual un ambiente tolerante es un catalizador indispensable, y la concentración de este talento es a la vez el principal determinante de las inversiones necesarias para que la tecnología se concentre en estas ciudades (Buitrago Restrepo, 2013, p. 157).

Algunos criterios a consideración en la Dirección de Cultura de la Unesco para nombrar una ciudad creativa son:

- La existencia de un amplio y diverso en el sector como motor de desarrollo social y económico.
- Espacio para la convivencia y la cohesión social.
- Apropiación de espacios de recreación y atención al ciudadano del entorno.
- Riqueza cultural y/o creativa del entorno.

La UNESCO en 2004 creó la “*Creative Cities Network*” (Red de Ciudades Creativas) para promover la cooperación entre las ciudades que identifiquen la creatividad como factor estratégico de desarrollo urbano sostenible. Actualmente existen 180 ciudades dentro de la red con un objetivo en común: “posicionar la creatividad y las industrias culturales en el centro de su plan de desarrollo local y cooperar activamente a nivel internacional en la materia” (UNESCO, 2015). Al unirse a la Red de Ciudades Creativas, las ciudades se están comprometiendo a:

- Reforzar la creación, la producción, la distribución y la difusión de actividades, bienes y servicios culturales.
- Desarrollar polos de creatividad e innovación y aumentar las oportunidades al alcance de los creadores y profesionales del sector.
- Mejorar el acceso y la participación en la vida cultural, en particular en beneficio de grupos desfavorecidos y personas vulnerables.
- Integrar plenamente la cultura y la creatividad en los planes de desarrollo sostenible.

1.6.2 Clúster creativo

Hoy en día es común que las ciudades estén más interesadas en la contribución de las industrias creativas al desarrollo local en manera de *clúster*, “en tal medida, pueden ser útiles a la hora de recuperar áreas en decadencia, diversificar la economía local y replantear la identidad de un área en particular” (BOP Consulting, 2010). El *clúster*, es un pequeño espacio geográfico concentrado de negocios basados en la economía creativa donde se explotan sus ventajas naturales. Estos negocios incentivan la innovación y favorecen la prosperidad de los mercados laborales locales.

Los clústeres creativos han existidos en las ciudades hace mucho tiempo, como en el caso de Hollywood, distrito de la ciudad de Los Ángeles que concentra la industria del cine norteamericano y funciona desde 1911. Otros ejemplos son el Barrio Chino en Sao Paulo, Broadway en Nueva York, *Cinecitta* en Roma, Soho en Londres y el Centro Metropolitano de Diseño en Buenos Aires. En Latinoamérica, los países (Argentina, Colombia, Brasil y Chile) que han logrado con éxito estos espacios, sirven como estrategia de desarrollo para las propias industrias e incluso encajan con la estrategia de marca-país.

CAPÍTULO II: Marco Metodológico

2.1 Enfoque y alcance de la investigación

El enfoque de la investigación del presente trabajo es cualitativo. Los resultados del estudio son en base a las áreas de seguimiento sobre la protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales propuesto por la UNESCO en el 2005. Los resultados obtenidos será la base para determinar la capacidad de la economía creativa como motor de fortalecimiento territorial en la ciudad de Guayaquil.

El alcance del capítulo II del presente trabajo es de tipo descriptivo, debido a que se busca conocer la percepción actual que tienen los ciudadanos y expertos con relación a la ciudad a través de la medición de variables.

2.2 Variables: Conceptualización y operacionalización

Idea a defender: Valorar a la Economía Creativa como motor de fortalecimiento en el desarrollo territorial en la ciudad de Guayaquil-Ecuador.

Variables:

- La economía creativa
- Desarrollo territorial

2.3 Universo y muestra

En función al universo que se empleará para la presente investigación, se considerara a los habitantes de la ciudad de Guayaquil, la cual es 2.350.915 habitantes según datos del último censo poblacional realizado en el 2010 por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). Para la muestra se

delimitará únicamente a personas mayores de 18 años, lo cual da una población total de 2.349.988 personas.

$$n = \frac{P * Q * Z^2 * N}{(N-1) * E^2 + Z^2 * P * Q}$$

Donde:

- N: Tamaño de la población
- E: Error muestral
- P: Proporción de éxito
- Q: Proporción de fracaso
- Z: Valor para confianza

Ilustración 2. Cálculo de la muestra

n/c= 95%	$n = \frac{P*Q*Z^2*N}{N*E^2 + Z^2*P*Q}$
Z= 1.65	
P= 0.5	$n = \frac{0.5*0.5*1.65^2*2.349.988}{(2.349.988-1)*0.05^2 + 1.65^2*0.5*0.5}$
Q= 0.5	
N= 2.349.988	$n = \frac{1.599.460,583}{5.875,648}$
E= 0.05	
n= ?	n = 272

Fuente: Elaboración propia

2.4 Operacionalización de las variables

Cuadro 4. Medición de las variables

Variables	Medición
A. Género	Pregunta cerrada
B. Edad	Pregunta cerrada
C. Conceptualización de la economía creativa	Escala likert
D. Políticas	Escala likert
E. Entorno Digital	Escala likert
F. Asociación con la Sociedad Civil	Escala likert
G. Desarrollo Territorial	Escala likert

Fuente: Elaboración propia

2.5 Técnicas e Instrumentos para la recolección de datos

Para recabar información en el presente proyecto de investigación se empleará la técnica de encuesta por medio de un cuestionario de preguntas cerradas (Anexo 1), el cual tiene los siguientes objetivos:

- Determinar la percepción de expertos y residentes de la ciudad de Guayaquil sobre la economía creativa.
- Diagnosticar la situación actual de expertos y residentes de la ciudad de Guayaquil sobre las actividades de la economía creativa.
- Determinar la capacidad efectiva de la economía creativa como motor de fortalecimiento territorial en la ciudad de Guayaquil.

La encuesta se la realizará a público en general y expertos dentro de la ciudad de Guayaquil. A los expertos se les enviará una invitación de colaboración para el proyecto de investigación por medio de correo electrónico. Para determinar a los expertos (Anexo 2)² se tomarán en consideración los siguientes aspectos:

- Título profesional acorde a las industrias creativas.
- Más de 3 años de experiencia
- Cargo actual
- Empresa donde el experto labora actualmente

² No se incluirán en el anexo 2 a los expertos que no permitieron que aparezcan sus datos en este proyecto de investigación.

CAPÍTULO III: ANÁLISIS DE RESULTADOS

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de la encuesta realizada en la ciudad de Guayaquil. Primero, se presentan los resultados de la muestra total, seguido por grupos y género y finalmente se muestra el análisis de los datos agrupados por las dimensiones aplicadas en el presente proyecto de investigación.

3.1 Estadística descriptiva

La muestra total está conformada de 272 encuestas realizadas en la ciudad de Guayaquil de los cuales un 70% de las personas encuestadas fueron mujeres y un 30% hombres. Así también, un 82,5% viven en el norte, un 11,1% en el sur y un 6,4% viven en el centro de la ciudad de Guayaquil.

Tabla 3. Resultados sobre conceptualización de la economía creativa

	Observaciones	Porcentajes
Total	272	100%
Expertos	10	3,68%
Público general	262	96,32%
Hombres	79	31,25%
Mujeres	193	68,75%

Fuente: Elaboración propia basada en encuesta

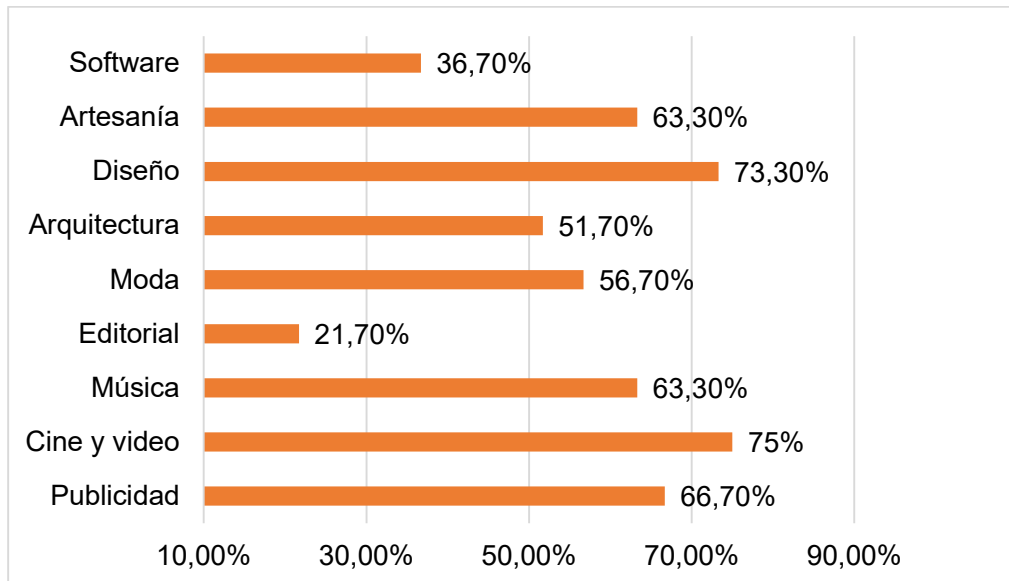
Del total de encuestados un 73,3% no conocen que es la economía creativa y un 66,7% no conocen que son las industrias creativas. Igualmente, independiente del género, del total de mujeres encuestadas el 76,19% no conocen lo que es la economía creativa 73,81% no conocen que son las industrias creativas; del total de hombres encuestados el 66,67% no conocen que es la economía creativa y no conocen que son las industrias creativas.

Los expertos encuestados están involucrados en las siguientes actividades:

- Publicidad: 30,8%
- Cine y video: 5,00%
- Música: 8,00%
- Editorial: 11,50%
- Artes escénicas: 7,7%
- Moda: 20,10%
- Arquitectura:20,00%
- Diseño: 24,20%
- Artesanía; 11,50%
- Software: 30,80%

1. ¿Cuáles de las siguientes actividades considera que son creativas?

Gráfico 1. Actividades que se consideran creativas en Guayaquil



Fuente: Elaboración propia basada en encuesta

En el gráfico 1, se muestran las actividades creativas, de las cuales: diseño, cine y video, moda, música y publicidad son las que el público general considera creativas con una puntuación del más del 55%. En cuanto a los expertos, además de las actividades anteriormente mencionadas, también consideran actividades creativas a la publicidad, artes escénicas y arquitectura con más del 60% de puntuación.

2. ¿Cuáles de las siguientes actividades usted considera que contribuye al desarrollo local de la ciudad de Guayaquil?

Tabla 3. Actividades creativas que contribuyen al desarrollo local de Guayaquil

Actividad	Si	No
Artesanía	83%	17%
Artes escénicas	68%	32%
Cine	50%	50%
Música	75%	25%
Moda	50%	50%
Arquitectura	87%	13%
Publicidad	85%	15%

Fuente: Elaboración propia basada en encuesta

En la tabla 3, se puede observar que las personas encuestadas incluyendo a los expertos consideran en gran parte con una puntuación de más del 50% a las siguientes actividades creativas como contribuyentes al desarrollo local de la ciudad de Guayaquil: artesanía, artes escénicas, música, arquitectura y publicidad.

3.1.1 Resultados obtenidos por dimensión

A continuación, se muestran los resultados de las encuestas agrupadas por las dimensiones seleccionadas para el proyecto de investigación.

1. POLÍTICAS

Tabla 4. Dimensión política. Parte 1

Pregunta	Escala Likert	Porcentaje	Acumulado
¿Usted considera que las políticas culturales actuales del país apoyan a la creación, producción, distribución y acceso de bienes y servicios culturales?	1 Muy en desacuerdo	21.70%	21.70%
	2 En desacuerdo	25.00%	46.70%
	3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo	33.30%	80.00%
	4 De acuerdo	15.00%	95.00%
	5 Muy de acuerdo	5.00%	100.00%
¿Usted considera que existe una adecuada inversión pública para las actividades creativas (artesanías, cine, artes escénicas y diseño)?	1 Muy en desacuerdo	23.30%	23.30%
	2 En desacuerdo	36.70%	60.00%
	3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo	26.70%	86.70%
	4 De acuerdo	10.00%	96.70%
	5 Muy de acuerdo	3.30%	100.00%
¿Usted considera que las políticas culturales vigentes en el país protegen a los artistas en sus actividades?	1 Muy en desacuerdo	18.30%	18.30%
	2 En desacuerdo	41.70%	60.00%
	3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo	28.30%	88.30%
	4 De acuerdo	10.00%	98.30%
	5 Muy de acuerdo	1.70%	100.00%

Fuente: Elaboración propia basada en encuesta

Como se puede observar en la tabla 4, solo el 20% de los encuestados está de acuerdo que las políticas culturales apoyan a las actividades creativas y un 46,70% están en desacuerdo. Un 60% de los encuestados consideran que no existe una adecuada inversión pública para las actividades creativas y que no existe una protección adecuada para los artistas.

¿Usted considera que en la ciudad de Guayaquil existe protección para el patrimonio cultural?

Tabla 5. Dimensión política. Parte 2

	1 Muy en desacuerdo	2 En desacuerdo	3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4 De acuerdo	5 Muy de acuerdo
Lugares históricos	12%	32%	30%	17%	10%
Piezas arqueológicas	8%	42%	23%	20%	7%
Edificaciones culturales	12%	43%	20%	15%	10%

Fuente: Elaboración propia basada en encuesta

Más del 50% de los encuestados consideran que las piezas arqueológicas y las edificaciones culturales no tienen una apropiada protección en la ciudad de Guayaquil, y un 43% considera que los lugares históricos no tienen la adecuada protección en la ciudad.

Algunos expertos consideran que no todas las políticas culturales benefician a los artistas, una de las trabas que más afecta a los artistas para que inicien sus actividades culturales y creativas es el impuesto que deben pagar por iniciar una de aquellas actividades, por ejemplo un festival musical; este impuesto solo se da en la ciudad Guayaquil. También, consideran que comenzando desde las autoridades no existe la importancia al patrimonio

cultural. Por otro lado, los expertos si consideran que los artistas están protegidos por medio de las leyes de propiedad intelectual y derecho de autor, sin embargo, no todas las empresas reconocen la creación de los artistas, por ejemplo en diseño gráfico y software.

2. ENTORNO DIGITAL

¿Usted considera que en la ciudad de Guayaquil existe suficiente divulgación en internet acerca de las actividades creativas?

Tabla 6. Dimensión entorno digital. Parte 1

	1 Muy en desacuerdo	2 En desacuerdo	3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4 De acuerdo	5 Muy de acuerdo
Artesanías	33%	37%	22%	5%	3%
Cine	10%	35%	40%	10%	5%
Artes escénicas	18%	35%	27%	17%	3%
Diseño	22%	35%	28%	12%	3%

Fuente: Elaboración propia basada en encuesta

En la Tabla 6 referente a la dimensión de entorno digital se puede observar que más del 50% de los encuestados no están de acuerdo que las artesanías, artes escénicas y diseño se difundan de manera suficiente por los medios de comunicación digitales en la ciudad de Guayaquil; en el caso del cine menos del 50% consideran que no se difunden de manera adecuada. Al contrario, los expertos concuerdan que las artes escénicas y el diseño son las actividades creativas que mejor se difunden por los medios digitales en la ciudad de Guayaquil.

3. ASOCIACIÓN CON LA SOCIEDAD CIVIL

¿Entre sus gastos mensuales incluye actividades creativas y culturales?

Tabla 7. Dimensión asociación con la sociedad civil. Parte 1

	1 Muy en desacuerdo	2 En desacuerdo	3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4 De acuerdo	5 Muy de acuerdo
Museos	62%	17%	12%	8%	2%
Cine	15%	25%	18%	28%	13%
Teatro	43%	23%	18%	12%	3%
Festivales musicales	32%	30%	18%	15%	5%

Fuente: Elaboración propia basada en encuesta

En la tabla 7, se puede contemplar que más del 60% de los encuestados no incluye entre sus gastos mensuales actividades relacionadas con museos, teatro y festivales musicales, solo un 42% invierte sus gastos mensuales en cine.

En realidad, varios expertos consideran que es algo cultural que las personas en Guayaquil no les den la importancia requerida a las actividades creativas y consideran que se debe fomentar las actividades culturales y creativas debido a que existe gran potencial en la ciudad.

Tabla 8. Dimensión Asociación con la sociedad civil. Parte 2

Pregunta	Escala Likert	Porcentaje	Acumulado
¿Usted considera que en las escuelas y colegio de la ciudad de Guayaquil se promueve apropiadamente las actividades culturales?	1 Muy en desacuerdo	18.30%	18.30%
	2 En desacuerdo	16.70%	35.00%
	3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo	33.30%	68.30%
	4 De acuerdo	21.70%	90.00%
	5 Muy de acuerdo	10.00%	100.00%

Fuente: Elaboración propia basada en encuesta

Se puede observar en la tabla 8 que solo un 31,70% de los encuestados incluyendo a los expertos consideran que en las escuelas y colegios de la ciudad de Guayaquil se promueven apropiadamente las actividades culturales y un 35% consideran que no se promueve oportunamente.

¿Usted considera que en la ciudad de Guayaquil las universidades cuentan con la adecuada infraestructura para la formación y apreciación de las actividades artísticas?

Tabla 9. Dimensión asociación con la sociedad civil. Parte 3

	1 Muy en desacuerdo	2 En desacuerdo	3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4 De acuerdo	5 Muy de acuerdo
Artes escénicas	21.67%	30.00%	36.67%	10.00%	1.67%
Cine	21.67%	35.00%	31.67%	6.67%	5.00%
Software	13.33%	31.67%	25.00%	21.67%	8.33%
Diseño	11.67%	33.33%	28.33%	23.33%	3.33%
Moda	31.67%	28.33%	26.67%	10.00%	3.33%

Fuente: Elaboración propia basada en encuesta

Como se puede observar en la tabla 9, más del 50% del público general considera que las universidades donde se imparten las carreras de artes escénicas, cine, diseño y moda no cuentan con la adecuada infraestructura para la formación y apreciación para la formación de profesionales en las áreas mencionadas. De igual forma, solo un 30% del público general está de acuerdo que el software y el diseño en las universidades cuentan con una adecuada infraestructura para la formación y apreciación de estas actividades creativas en universidades. Para los expertos solo un 15% considera que las artes escénicas, software y diseño cuentan con una adecuada infraestructura para la formación y apreciación de las universidades de la ciudad de Guayaquil.

4. DESARROLLO TERRITORIAL

¿Usted considera que en la ciudad de Guayaquil existen los suficientes espacios recreativos?

Tabla 10. Dimensión desarrollo territorial. Parte 1

	1 Muy en desacuerdo	2 En desacuerdo	3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4 De acuerdo	5 Muy de acuerdo
Cine	11.29%	20.97%	30.65%	16.13%	20.97%
Museos	16.13%	38.71%	32.26%	6.45%	6.45%
Teatros	8.06%	35.48%	41.94%	6.45%	6.45%
Festivales musicales	17.74%	32.26%	35.48%	8.06%	6.45%

Fuente: Elaboración propia basada en encuesta

En la tabla 10 más del 50% del público general opina que no existen los suficientes espacios de museos y festivales musicales; un 37% está de acuerdo que existen los suficientes cines en la ciudad de Guayaquil y más del 50% de los expertos consideran que existen los espacios adecuados de cine. Po último, para un 41,94% del público general le es indiferente el número de teatros en la ciudad.

¿Usted considera que las actividades creativas generan beneficios económicos en la ciudad de Guayaquil?

Tabla 11. Dimensión desarrollo territorial. Parte 2

	1 Muy en desacuerdo	2 En desacuerdo	3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4 De acuerdo	5 Muy en de acuerdo
Publicidad	9.68%	17.74%	33.87%	24.19%	14.52%
Cine y Video	9.68%	27.42%	27.42%	17.74%	17.74%
Música	9.68%	27.42%	27.42%	25.81%	9.68%
Editorial	11.29%	32.26%	27.42%	22.58%	6.45%
Artes escénicas	14.52%	29.03%	29.03%	24.19%	3.23%
Moda	11.29%	35.48%	27.42%	19.35%	6.45%
Arquitectura	8.06%	27.42%	35.48%	16.13%	12.90%
Software	8.06%	35.48%	20.97%	20.97%	14.52%
Diseño	11.29%	27.42%	27.42%	27.42%	6.45%
Artesanía	9.68%	30.65%	32.26%	20.97%	6.45%

Fuente: Elaboración propia basada en encuesta

Se puede contemplar en la tabla 11 que más del 40% pero menos del 50% del público en general considera que las actividades de editorial, artes escénicas, software y artesanía no generan beneficios económicos en la ciudad de Guayaquil, sin embargo, los expertos consideran que la publicidad, cine y video generan beneficios económicos.

¿Usted considera que en la ciudad de Guayaquil existen plazas de empleos en los sectores de actividades creativas?

Tabla 12. Dimensión desarrollo territorial. Parte 3

	1 Muy en desacuerdo	2 En desacuerdo	3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4 De acuerdo	5 Muy de acuerdo
Publicidad	16.13%	33.87%	22.58%	14.52%	12.90%
Cine y Video	30.65%	35.48%	16.13%	11.29%	6.45%
Música	20.97%	50.00%	17.74%	8.06%	3.23%
Editorial	12.90%	41.94%	29.03%	11.29%	4.84%
Artes escénicas	20.97%	43.55%	24.19%	8.06%	3.23%
Moda	22.58%	38.71%	27.42%	6.45%	4.84%
Arquitectura	11.29%	35.48%	22.58%	16.13%	14.52%
Software	8.06%	37.10%	27.42%	11.29%	16.13%
Diseño	12.90%	37.10%	25.81%	14.52%	9.68%
Artesanía	16.13%	40.32%	24.19%	12.90%	6.45%

Fuente: Elaboración propia basada en encuesta

El público en general en más de un 50% considera no existen plazas de empleos adecuados dentro de los sectores de publicidad, cine y video, música, editorial, artes escénicas, moda, diseño y artesanías; los expertos consideran que existen plazas de empleos en el sector de publicidad.

¿Usted considera que los salarios donde se llevan a cabo las actividades creativas en la ciudad de Guayaquil son los adecuados?

Tabla 13. Dimensión desarrollo territorial. Parte 4

	1 Muy en desacuerdo	2 En desacuerdo	3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4 De acuerdo	5 Muy de acuerdo
Publicidad	19.35%	32.26%	27.42%	14.52%	6.45%

Cine y Video	20.97%	33.87%	33.87%	8.06%	3.23%
Editorial	19.35%	37.10%	29.03%	9.68%	4.84%
Artes escénicas	22.58%	40.32%	30.65%	4.84%	1.61%
Diseño	19.35%	30.65%	30.65%	12.90%	6.45%
Artesanía	22.58%	51.61%	17.74%	4.84%	3.23%
Software	19.35%	30.65%	27.42%	16.13%	6.45%

Fuente: Elaboración propia basada en encuesta

Según resultados de la tabla 13, los encuestados en un más 50% consideran que todas las actividades creativas expuestas en la pregunta no son bien remuneradas en la ciudad de Guayaquil y para más del 30% les es indiferente si el cine y video, artes escénicas y diseños son bien remunerados.

Algunos expertos consideran que existe una sobre oferta en las actividades recreativas y es una de las consecuencias de que los salarios sean bajos. Otro factor que ellos consideran importante, es que no existen muchas empresas consolidadas en cine y video y artes escénicas. Por otro lado consideran que el trabajo que realizan los creadores no está en concordancia con los salarios de la ciudad, sin embargo, consideran que en otras ciudades como en Quito las actividades creativas son mejor remuneradas.

CAPÍTULO IV: PROPUESTA

La propuesta del presente proyecto de investigación se basa en proponer a la economía creativa como motor de fortalecimiento al desarrollo territorial en la ciudad de Guayaquil), de tal forma se le puede dar importancia y valor agregado al capital intelectual y a los productos intangibles, dando como resultados propuestas innovadoras, mejoramiento en la calidad de vida y nuevas plazas de empleos. Las propuestas que se plantean son concorde a las necesidades de la ciudad de Guayaquil según la encuesta realizadas en 4 dimensiones (políticas, entorno digital, asociación con la sociedad civil y desarrollo territorial).

A pesar que Ecuador cuenta con políticas culturales, en la ciudad de Guayaquil las personas consideran que no benefician ni a las actividades culturales ni a las creativas, debido a esto como punto de partida las políticas culturales deben especificar que se considera a la economía creativa un motor de desarrollo existiendo un fomento a las industrias creativas.

Se propone nuevas ideas dentro de las políticas culturales en dos dimensiones (tabla 14), la primera enfocándose en la economía en general (políticas horizontales), y la segunda hacia una inclinación de un sector específico y/o clúster creativo (políticas verticales).

Tabla 14. Propuesta de políticas horizontales y políticas verticales

	Políticas Horizontal	Políticas Vertical
Insumos del Estado	<ul style="list-style-type: none"> • Programas de capacitación formales a nivel nacional. • Protección y cuidado del patrimonio cultural • Incentivos a nuevos empresarios en las industrias creativas. • Eventos nacionales y/o regionales para fomentar las industrias creativas. • Estrategias para que nuevas generaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Programas de capacitaciones específicas en los sectores de las industrias creativas. • Centros de investigación en las industrias creativas (cine, artes escénicas y diseño) • Servicios de información. • Concursos con premiación.

	<p>conozcan el patrimonio cultural.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apoyo dirigido a los artistas con alguna discapacidad 	
Intervención del mercado	<ul style="list-style-type: none"> • Incentivos para las actividades culturales y creativas menos concurridos. • Incentivos fiscales • Medidas financieras para inversión en tecnología. 	<ul style="list-style-type: none"> • Incentivos tributarios para los sectores más olvidados. • Incentivos para la demanda en los sectores de las industrias culturales. • Eliminar el impuesto del GAD de Guayaquil hacia las actividades recreativas

Fuente: elaboración propia

Para la propiedad intelectual y los derechos de autor, se propone que las empresas den a conocer a sus colaboradores la ley sobre propiedad intelectual y que entre sus políticas se especifiquen si las ideas de los creadores se tendrán que ceder a la empresa o llevará una autoría para el creador; esto se debe analizar con más profundidad en el sector de diseño gráfico debido que es sector que menos está informado y no se siente protegido como artista. Así mismo, se debe fomentar la protección del patrimonio cultural de la ciudad de Guayaquil. Se sugiere que el Municipio de la ciudad dé más importancia a las edificaciones culturales, repararlas si es que están en mal estado, tener un inventario sobre patrimonio cultural; darles vida con recorridos turísticos con guías especializados.

Para el tema de divulgación, en esta era digital se propone utilizar los medios digitales para reducir la brecha de información que existe en la ciudad. Otra brecha que se debe reducir poco a poco hasta que desaparezca, es la brecha de información existente entre el área rural y urbana, se deberían utilizar los medios de comunicación como radio, televisión, revistas y periódicos transmitiendo el mensaje de recreación y cultura en un dialecto que

a estas personas les parezca interesantes y comiencen a participar en las actividades creativas.

Se debe priorizar el incentivo hacia los ciudadanos de visitar museos, teatro y festivales musicales. Una propuesta de marketing será lo indicado, así como también, capacitaciones al personal de estos establecimientos enfocados en el servicio al cliente. Crear asociaciones de empresas públicas y privadas para dar vida a museos y teatros. Incentivar a los productores nacionales en crear más películas locales. También, se recomienda que los programas educativos cuenten con horas dedicadas a la cultura y a la creatividad donde los niños y adolescentes puedan experimentar nuevas habilidades y así crear esa cultura para que nuevas generaciones llenen esos espacios recreativos sujetos a las industrias creativas.

Se propone revisar las instalaciones y mallas educativas donde se están preparando los profesionales en los diferentes sectores de las industrias creativas con prioridad en artes escénicas y cine, ya que estos profesionales son los referentes del futuro en la ciudad y deben desarrollar excelentes habilidades para que contribuyan a los objetivos para fomentar la creatividad como fuente de trabajo e innovación.

Para que las personas en la ciudad de Guayaquil consideren más actividades creativas como generadoras de beneficios económicos se debería promover a los creadores que inicien emprendimientos para que existan nuevas plazas de empleos, debido a que existe una escasez de empleos y una sobre oferta. También se debería regular los salarios, debido a que muchas personas que trabajan en estos sectores piensan que entre la remuneración y la carga de trabajo no existe un punto de equilibrio.

Por último, se recomienda desarrollar una herramienta que compare las ciudades de Ecuador, compuesto por cuatro áreas: actividad cultural, actividad

creativa, características del entorno que haga que la ciudad sea atractiva hacia las actividades creativas y remuneración de empleos.

CONCLUSIONES

Al sistematizar la teoría relacionada con la economía creativa y el desarrollo territorial, se puede concluir que la economía creativa genera beneficios que originan desarrollo y aparición de nuevos talentos, creando oportunidades de negocios utilizando en conjunto a las tecnologías y la idea de innovación. También, se evidencia que los sectores de las industrias creativas son oportunidades donde aprovechando la globalización y la era digital se origina un camino a un desarrollo territorial en las ciudades, las cuales llegan a ser reconocidas por su cultura y especialización en una o en varias actividades creativas. Además, a la mano del impulso de industrias creativas deben ir políticas adecuadas que protejan a la propiedad intelectual y den importancia a los productos intangibles y al capital intelectual como fuente de beneficio económicos y generación de negocios innovadores sostenibles.

Mediante el uso de encuesta enfocada en las cuatro dimensiones, con preguntas cerradas al público general y a expertos en la ciudad de Guayaquil se pudo diagnosticar la situación actual de las industrias creativas en la contribución al desarrollo económico a escala territorial en la ciudad. Gracias a la información de la encuesta aplicada se revela que desafortunadamente, más del 50% de los encuestados no conocen lo que es la economía creativa y las industrias creativas, por ende, no conocen los beneficios que la ciudad de Guayaquil puede adquirir con ello. Se llega a la conclusión que el tema de economía creativa y ciudad creativa recién está queriendo tener un puesto dentro de la ciudad; el hecho que se deba profundizar en el tema no deja a un lado que si existe infraestructura, conocimiento de actividades creativas entre los ciudadanos de la ciudad; por ello con buenas propuestas, Guayaquil en un futuro no tan lejano puede utilizar las industrias creativas como un representante de la ciudad.

Por último, dando respuesta al objetivo tres correspondiente a la propuesta de la economía creativa como motor de fortalecimiento territorial en la ciudad de Guayaquil, es importante que la ciudad explore nuevas oportunidades de empleo, explote al capital intelectual y de importancia a los productos intangibles provenientes de las industrias creativas. De igual forma, es necesario proponer ideas para satisfacer las necesidades de las actividades creativas, que no sean olvidadas, que nuevas generaciones se apropien de ellas y que el exterior conozca el potencial que Guayaquil tiene; generando nuevas plazas de empleos sostenibles y nuevos emprendimientos pasando por una cadena de valor desde la concepción de la idea, la generación de ella y la producción y distribución.

RECOMENDACIONES

Se debe aumentar los estudios referentes a las industrias creativas dentro de la ciudad de Guayaquil, artículos científicos, libros y proyectos de investigación acerca de la importancia de las actividades creativas. Estos estudios se pueden basar en un sector específico y/o comparación con otras ciudades. De esta forma se genera fuentes de información para consultas de personas no expertas en la temática, para que se instruyan sobre el tema y quieran participar en una de las actividades creativas que brinda la ciudad de Guayaquil.

Se recomienda observar que otras ciudades del país están haciendo dentro de las actividades creativas, se puede analizar el caso de Quito, Cuenca y Chordeleg. Analizar cada caso, conocer lo que piensas sus ciudadanos y como estas ciudades han ido tomando espacio como referente en Ecuador de ciudades creativas o actividades únicas creativas que se realizan en cada ciudad. También se recomienda informarse acerca de ofertas universitarias y el perfil de ellas para fomentar que los adolescentes se interesen en estas carreras para que sean referentes y próximos generadores de empleo en los sectores de las industrias creativas.

Finalmente, se recomienda el cumplimiento de las propuestas en el capítulo IV. Es importante realizar una reforma en las políticas culturales comenzando desde las trabas del Municipio de Guayaquil, para que las personas se animen a participar e invertir en actividades creativas. Todas aquellas recomendaciones ayudaran a responder a las necesidades de los artistas y fomentaran el desarrollo de las industrias creativas dentro del territorio de la ciudad de Guayaquil.

BIBLIOGRAFÍA

- Alburquerque, F. (2014, Junio). Evolución del desarrollo territorial. Situación actual, crisis y perspectivas. (G. d. Barcelona, Ed.) *Elementos de Innovación y Estrategia*(6), 1-22. Obtenido de <https://www1.diba.cat/liblioteca/pdf/54057.pdf>
- Andersson, Á. (1985). *Kreativitet, storstadens framtid*. Prisma.
- Arbonés, Á. (2006). *Conocimiento para innovar. Cómo evitar la miopía en la gestión de conocimiento* (Segunda ed.). España: Editorial Díaz de Santos, S.a. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=a4d2kpPHTWQC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=true>
- Armstrong, G., y Kotler, P. (2013). *Fundamentos de marketing*. Ciudad de México: Pearson Educación.
- Balart, C., y Cortés, S. (2018, Agosto 22). Una mirada histórica del impacto de las TIC en la sociedad del conocimiento en el contexto nacional actual. *Contextos: Estudios De Humanidades Y Ciencias Sociales*(41), 1-19. Obtenido de <http://revistas.umce.cl/index.php/contextos/article/view/1386>
- Blanco, C., Bernal, C., Camacho, F., y Díaz, M. (2018). Industrias Creativas y Culturales: Estudio desde el Enfoque de la Gestión del Conocimiento. *Información Tecnológica*, 29(3), 15-28. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642018000300015>
- BOP Consulting. (2010). *Guía práctica para mapear las Industrias Creativas*. Londres: British Council.
- Buitrago, F. (2013). *La Economía Naranja. Una oportunidad infinita*. Banco Interamericano de Desarrollo. Puntoaparte Bookvertising.

- Carrión, J. (2007). *Estrategia, de la visión a la acción*. Madrid, España: ESIC Editorial. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=8_PwloGOa6QC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=true
- Flores, J. D., Bartelotty, A., López, G., Chamba, V., Flores, S., Matehus, A., y Cárdenas, J. (2015). *Caracterización de los sectores de las industrias culturales*. Dirección de Información del Sistema Nacional de Cultura.
- Fondo Monetario Internacional*, La globalización: ¿Amenaza u oportunidad? (2000, Abril). Retrieved from Fondo Monetario Internacional : <https://www.imf.org/external/np/exr/ib/2000/esl/041200s.htm>
- Ginsburgh, V., y Throsby, D. (2006). *Handbook of the Economics of Art and Culture* (Vol. 1). United Kingdom: North-Holland.
- Gomez, M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Córdoba: Brujas.
- Herrera, E., Bonilla, H., y Molina, L. F. (2013). Ciudades creativas: ¿Paradigma económico para el diseño y la planeación urbana? *Bitacora* 22, 11-20.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la investigación* (6 ed.). Ciudad de México: McGRAW-HILL.
- Landry, C. (2000). *The creative city*. United Kingdom: Comedia.
- Manjarrez, N., y Fernández, L. (2014, Abril). Reflexiones sobre el concepto de capital humano desde la Teoría Económica: valoración. *Contribuciones a la Economía*, 1-12. Obtenido de <http://eumed.net/ce/2014/2/potencial-humano.html>
- Matadamas, L., Hernández, V., Regino, J., Cruz, B., y García, J. (2017). Caracterización y contribución de la economía creativa a Oaxaca. In

Memorias del Congreso Internacional de Investigación Academia Journals Celaya 2017 (Vol. IX, pp. 3996-4001). Academia Journals. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/325370304_CHARACTERIZACION_Y_CONTRIBUCION_DE_LA_ECONOMIA_CREATIVA_A_OAXACA

Montayo, J. D. (2018). *Actividades Económicas*. Retrieved Septiembre 5, 2019, Obtenido de <https://www.actividadeseconomicas.org/2018/09/economia-naranja.html>

Olmedo, S. (2016). IV Congreso Internacional de Emprendimiento - AFIDE. *Modelos de negocios de la economía creativa. Un análisis a través de emprendimientos paraguayos*.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2016). *Repensar las políticas culturales*. Ciudad de México: UNESCO.

Palma, L. A., y Aguado, L. F. (2010). Economía de la cultura. Una nueva área de especialización de la economía. *Revista De Economía Institucional*, 12(22), 129-165. Obtenido de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/ecoins/article/view/386>

Pereda, C. (2014, 01 29). Características de la industria creativa en Chile. *Un sector con posibilidades de crecimiento y expansión*. Obtenido de <http://www.innovacion.cl/reportaje/caracteristicas-de-la-industria-creativa-en-chile/>

Peroni, A. (2013, Enero-Junio). *Frontera norte*, 25(49), 57-86. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-73722013000100003

- (n.d.). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. Toda una Vida*. Obtenido de <https://www.gobiernoelectronico.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/09/Plan-Nacional-para-el-Buen-Vivir-2017-2021.pdf>
- PNUD. (2013). *Creative Economy Report 2013 Special Edition. Widening Local Development Pathways*. Ciudad de México,: UNESCO. Obtenido de <http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/creativity/creative-economy-report-2013-special-edition>
- Prada, J., y Jiménez, Í. (2014, Diciembre). La economía creativa en Ecuador: una aproximación a sus lógicas espaciales a partir del censo nacional económico de 2010. *ENTORNO GEOGRÁFICO*, 10, 110-135. doi:<https://doi.org/10.25100/eg.v0i10.3652>
- Ramírez, H., y Rodríguez, L. (2018). *Desarrollo de la Propiedad Intelectual como pilar de la Economía Creativa en la Economía Colombiana*. Universidad Católica de Colombia, Bogota. Obtenido de <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/15979/1/Econom%C3%ADa%20Creativa%20-%202018.pdf>
- Sarur, M. S. (2013). La importancia del capital intelectual en las Organizaciones. *Ciencia Administrativa*(1), 39-45.
- Slusarczyk, M., y Sorhegui, R. (2014). Los retos del Ecuador para enfrentar los dilemas de la sociedad del conocimiento. *RES NON VERBA*(5). Obtenido de <http://resnonverba.ecotec.edu.ec/articulo.php?id=252>
- Steinmueller, E. (2002). Las Economías basadas en el conocimiento y las tecnologías de la información y la comunicación. *Revista Internacional de Ciencias Sociales*. Obtenido de https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000125500_spa

- Steinmueller, E. (12 de Mayo de 2014). *Las economías basadas en el conocimiento y las tecnologías de la información y la comunicación*. Recuperado el Septiembre de 2019, de SlideShare: <https://www.slideshare.net/gbelen93/sociedad-del-conocimiento-34593736>
- Terán, F. E. (2018). Sociedad del Conocimiento y la Economía. *Revista San Gregorio*, 46-55. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6591753>
- Towse, R. (2003). *A handbook of cultural economics*. United Kingdom: Edward Elgar Publishing Limited.

Anexo 1

Encuesta: Economía Creativa. Caso: Ciudad de Guayaquil.

Objetivo: La encuesta tiene como objetivo evaluar la percepción de expertos y ciudadanos en la ciudad Guayaquil, sobre cada una de las áreas escogidas para el proyecto de investigación. Consta de una serie de preguntas seccionada en 5 dimensiones.

PARTE I

INFORMACIÓN SOCIODEMOGRAFICA

GÉNERO

Mujer _____ Hombre _____

EDAD

18 – 30 _____ 31 – 43 _____ 55 en adelante _____

EN QUE SECTOR DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL RESIDE

Norte _____ Sur _____ Centro _____

SELECCIONE LA/LAS ACTIVIDADES DONDE USTE ESTE INVOLUCRADO LABORALMENTE. SI NO ES EL CASO, CONTINUAR A LA PARTE II DEL CUESTIONARIO.

Publicidad	
Cine y Video	
Música	
Editorial	
Artes escénicas	

Moda	
Arquitectura	
Diseño	
Artesanía	
Software	

PARTE II. CUESTIONARIO

Esta sección tiene como objetivo evaluar la percepción de expertos y ciudadanos en la ciudad Guayaquil, sobre cada una de las áreas escogidas para el proyecto de investigación.

1. CONCEPTUALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA CREATIVA

- ¿Cuáles de las siguientes actividades considera que son creativas?

Publicidad ___ Cine y Video ___ Música ___ Editorial ___ Artes escénicas ___ Moda ___ Arquitectura ___ Diseño ___ Artesanía ___

- ¿Conoce usted que es la economía creativa?

Sí ___ No ___

- ¿Conoce usted que son Industrias Creativas?

Sí ___ No ___

- ¿Cuáles de las siguientes actividades usted considera que contribuye al desarrollo local de la ciudad de Guayaquil?

	Si	No
Artesanía		
Artes escénicas		
Cine		
Música		
Moda		
Arquitectura		
Publicidad		

INSTRUCCIONES:

- En las siguientes preguntas responda del 1 al 5, donde:
 - 1 = Muy en desacuerdo
 - 2 = En desacuerdo
 - 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - 4 = De acuerdo
 - 5 = Muy de acuerdo
- Señale con una X en la casilla correspondiente.
- Asegúrese de marcar una solo alternativa en cada pregunta.

2. POLÍTICAS

- ¿Usted considera que las políticas culturales actuales del país apoyan a la creación, producción, distribución y acceso de bienes y servicios culturales?

1 ___ 2 ___ 3 ___ 4 ___ 5 ___

- ¿Usted considera que existe una adecuada inversión pública para las actividades creativas (artesánías, cine, artes escénicas y diseño)?

1 ___ 2 ___ 3 ___ 4 ___ 5 ___

- ¿Usted considera que las políticas culturales vigentes en el país protegen a los artistas en sus actividades?

1 ___ 2 ___ 3 ___ 4 ___ 5 ___

- ¿Usted considera que en la ciudad de Guayaquil existe protección para el patrimonio cultural?

	1	2	3	4	5
Lugares históricos					
Piezas arqueológicas					
Edificaciones culturales					

3. ENTORNO DIGITAL

- ¿Usted considera que en la ciudad de Guayaquil existe suficiente divulgación en internet acerca de las actividades creativas?

	1	2	3	4	5
Artesanías					
Cine					
Artes escénicas					
Diseño					

4. ASOCIACIÓN CON LA SOCIEDAD CIVIL

- ¿Entre sus gastos mensuales incluye actividades creativas y culturales?

	1	2	3	4	5
Museos					
Cine					
Teatro					
Festivales musicales					

- ¿Usted considera que en las escuelas y colegio de la ciudad de Guayaquil se promueve apropiadamente las actividades culturales?

1 ___ 2 ___ 3 ___ 4 ___ 5 ___

- ¿Usted considera que en la ciudad de Guayaquil, las universidades cuentan con la adecuada infraestructura para la formación y apreciación de las actividades artísticas?

	1	2	3	4	5
Artes escénicas					
Cine					
Software					
Diseño					
Moda					

5. DESARROLLO TERRITORIAL

- ¿Usted considera que en la ciudad de Guayaquil existen los suficientes espacios recreativos?

	1	2	3	4	5
Cine					
Museos					
Teatros					
Festivales musicales					

- ¿Usted considera que las actividades creativas generan beneficios económicos en la ciudad de Guayaquil?

	1	2	3	4	5
Publicidad					
Cine y Video					

Música					
Editorial					
Artes escénicas					
Moda					
Arquitectura					
Software					
Diseño					
Artesanía					

- ¿Usted considera que en la ciudad de Guayaquil existen plazas de empleos en los sectores de actividades creativas?

	1	2	3	4	5
Publicidad					
Cine y Video					
Música					
Editorial					
Artes escénicas					
Moda					
Arquitectura					
Software					
Diseño					
Artesanía					

- ¿Usted considera que los salarios donde se llevan a cabo las actividades creativas en la ciudad de Guayaquil son los adecuados?

	1	2	3	4	5
Publicidad					
Cine y Video					
Editorial					
Artes escénicas					
Diseño					
Artesanía					
Software					

Anexo 2

Expertos que colaboraron en la encuesta del proyecto de investigación.

Experto 1

Nombre: Andrés Zerega

Título: Master en Mercadeo y Dirección Comercial, Ingeniero en Mercadeo

Experiencia: 4 años. Ex secretario Técnico en el Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador.

Cargo actual: Director de Comunicación en el Museo Antropológico y de Arte Moderno (MAAC). Especialista de Innovación y Producción-Dirección de Economías Creativas e Innovación en la Universidad de las Artes.

Experto 2

Nombre: Carlos Choez Mendieta

Título: Ingeniero en Sistemas

Experiencia: 10 años. Elaboración de software

Cargo actual: Programador de la Universidad Tecnológica ECOTEC

Experto 3

Nombre: Bruno Chavarria Neira

Título: Ingeniero en Sistemas

Experiencia: 6 años. Elaboración de software y aplicaciones para celulares

Cargo actual: Programador de la Universidad Tecnológica ECOTEC

Experto 4

Nombre: Karen Baquedano Vallejo

Título: Ingeniera civil

Experiencia: 7 años. Residente de obra en varias empresas de construcción en la parte de diseño e infraestructura de obras.

Cargo actual: trabaja independientemente en obras grandes y pequeñas con apoyo de arquitectos.

Experto 5

Nombre: Annabell Aguilar Muñoz

Título: Ingeniera en Diseño Gráfico y Producción Audiovisual

Experiencia: 6 años. Diseñadora gráfica en Change Ecuador (manejo de revista educativa).

Cargo actual: Diseñadora gráfica de la Universidad Tecnológica ECOTEC.

Experto 6

Nombre: Leonardo Carrión Bajaña

Título: Diseñador Gráfico

Experiencia: 10 años como diseñador gráfico

Cargo actual: Jefe de Diseño Gráfico en CTP Bramor

Experto 7

Nombre: César Santana Moncayo

Título: Magister en Docencia, Licenciado en Turismo

Experiencia: 25 años. Coordinador de Playas para el Ministerio de Turismo. Consultor para el estudio de Capacidad de Carga para el Refugio de Vida Silvestre Manglares el Morro. Técnico especialista en Turismo para el Programa de Manejo de Recursos Costeros.

Cargo actual: Docente e Investigador de la Facultad de Turismo y Hospitalidad de la Universidad Tecnológica ECOTEC.

Experto 8

Nombre: Nadia González Rodríguez

Título: Máster en Ciencias de la Educación, Licenciada en Ciencias de la Educación, especialidad Español-Literatura.

Experiencia: 15 años. Ex coordinadora del Colectivo Académico de humanidades de la Facultad de Marketing y Comunicación de la Universidad Tecnológica ECOTEC.

Cargo actual: Coordinadora de Publicaciones y Editora Ejecutiva de las revistas de la Universidad Tecnológica ECOTEC, docente e Investigadora de la misma institución.

Experto 9

Nombre: Alejandro Varas Hinojosa

Título: Ingeniero en Informática de Gestión con Mención en Diseño Gráfico Digital.

Experiencia: 10 años. Socio fundador y Gerente General de DOMO Estrategias Digitales (publicidad digital, e-commerce y la innovación de estrategias). Socio fundador de Cash In (creación de aplicaciones web y móviles). Columnista en revistas locales.

Cargo actual: Líder de experiencia local en Initiative (IPG Mediabrands), donde es líder del equipo de producción digital de Initiative para Unilever.