

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, LINGÜÍSTICA Y LITERATURA  
ESCUELA MULTILINGUE DE NEGOCIOS Y RELACIONES INTERNACIONALES**

---

**DISERTACIÓN DE GRADO PREVIA A LA OBTENCION DEL  
TITULO DE LICENCIADO/A MULTILINGUE EN NEGOCIOS E  
INTERCAMBIOS INTERNACIONALES**

**ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA INDUSTRIA CREATIVA COMO  
ELEMENTO DINAMIZADOR DE LA ECONOMÍA SOSTENIBLE EN EL  
REINO UNIDO Y EN EL ECUADOR EN LAS ÁREAS DE ARTE,  
CREATIVIDAD Y ENTRETENIMIENTO, EN EL PERÍODO 2007-2013**

**PRISCILA GENOVEVA SULEN BURGOS**

**SEPTIEMBRE, 2015  
QUITO – ECUADOR**

*“Nunca consideres el estudio como una obligación,  
sino como una oportunidad para penetrar en el bello y  
maravilloso mundo del saber.”*

*Albert Einstein*

*Dedico el esfuerzo y las horas de investigación a  
mi madre Ximena Burgos y a mi padre Ramón  
Sulen quienes me enseñaron que la perseverancia  
es fundamental para alcanzar las metas y objetivos  
establecidos.*

*Agradezco a Dios por darme dos ejemplos de esfuerzo y superación, mi padre y mi madre quienes me guiaron a lo largo de mi vida a ser la persona que soy, gracias a la educación y dedicación que me han ofrecido. Agradezco a todas las personas que me apoyaron en el transcurso de esta investigación como pilares de soporte y positivismo.*

## ÍNDICE GENERAL

I.	TEMA	1
II.	RESUMEN	1
III.	ABSTRACT	2
IV.	RIASSUNTO	3
V.	INTRODUCCIÓN	4
CAPÍTULO I		
LA FOCALIZACIÓN DE LOS SECTORES QUE CONFORMAN LAS INDUSTRIAS CREATIVAS COMO FACTOR DE COMPETITIVIDAD		12
1.1.	Clasificación y parámetros tomados por el Grupo de Trabajo de las Industrias Creativas ( <i>Creative Industries Task Force</i> ) y las Naciones Unidas para la adaptación del concepto de industrias creativas.	12
1.1.1	La economía creativa como generador de competitividad	13
1.1.2	Análisis y evaluación de las industrias creativas	15
1.1.3	El emprendimiento basado en la investigación	20
1.2	El concepto de industrias creativas según el BID adaptado a las necesidades de los emprendedores de Latinoamérica y el Caribe	22
1.2.1	La economía naranja y sus limitaciones en Latinoamérica y el Caribe	23
1.2.2	El juicio crítico al innovar	26
1.2.3	La perseverancia en el proceso de fomentación	27
1.3	Análisis FODA de las industrias creativas en el Reino Unido y en el Ecuador	29
1.3.1	Fortalezas	29
1.3.2	Debilidades	32
1.3.3	Oportunidades	34
1.3.4	Amenazas	36
CAPÍTULO II		
LAS POLÍTICAS PÚBLICAS EMITIDAS POR LOS GOBIERNOS Y EL TRABAJO EN CONJUNTO CON EL SECTOR PRIVADO PARA EL DESARROLLO SOCIAL		39
2.1	La relación entre el Ministerio de Cultura, Medios de Comunicación y Deporte (DCMS) y el Departamento no Ministerial de Comercio e Inversión del Reino Unido (UKTI) como entes públicos impulsores de las industrias creativas.	39
2.1.1	La formulación eficaz y responsable de políticas	39
2.1.2	Transparencia y apertura de la información disponible	45
2.1.3	El liderazgo y la competitividad de las industrias creativas en el mercado nacional e internacional	47
2.2	El Consejo de las Industrias Creativas y la Federación de Industrias Creativas como nexos entre el sector público y privado	51
2.2.1	Conexión e intermediarios de intereses	51
2.2.2	Objetivos y estrategias del manejo y difusión de la información	53
2.2.3	El dinamismo en la inclusión social y sustentabilidad	56

2.3.	La representación de las asociaciones de los sectores creativos del Ecuador y el Ministerio de Cultura y Patrimonio	58
2.3.1	Efectividad en la representación	59
2.3.2	Seguridad, equidad y oportunidades para emprendimientos	63
2.3.3	La capacidad de los proyectos y los enlaces internacionales	66
CAPÍTULO III		
LA PARTICIPACIÓN DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS EN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO Y SU CONEXIÓN CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE		70
3.1	Las industrias creativas y su participación en la economía del Reino Unido y Ecuador	70
3.1.1	La generación de empleo directo e indirecto	71
3.1.2	Ingresos y curva de crecimiento económico	75
3.1.3	Inversión y el gasto intangible	79
3.2	Las exportaciones, diversidad de flujos y conexiones internacionales	81
3.2.1	Macro indicadores en la balanza comercial	82
3.2.2	Los bienes y servicios creativos en los mercados globales	85
3.2.3	Cadena de valor y los sistemas innovadores	87
3.3	Los impactos en el marco del desarrollo sostenible	88
3.3.1	Impacto social y la educación	89
3.3.2	Impacto, participación y difusión cultural	92
3.3.3	Impacto medioambiental y el bienestar	95
VI.	ANÁLISIS	98
VII.	CONCLUSIONES	103
VIII.	RECOMENDACIONES	106
	LISTA DE REFERENCIAS	108
	ANEXOS	117

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1:	ACCESIBILIDAD DE LOS MERCADOS PARA LAS INDUSTRIAS CREATIVAS DEL REINO UNIDO	50
TABLA 2:	EMPLEOS POR SECTORES PERTENECIENTES A LAS INDUSTRIAS CREATIVAS EN EL REINO UNIDO	74
TABLA 3:	VALOR AGREGADO BRUTO DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS DEL REINO UNIDO 2007-2013	76
TABLA 4:	VARIACIÓN DEL VALOR AGREGADO BRUTO DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS CON OTROS SECTORES EN EL REINO UNIDO	77
TABLA 5:	PRODUCTO INTERNO BRUTO POR INDUSTRIA EN EL ECUADOR EN AÑO 2010	79
TABLA 6:	EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE LOS SERVICIOS CREATIVOS EN EL REINO UNIDO	82
TABLA 7:	EXPORTACIONES DE LOS SERVICIOS CREATIVOS COMPARADO CON LA EXPORTACIÓN DE OTROS SERVICIOS EN EL REINO UNIDO	83
TABLA 8:	IMPORTACIONES DE LOS SERVICIOS CREATIVOS EN EL REINO UNIDO	84
TABLA 9:	EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE LOS SERVICIOS CREATIVOS EN EL ECUADOR	84

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: DIMENSIÓN DE DESARROLLO DE LA ECONOMÍA CREATIVA	15
GRÁFICO 2: CLASIFICACIÓN DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS SEGÚN LA UNCTAD	20
GRÁFICO 3: DIAGRAMA DE PORTER EN RELACIÓN A LOS CLÚSTERES	41
GRÁFICO 4: MAPA DE LOS CLÚSTERES CREATIVOS EN EL REINO UNIDO	43
GRÁFICO 5: CONTRIBUCIÓN DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS/CULTURALES AL PIB EN EL ECUADOR	72
GRÁFICO 6: PORCENTAJE DE TRABAJOS GENERADOS POR LA ECONOMÍA CREATIVA POR REGIONES DEL REINO UNIDO	75
GRÁFICO 7: PORCENTAJE DE PERSONAS OCUPADAS EN LAS INDUSTRIAS CREATIVAS EN EL ECUADOR	78

## ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1: ANÁLISIS FODA DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS EN EL REINO UNIDO	37
CUADRO 2: ANÁLISIS FODA DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS EN EL ECUADOR	38

## ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1:	CLASIFICACIÓN SECTORIAL DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS POR LA UNCTAD	115
ANEXO 2:	CLASIFICACIÓN DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS SEGÚN EL BID	116
ANEXO 3:	PARTICIPACIÓN PORCENTUAL DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS Y CULTURALES EN EL PIB Y EL EMPLEO EN PAÍSES DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE	116
ANEXO 4:	DEFINICIONES DE INDUSTRIAS CREATIVAS EN DIFERENTES PAÍSES EUROPEOS	117
ANEXO 5:	CONCENTRACIÓN DE LA ECONOMÍA CREATIVA EN EL REINO UNIDO	118
ANEXO 6:	ASISTENCIA A EVENTOS CULTURALES EN EUROPA	118

## **I. TEMA**

**ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA INDUSTRIA CREATIVA COMO ELEMENTO DINAMIZADOR DE LA ECONOMÍA SOSTENIBLE EN EL REINO UNIDO Y EN EL ECUADOR EN LAS ÁREAS DE ARTE, CREATIVIDAD Y ENTRETENIMIENTO, EN EL PERÍODO 2007-2013**

## **II. RESUMEN**

La industria creativa forma parte de las estrategias económicas de varios países como el Reino Unido, Alemania, China y Estados Unidos por su contribución en la economía a través de la generación de empleo, fomentación de la innovación e inclusión social. Mientras que el comercio mundial a partir de la crisis del año 2008 tuvo una curva descendente, los bienes y servicios creativos se mantuvieron firmes e influyeron de manera positiva en la recuperación económica global. Las Naciones Unidas catalogó a la industria creativa como uno de los sectores de mayor dinamismo en la economía que contribuye al desarrollo sostenible al incluir aspectos económicos, sociales, ambientales y de manera especial los culturales que han sido ignorados en previos programas de desarrollo al descartar su valor intangible. La industria creativa cuenta con factores como la creatividad, el conocimiento y la tecnología convirtiéndose en una oportunidad para los países en desarrollo, como el Ecuador, mediante el apoyo y la organización del sector público y privado, la emisión de políticas públicas y el fortalecimiento de instituciones.

**Palabras claves:** Reino Unido, Ecuador, industria creativa, desarrollo sostenible, cultura.

### **III. ABSTRACT**

Because of its direct economic contribution through creation of employment, promotion of innovation and social inclusion, the creative industry is considered an important part of the economic strategy of several countries such as United Kingdom, Germany, China and the United States. While international trade has declined since the global crisis in 2008, creative goods and services have held up firm, contributing to the global economic recovery. The United Nations rated the creative industry as one of the most dynamic sectors in the economy which contributes to sustainable development including economic, social, environmental and cultural aspects; especially the latter which was ignored in previous development programs because they didn't take into account its intangible value. Creative industries can become an opportunity for developing countries like Ecuador through fostering creativity, knowledge, and technology and with the support and organization between the public and private sectors, the creation of public policies and the strengthening of institutions.

**Keywords:** United Kingdom, Ecuador, creative industry, sustainable development, culture

#### **IV. RIASSUNTO**

L'industria creativa è parte delle strategie economiche di diversi paesi come il Regno Unito, la Germania, la Cina e gli Stati Uniti a causa del loro contributo all'economia attraverso la creazione di offerte di lavoro, della promozione dell'innovazione e l'inclusione sociale. Mentre il commercio mondiale dopo la crisi dell'anno 2008 è diminuito, i beni e i servizi creativi rimasero stabili e hanno inciso positivamente la ripresa economica globale. Le Nazioni Unite hanno classificato il settore creativo come uno dei settori più dinamici dell'economia che contribuisce allo sviluppo sostenibile includendo gli aspetti economici, sociali, ambientali e culturali che sono stati trascurati nei precedenti programmi di sviluppo per eliminare il loro valore intangibile. Le industrie creative comprendono diverse aree come la creatività, la conoscenza e la tecnologia diventando un'opportunità per i paesi in via di sviluppo come l'Ecuador, con il supporto e l'organizzazione del settore pubblico e privato, l'emissione delle politiche pubbliche e il rafforzamento delle istituzioni.

**Parole chiave:** Regno Unito, Ecuador, industria creativa, sviluppo sostenibile, cultura, economía, società

## V. INTRODUCCIÓN

En el siglo XXI, la creatividad protagoniza un factor clave para el emprendimiento, diferenciación y competitividad en la elaboración de productos y servicios. La industria creativa, ofrece una alternativa al mundo de consumo capitalista al dinamizar la economía a través de múltiples indicadores como la tasa de empleo, el incremento en el PIB y las alianzas con mercados internacionales. El término industria creativa comprende un enfoque innovador en el ámbito económico, social, ambiental y cultural basado en el concepto de desarrollo sostenible, catalogado como de vital importancia a nivel mundial.

El tema “El análisis comparativo de la industria creativa como elemento dinamizador de la economía sostenible en el Reino Unido y en el Ecuador en las áreas de arte, creatividad y entretenimiento, en el período 2007-2013”, fue escogido al analizar el estado de esta industria en el Ecuador y observar sus deficiencias y potencialidades. La industria creativa se propone como una forma de disminuir la dependencia en la producción de bienes tradicionales como el petróleo y abrir un panorama de oportunidades en la creación de bienes y servicios creativos lo que beneficia al cambio de la matriz productiva. La falta de información en el Ecuador sobre este tema ocasiona que la sociedad no muestre interés en emprender en estas áreas, dificulta el desarrollo de estas industrias y como conclusión la falta de proyectos y programas para la unificación de estos sectores por parte del sector público, lo que causa que las empresas de otros países tomen la delantera en el ámbito internacional.

La experiencia del Reino Unido en medir los impactos sociales y económicos incluidos en el discurso político que reconoce que la cultura y las actividades creativas además de ser un elemento del comportamiento social y de la construcción de la identidad, constituyen un sector económico de igual importancia que otros en la economía de este país. Como pionero en medir la contribución de las industrias creativas ha ganado considerable experiencia en esta área y ha influencia a otros países en la Unión Europea.

Las estadísticas, políticas e información referente a las industrias creativas en este país son amplia debido al trabajo en conjunto del sector público y privado por medio de fuentes primarias y secundarias como libros, documentos oficiales, informes técnicos, investigaciones y entrevistas. Dentro de la Unión Europea se menciona al Reino Unido seguido por Francia, Alemania, Italia y España como los principales mercados en industrias creativas al tomar en cuenta variables como el PIB y la generación de empleo, por ejemplo dentro de las principales 25 regiones con clústeres creativos desarrollados en la Unión Europea 5 pertenecen al Reino Unido.

Debido a estas referencias se escogió al Reino Unido como país modelo frente al Ecuador que vive la realidad de varios países de Latinoamérica, donde el término de industrias creativas no está establecido. Las industrias creativas en el Ecuador podrían contribuir a impulsar la economía, siempre que tenga el apoyo de las instituciones públicas y privadas las cuales fomentarían los emprendimientos en estos sectores. Al estudiar a la industria creativa en el Reino Unido, se genera una idea de conceptos, organización, estructura y cifras que demuestran la efectividad del aprovechamiento de esta área económica a nivel nacional e internacional con la exportación de bienes y servicios finales.

Se puede observar que los países europeos liderados por el Reino Unido aprovechan el potencial de estas industrias y las oportunidades que esto conlleva como la diversificación de la producción, la reducción de la dependencia con las industrias tradicionales, crecimiento económico y la exportación de su cultura a través de los productos creativos. Este concepto, sirve como una alternativa de desarrollo para otras regiones como es el caso de los países latinoamericanos incluido el Ecuador donde las industrias creativas no están constituidas pero que poseen todo el potencial que estas requieren como creatividad, innovación, sobre todo el factor cultural.

Con esta investigación se busca profundizar el conocimiento de los ecuatorianos sobre las industrias creativas con la recopilación información y alzamiento de datos, que incluyen estadísticas y cifras comparables que muestran la importancia de difundir este término en el ámbito nacional como

ayuda para fomentar el espíritu de liderazgo empresarial. También se pretende generar conciencia del potencial creativo que tiene el Ecuador además de vincular este conocimiento entre las entidades públicas y privadas.

La ayuda del Gobierno del Reino Unido a las industrias creativas por medio de la implementación de políticas públicas se hace evidente de manera cualitativa, reflejada en la calidad de los productos y cuantitativa por medio de las cifras y factores económicos. La adopción de este concepto en las políticas públicas del Ecuador abriría oportunidades de emprendimiento que a su vez serían factores de generación de empleo a través de un cambio de la matriz productiva. Además de dinamizar la economía ecuatoriana se pueden convertir en un agente de exportación cultural lo cual implicaría el desarrollo de diferentes sectores transversales como el turismo.

Para este trabajo de investigación se escogieron dos conceptos, el primero es el desarrollo sostenible por su importancia en la preservación del planeta y las nuevas tendencias al desarrollo de las ideas, creación, innovación, tecnología, comunicación y el uso de la información que enfocan un crecimiento económico basado en aspectos sociales con una visión futurista de bienestar para las generaciones venideras. Con estos conceptos se puede analizar la importancia de las industrias creativas, como una herramienta de dinamización de la economía para el desarrollo de los países que a su vez incluye el factor de mercantilización de dichos sectores con el fin de combatir la pobreza al añadir la cultura como motor de innovación y material de exportación.

Para hablar de las industrias creativas es necesario introducir la teoría sobre el desarrollo sostenible al ser un factor trascendental para combatir la insuficiencia de capital, el bajo crecimiento económico y las desigualdades de los ciudadanos, además de ser la base teórica de este sector económico al comprender un enfoque tripartito de sostenibilidad ambiental por medio de la conservación ecológica, social que incentiva la equidad e igualdad y económica por medio del crecimiento cuantitativo, que busca utilizar recursos y energía renovables para que el desarrollo perdure en el tiempo.

Las teorías sobre el desarrollo sostenible aparecen después de la segunda guerra mundial al tratar de explicar la insuficiencia del capital, el bajo crecimiento económico y las desigualdades en cuanto a los niveles de vida de las poblaciones pertenecientes a países en ese entonces llamados subdesarrollados. En este concepto se incluyen las políticas públicas emitidas por los estados, direccionadas a combatir dichas situaciones por medio del mejoramiento e incremento de los bienes públicos, con el objetivo de ayudar al desarrollo de las capacidades humanas para alcanzar el bienestar social entendido como libertades reales de los ciudadanos. (Sen, A., 1999:29).

El término de desarrollo sostenible fue introducido por primera vez en el informe Brundtland emitido por la Comisión Mundial del Medio Ambiente y Desarrollo de las Naciones Unidas en 1987. Este concepto tiene como objetivo último garantizar las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de las generaciones futuras que abarca un enfoque tripartito de sostenibilidad ambiental por medio de la conservación ecológica, social incentivando la equidad e igualdad y económica por medio del crecimiento cuantitativo, que busca utilizar recursos y energía renovables con el objetivo de que el desarrollo perdure en el tiempo.

El desarrollo sostenible critica a los modelos tradicionales de industrialización como camino para alcanzar el desarrollo económico debido a la incompatibilidad entre crecimiento económico y la preservación del medio ambiente pues está basado únicamente en el consumo, y todos los efectos ambientales que esto conlleva como por ejemplo la contaminación de la atmósfera y agua, la erosión de los suelos, la amenaza a la fauna y flora, la sobreexplotación y degradación de los recursos naturales, comprometiendo el futuro de la especie humana. Sin embargo, en el informe Brundtland se menciona que en entre los años 1950 y 1960, la manufactura dejó de ser el actor principal que dio lugar al desarrollo de otros sectores de la economía, e incluyó un sentido de concientización con respecto al círculo de la producción que va desde la extracción de materias primas, la transformación de los productos, el consumo de energía y la generación de basura, a través de políticas y programas establecidos por los países (UN, 1987:147).

Dentro del desarrollo sostenible existe también diferentes puntos de vista como lo menciona Jorge Riechmann, doctor español en ciencias políticas, en su ensayo Desarrollo Sostenible: la lucha por la interpretación. Para algunos autores como es el caso de Reichmann, el desarrollo sostenible no se lo puede alcanzar si se toma modelos de desarrollo establecidos como los provenientes del Norte. La cultura es considerada por algunos teóricos como John Hawkins como el cuarto pilar del desarrollo sostenible debido a que las sociedades no pueden carecer de cultura ni estar aisladas de ella por su importancia en la inclusión y conectividad lo que permite la creación de desarrollo endógeno propio de las naciones. Es usada como instrumento económico e industrial, un factor de expansión e incremento del consumo integrado a las industrias creativas.

El segundo concepto aplicado es la era del conocimiento al partir del hecho que en el siglo XXI se vive la tercera revolución industrial basada en el conocimiento como factor principal de la producción en el cual las ideas, la innovación y la creatividad desarrollan nuevos sectores de la economía en especial con la creación de productos y servicios innovadores, que estimulan a los mercados por medio de la transmisión de información a partir de tecnologías de comunicación sustentadas por Manuel Castells, sociólogo español. La evolución económica, política, culturales y sociales, según este autor, se adaptan al marco de una teoría integral de la información incluida en el estudio de la sociedad de la información vista como sucesora de la sociedad industrial.

En su libro: La era de la información; Economía, Sociedad y Cultura categoriza a la mente humana como una fuerza productiva directa como elemento de innovación tecnológica, factor de productividad que fomenta el desarrollo sostenible a largo plazo como un elemento del sistema de producción. Castells habla también de “las redes” como unidad básica de organización que se compone por varios elementos como sujetos y organizaciones. Las industrias creativas se las puede considerar como fruto de este concepto pues se basan en ideas nuevas para crear productos y obtener competitividad y ventaja frente a otros países. El flujo de información contribuye de igual manera a la difusión y la exportación de los productos, al estar conectado con el proceso de globalización.

La investigación se basa en la hipótesis de que la comparación de las políticas públicas del gobierno del Reino Unido y del Ecuador en conjunto con el sector privado, demostrarían el adelanto de los sectores que conforman las industrias creativas, la focalización, el posicionamiento y la competitividad nacional e internacional de éstas como estrategia de desarrollo sostenible lo que permitiría el crecimiento económico y la difusión de la cultura como factor de exportación.

Como objetivo general se procede a comparar el desarrollo e influencia de las industrias creativas en la economía sostenible del Reino Unido y del Ecuador que toma en cuenta el apoyo del sector público y privado para la generación de políticas públicas en los países mencionados, a través de la identificación de los sectores que conforman las industrias creativas, las empresas más relevantes, su contribución, participación en el mercado nacional e internacional, la ayuda proveniente de los sectores públicos y privados para el desarrollo e impulso de las industrias creativas y el efecto de las industrias creativas como elemento estratégico de crecimiento económico sostenible, con capacidad para generar fuentes de trabajo, innovación y desarrollo.

La delimitación de esta disertación comprende el período 2007-2013 con el objetivo de analizar la influencia de las políticas tomadas por el Gobierno Ecuatoriano presidido por el Econ. Rafael Correa Delgado, plasmado en el plan Nacional del Buen Vivir para la ayuda y el desarrollo a estas industrias con la finalidad de cambiar la matriz productiva, discurso principal del gobierno. Con el Plan Nacional del Buen Vivir se propone ampliar la visión de la cultura relacionada con la concepción del patrimonio cultural, recuperación de la memoria y la construcción de identidad per medio de la construcción de espacios para la creatividad. De igual forma, se busca el desarrollo cultural del país a través de diferentes objetivos estratégicos como el acceso a los bienes y servicios culturales, gestión intercultural y cooperación cultural nacional e internacional.

La vinculación del tema con la carrera de Multilingüe en Negocios y Relaciones Internacionales se concentra en torno a los elementos de economía, internacionalización y cultura, asociado con los marcos políticos de cada país para comprender el proceder en cuanto a la evolución del concepto y su adaptación a los planes estratégicos de cada uno. El tipo de investigación que se utilizó es de carácter exploratorio y analítico lo cual permitirá tener una visión general de la realidad de las industrias creativas tanto en el Reino Unido como en Ecuador, las diferencias, similitudes, oportunidades y amenazas.

La información recolectada busca aumentar el grado de familiaridad en especial en el Ecuador sobre los sectores creativos, su importancia y protagonismo. El objetivo del tipo de investigación utilizado se enfoca en determinar y puntualizar antecedentes, tendencias y relaciones entre las variables escogidas, con el fin de obtener información que sirva de base para estudios posteriores. Se utiliza la investigación de tipo exploratorio porque el tema tratado en esta disertación ha sido poco estudiado en el Ecuador lo que hace evidente la existencia de varios aspectos que pueden ser indagados de manera puntual.

El trabajo está dividido en tres capítulos, el primero describe los sectores que conforman las industrias creativas, basadas en la clasificación según el Reino Unido, las Naciones Unidas y la del Banco Interamericano de Desarrollo adaptado a las necesidades de América Latina y el Caribe. Se enfoca en los principales parámetros para su categorización, algunas de las críticas al concepto y su evaluación. El análisis FODA incluido en este capítulo permite identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de este término como motor del desarrollo sostenible en los países de estudio.

El segundo capítulo hace referencia a las estructuras del sector público y privado, su interacción para el desarrollo de las industrias creativas por medio de la emisión de políticas públicas, planes de financiamiento y capacitación. El objetivo de este capítulo es señalar que la organización entre el gobierno y las instituciones privadas impulsa a los sectores al darles herramientas de competitividad mundial a través del flujo de información, transparencia,

apertura, la efectividad en la representación y la seguridad que se ofrece para la creación de un entorno atractivo para la inversión.

El tercer capítulo es un acercamiento cuantitativo a las cifras que muestran la dinamización de las industrias creativas dentro de la economía de los países de estudio como el impacto en la generación de empleo, el crecimiento económico, la inversión, el gasto intangible, la balanza comercial, mercados internacionales y la cadena de valor basado en los impactos sociales como en la educación, la difusión cultural y el impacto medioambiental ligado al bienestar de los ciudadanos.

## **CAPITULO I**

### **LA FOCALIZACIÓN DE LOS SECTORES QUE CONFORMAN LAS INDUSTRIAS CREATIVAS COMO FACTOR DE COMPETITIVIDAD**

#### **1.1. Clasificación y parámetros tomados por el Grupo de Trabajo de las Industrias Creativas (*Creative Industries Task Force*) y las Naciones Unidas para la adaptación del concepto de industrias creativas.**

En el año 1948, Theodor Adorno, filósofo y sociólogo alemán, utilizó el concepto de industria cultural para clasificar los productos que tienen que ver con la cultura de los países lo cual incluye *técnicas de reproducción industrial en la creación y difusión masiva de obras culturales* (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], 2009: 1). Esta denominación sirvió para que en los años 90 se creara el término de economía creativa, que define la creatividad como un motor de innovación y ventaja competitiva tanto para las empresas como para los países. En el año 1998, el Reino Unido a través del Ministerio de Cultura, Medios de Comunicación y Deporte, crea la primera definición de industrias creativas convirtiéndose en un factor dinamizador de la innovación y el desarrollo del potencial creativo para el país.

Al establecer los Objetivos del Desarrollo del Milenio en el año 2000 bajo la resolución 55/2 emitida por la Asamblea General de las Naciones Unidas, la cultura como factor de desarrollo no estuvo reconocida ni implicada al formularse los objetivos. Con los estudios realizados por varias organizaciones internacionales como las Naciones Unidas por medio del Programa de las Naciones Unidas para el desarrollo, la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Comercio y Desarrollo, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual y el Centro de Comercio Internacional, se elaboraron publicaciones llamados “Informes sobre la economía creativa” en los años 2008, 2010 con su última edición en el 2013 donde se comprueba la hipótesis de que las actividades culturales y creativas es un sector industrial con potencial de desarrollo sostenible que genera un proceso de aceleración en el crecimiento económico, creación de empleo y aumento de ingresos generado por las exportaciones (PNUD y UNESCO, 2014: 10).

### **1.1.1. La economía creativa como generador de competitividad**

En el mundo contemporáneo se ha evidenciado que algunos sectores pueden llegar a no ser productivos en el largo plazo por sus limitaciones y falta de sustentabilidad en sus procesos. En la era de la información, la cual caracteriza al siglo XXI, las interconexiones y el valor de lo intangible frente a lo material se presentan como un factor de competitividad para el mundo globalizado, lo cual orienta a los empresarios a adaptarse a las nuevas demandas. Es necesario dar un paso más allá de la economía convencional, empezar a hablar de la economía creativa, que según las estadísticas representa ser uno de los sectores de la economía de más rápida expansión a nivel mundial como consecuencia de la generación de ingresos, la creación de fuentes de empleo, las exportaciones y su componente social al referirse al bienestar y calidad de vida (UNESCO, 2013:1). Para hablar de industrias creativas es necesario definir el concepto de economía creativa debido a que los dos términos se complementan.

El término economía creativa fue acuñado en el año 2001 cuando John Howkins, autor y vocero inglés de las industrias creativas publicó su libro titulado *The Creative Economy*, en el cual se define la relación entre creatividad y economía, que para el autor el desafío radica en la combinación de estos términos en la creación de valor, riqueza y su alcance global. Según Howkins la creatividad se divide en dos tipos, la primera está relacionada con la satisfacción de los individuos, una característica universal basada en las sociedades y sus tradiciones. La segunda hace referencia a la creación en sí de productos creativos, un rasgo de las sociedades industrializadas las cuales dan valor a la ciencia y tecnologías como fuentes de creación (UNCTAD, 2010: 36).

Dentro de la economía creativa, la creatividad es el factor de la producción más representante, mientras que el capital queda en segundo plano, es por eso que aquellos que son poseedores de las ideas son más poderosos que los que poseen las máquinas (Howkins, 2001). Las Naciones Unidas define la economía creativa como un concepto que se basa en los recursos creativos los cuales a su vez generan desarrollo y crecimiento económico. Es un conjunto de actividades que se basan en las ideas y el conocimiento que se unen para formar

un enlace transversal en la microeconomía y macroeconomía. Es generadora de ingresos, puestos de trabajo, representa material exportable a la vez que incentiva la inclusión social, la diversidad cultural y el desarrollo de las capacidades humanas expresadas en el talento. Incluye además aspectos culturales, económicos y sociales que interactúan en conjunto con la tecnología, la propiedad intelectual y el turismo. A diferencia de la economía convencional, la economía creativa requiere de aspectos multidisciplinarios e innovadores cuyo componente principal son las industrias creativas (UNCTAD et al, 2010: 37).

La economía creativa está basada en una nueva forma de pensar y hacer que centra su atención en el talento y en las capacidades de las personas para la generación y explotación de conocimientos e información que crean valor agregado. En comparación con las industrias creativas, la economía creativa no se enfoca en sectores determinados, sino que es usado para describir la creatividad en la economía en su conjunto.

Bajo los parámetros de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo se identifican cuatro objetivos con respecto a la economía creativa. El primero relacionado a conectar los objetivos culturales de cada nación con las tecnologías y políticas del comercio internacional. Identificar y diagnosticar las causas que retrasan el crecimiento de las industrias creativas en los países en vías de desarrollo. Fortificar los nexos creativos que incluyen la inversión, la tecnología, la iniciativa empresarial, el comercio y la adaptación de las políticas para el desarrollo de la economía creativa (UNCTAD et al, 2010: 37). Al hablar de desarrollo, la economía creativa presenta interconexiones complejas reflejadas en la interacción de varios factores como políticas e instituciones, la cultura, la tecnología, las interacciones sociales y el conocimiento. Debido a los enlaces multidisciplinarios la dimensión de desarrollo cuenta con 5 ramas las cuales según la UNTAD se las divide en: lo político, lo omnipresente, lo cultural, lo atemporal y lo social.

## GRÁFICO 1 DIMENSIÓN DE DESARROLLO DE LA ECONOMÍA CREATIVA



Fuente: Informe de Economía Creativa UNCTAD 2010  
Elaborado por: UNCTAD  
Recopilado por: Priscila Sulen

La economía creativa es utilizada en el siglo XXI como estrategia de desarrollo de varios países desarrollados como el Reino Unido donde uno de cada cinco empleos pertenece a esta rama, Dinamarca cuyo incidencia en el PIB es de 5,3%, Países Bajos, Alemania y Estados Unidos. Por otro lado, algunos países en vías de desarrollo como Brasil y Colombia comenzaron a incursar su economía creativa en el ámbito global al poner práctica políticas para incentivar su desarrollo, no obstante el potencial y las capacidades de esta economía permanecen ocultas aunque cuentan con material creativo ligado a la diversidad cultural y talentos (Economía creativa, 2011:1).

### 1.1.2. Análisis y evaluación de las industrias creativas

Al partir de la premisa de que las industrias creativas se originaron del concepto de industrias culturales, existe una marcada diferencia con los sectores creativos. Las industrias creativas incluyen tres categorías principales que son el arte y cultura, empresa e innovación y la ciencia con la tecnología, los cuales abarcan actividades como la investigación, el desarrollo económico urbano y el desarrollo de software, factores que estimulan la creación de ideas, procesos que dan como resultado un desarrollo económico a través de la formación de valor agregado que genera competitividad en el mundo globalizado. Las industrias

culturales son un subsector transversal dentro de las industrias creativas, un subsector clave que permite que las personas se apropien de sus propios modelos y procesos de desarrollo (PNUD y UNESCO, 2014: 9). Basadas en las ideas al dejar en segundo plano al capital tangible, las industrias creativas proponen potenciar el talento humano a través de la creatividad e identidad cultural como una opción de desarrollo endógeno (Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos [OCDE], s/f: 1).

La creación del concepto de industrias creativas se originó a partir de la creación de un grupo de trabajo destinado a estudiar los efectos de estas industrias en la economía del Reino Unido. Este grupo se denominó *Creative Industries Task Force*, convirtiéndose en la actividad principal del Ministerio de Cultura, Medios de Comunicación y Deporte, encabezado por el primer ministro Tony Blair cuyo gobierno se caracterizó por integrar enfoques culturales a las políticas de estado. Parte del trabajo designado para este grupo, era medir la contribución de los sectores creativos, al tomar en cuenta los resultados económicos totales del país e identificar posibles medidas para el desarrollo de los mismos. La información de esta investigación fue consolidada en el documento emitido en 1998 llamado *The Creative Industries Mapping Document*, en el cual se afirmó que las industrias creativas constituían un componente esencial para la economía del Reino Unido por su rápido crecimiento en la economía, la generación de puestos de empleo y su potencial exportable (Sagepub, 2011: 1).

Es por esto que en el año 1998, se crea el primer concepto que engloba a los sectores pertenecientes a las industrias creativas. El documento emitido por el grupo de trabajo definió a estas industrias como aquellas que tienen su origen en la creatividad individual, habilidades, talentos que a su vez potencian la generación de riqueza y la creación de puestos de trabajo a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual (Gov. Uk, 2001: 5). A este concepto se le sumó las observaciones del Ministro de Cultura, Cris Smith, quien mencionó que el rol de las empresas creativas y las contribuciones culturales son cuestiones económicas claves como componente de la riqueza nacional al igual que el valor resultante de la creación de capital intelectual, el

cual se ha convertido con el transcurso del tiempo en el sector de crecimiento económico más rápido en el Reino Unido, origen de puestos de trabajos y la riqueza del futuro. (Sagepub et al, 2011: 1).

La construcción de las industrias creativas abarca los sectores privados y públicos de manera justa, la cual establece a la actividad cultural como una industria que converge con el avance tecnológico. Este documento identificó también trece sectores que al cumplir con esta definición están dentro de las industrias creativas: publicidad, arquitectura, arte y mercado de antigüedades, artesanías, diseño, diseño de modas, cine y video, software, música, artes escénicas, publicaciones, televisión y radio y videojuegos. Tony Blair observó que su gobierno estaba decidido a apoyar a estas industrias pues su visión era crear una nación que promueva los talentos creativos de sus ciudadanos con el fin de construir una economía que se adapte al siglo XXI con la explotación de las ideas, la innovación y la creatividad (Sagepub et al, 2011: 10).

Los sectores de las industrias creativas se definieron a finales de los años 90 del siglo XX, fueron adoptados a nivel nacional por el gobierno del Reino Unido para lograr objetivos económicos y políticos. Varios países dentro de la Unión Europea adaptaron el concepto a sus propias necesidades por ejemplo las bibliotecas, los museos y el patrimonio cultural, según la clasificación del Ministerio de Cultura, Medios de Comunicación y Deporte (DCMS), no están incluidos en los sectores creativos mientras que en otros países como España y Francia si los toman en cuenta (British Council: 2010: 38).

Por sus resultados económicos, políticos y sociales alcanzados, las industrias creativas mostraron participar de manera significativa en la economía del país razón por la cual se decidió hacer un segundo mapeo, que pretendía dar conocer a los ciudadanos que las industrias creativas habían pasado de ser industrias alternativas a ser parte de los sectores más productivos en el Reino Unido. La intervención del gobierno para impulsar a las industrias creativas, se consideró necesaria, por este motivo se procedió a formular políticas públicas en diversas áreas como en la educación, emprendimiento y comercio. Este trabajo fue continuado por el primer ministro Gordon Brown en el año 2007,

quien afirmó que las industrias creativas aportan a la economía del país y refuerzan la habilidad de insertar la cultura y la creatividad como centro de la vida cotidiana nacional (Sagepub et al, 2011: 10).

El análisis y evaluación de los componentes necesarios para formar parte de lo que se definió como industrias creativas realizado por el gobierno del Reino Unido, pasó a tener un rol relevante en el discurso político internacional sobre el concepto, parámetros, utilidad de las mismas, enfocándose en el desarrollo económico moderno y el futuro post industrial que incluye la promoción pragmática de la cultura, asociada con la era de la información, el conocimiento, el intercambio de saberes en un contexto de inclusión, igualdad y equidad (Sagepub et al, 2011: 10).

Este concepto ha sido también criticado sobre la forma en que se han agrupado a los sectores pertenecientes, por ejemplo el profesor emérito de la Universidad de Westminster en Londres, Nicholas Garnham, quien menciona que la clasificación dada por el Ministerio de Cultura, Medios de Comunicación y Deporte no es equitativa en el aspecto de que hay sectores dentro de los trece identificados por esta institución pública, que tienen más peso sobre otras como es el caso de la inclusión de software debido a que este sector junto con los video juegos y las publicaciones electrónicas aportan con el 37 % al total de la producción proveniente de las industrias creativas, el 36% del total de las exportaciones y el 33% del total de los puestos de trabajos generados y que el concepto difiere de las industrias culturales al concentrarse de manera específica en la generación de riqueza económica (Garnham, s/f: 21).

Por otro lado las Naciones Unidas también ha elaborado una definición sobre las industrias culturales refiriéndose a aquellas industrias que combinan *“la creación, producción y comercialización de contenidos que son abstractos y de índole cultural”* Estos contenidos a su vez pueden ser transmitidos en forma de bienes o servicios que por lo general están respaldados por los derechos de autor, la cual incluye sectores como editoriales, multimedia, cine, artesanías y diseño (UNESCO, s/f: 2). La diferencia entre las industrias culturales y las creativas según la ONU radica en que las industrias creativas además de incluir a las industrias culturales

se apoyan en la innovación, investigación y desarrollo de software convirtiéndose en un factor clave para la economía en lo que se refiere a la generación de valor económico, desarrollo de la sociedad al estimular ideas y tecnologías en un contexto de cambio transformativo (UNESCO, 2013:21).

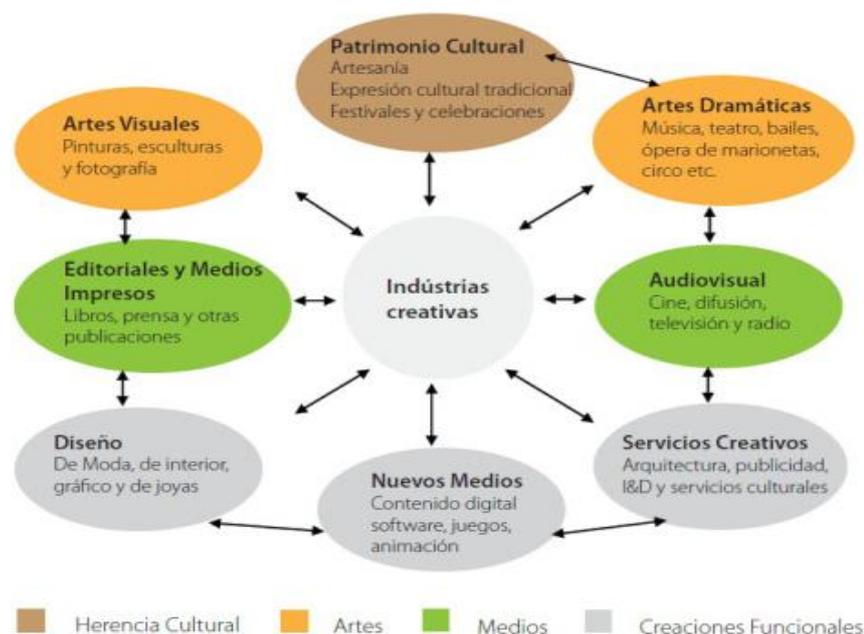
En la Conferencia Ministerial realizada en el año 2004 por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), las industrias creativas fueron incluidas como puntos relevantes dentro de la agenda económica de desarrollo internacional dándoles un enfoque el cual amplía

*El concepto de creatividad basada en las actividades con un fuerte componente artístico, a cualquier actividad económica que produzca productos simbólicos, con una gran dependencia en la propiedad intelectual ampliando el mercado a su máxima expresión (UNCTAD, 2010:34).*

La UNCTAD a su vez propone su propia clasificación dividida en cuatro grupos principales: patrimonio cultural, artes, medios y creaciones funcionales las cuales agrupan a varias subcategorías. Es necesario mencionar que las clasificaciones de las industrias creativas así como su significado difiere entre los países y se lo considera como un término nuevo al ser mencionado por primera vez en Australia en el año 1994, reforzado en 1997 en el Reino Unido, sin embargo se dice que las industrias creativas se han convertido en una estrategia de desarrollo.

Dentro del concepto de industrias creativas, se toma en consideración la variable valor. Para algunos autores como David Throsby, el valor de los productos creativos crean experiencias, ideas, estimula las emociones y enriquece los estilos de vida. Añade que el centro y propósito de este modelo industrial es generar y comunicar el significado del comportamiento intelectual, moral y espiritual del individuo y los pensamientos, valores, normas y creencias de grupos en un sociedad.

**GRÁFICO 2**  
**CLASIFICACIÓN DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS SEGÚN LA UNCTAD**



Fuente: Informe de Economía Creativa UNCTAD 2010  
 Elaborado por: Beatriz Pérez Paz  
 Recopilado por: Priscila Sulen

**1.1.3. El emprendimiento basado en la investigación**

A partir de la iniciativa del Reino Unido en delimitar lo que significan las industrias creativas y en las posteriores definiciones realizadas por diferentes organizaciones como la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), el incremento del sentido de empoderamiento, la conciencia sobre los beneficios de las industrias creativas se ha interiorizado en las actividades y decisiones de los gobiernos, en la aceptación y visualización de las oportunidades de estos sectores por parte de los ciudadanos. Como resultado del trabajo realizado por el Grupo de Trabajo de las Industrias Creativas del Reino Unido, la información recolectada en cuanto a los ingresos, exportaciones, fuentes de trabajo y contribución de las industrias creativas al producto interno bruto, convirtieron a estas industrias en sectores deseables por su dinamismo

económico, como resultado personas naturales y jurídicas destinaron su atención en incursar en estas áreas de innovación.

Las industrias creativas se caracterizan por el alto número de pequeñas, medianas empresas, empresarios individuales, los emprendimientos y los *start ups* representan opciones para ejercer las diversas profesiones. Basado en las recomendaciones del Grupo de Trabajo de las industrias Creativas, cuatro áreas principales se unen al concepto de desarrollo dentro del Reino Unido. La primera sugiere construir un contexto político en el marco nacional para incentivar el espíritu empresarial para quienes muestren interés en emprender en estos sectores dentro de una estrategia a largo plazo con el apoyo de las instituciones públicas y privadas. El segundo punto se enfoca en aumentar el entendimiento de lo eficiente, productivo a través de la investigación de los modelos ya existentes, conocer sus procesos e innovar sus prácticas (DCMS, 2006: 9).

Como tercer punto, la inclusión de incentivos y premios para la innovación y el desarrollo de infraestructura para potenciar el alcance de las oportunidades de aprendizaje, basándose en estándares para la transición de los estudiantes creativos graduados a profesionales. Como última recomendación, se debe asegurar la coherencia y extender la capacidad de las industrias creativas en el Reino Unido a través del Programa Nacional Empresarial para las Industrias Creativas con el objetivo de unir actividades, experiencias de diferentes instituciones y desarrollar conexiones entre mentores, emprendedores e ideas al ofrecer diferentes programas que incluyan capacitaciones, incubadoras de proyectos y un equipo de personas especializadas (DCMS et al, 2006: 10).

En el Reino Unido, las industrias creativas representan un sector con un alto índice de educación, alrededor del 43% de los trabajadores cuentan con un título de licenciatura o mayor. Basado en las cifras de *Graduate Prospects*, una institución independiente de investigación, el 36% de los alumnos egresados de la universidad que emprendieron por cuenta propia después de seis meses de graduados en el año 2003 estudiaron las ramas de las industrias creativas. De igual forma, la participación en los concursos realizados por el Consejo Nacional

de Emprendimientos para Graduados (*National Council for Graduate Entrepreneurship*) muestra que el 50% de los concursantes presentan proyectos ligados a las industrias creativas, con lo que se evidencia una tendencia al auto-empleo y al emprendimiento (DCMS et al, 2006: 6).

La educación en el emprendimiento es un factor clave para la sustentabilidad del modelo de industrias creativas. Por su parte la UNESCO ha creado el Club UNESCO: Emprendimiento en Industrias Culturales y Creativas, un sitio web que ofrece una plataforma de cursos para emprendedores cuyo objetivo es *promover el desarrollo sostenible a nivel global, apoyando a los líderes del futuro, buscando y operando nuevos mercados presentes, potenciales, y desarrollando para ellos modelos de negocio innovadores que creen riqueza sostenible* (UNIMOOC, 2014: 1). Entre los cursos que esta plataforma ofrece incluye el modelo Lean Canvas, claves para desarrollar un *networking*, leyes de la propiedad intelectual, reglas para emprender, entre otros (UNIMOOC et al, 2014: 1).

La investigación, la retroalimentación y el compromiso son componentes claves para el desarrollo de las industrias creativas para comprender las dinámicas y procesos que están inmersos, los cuales ayudan a los emprendedores a tener un panorama real y firme donde las oportunidades y las amenazas se puedan identificar con el fin de emprender con éxito en los ámbitos creativos que a su vez inciden en el desarrollo de los mismo como táctica para enfrentar al mundo globalizado en un contexto de sostenibilidad dirigido al aspecto económico, social, cultural y ambiental.

## **1.2. El concepto de industrias creativas según el BID adaptado a las necesidades de los emprendedores de Latinoamérica y el Caribe**

Las industrias creativas en los países desarrollados y en vías de desarrollo han superado a otros sectores tradicionales de la economía durante las recesiones, al incrementar su dinamismo y ofrecer oportunidades de empleo durante periodos de recesión económica. El continente americano es un sector dinámico para la innovación y la creatividad, las industrias creativas en América se convirtieron en un factor de crecimiento del PIB, según las estadísticas, las

dos economías más grandes del continente representadas por Estados Unidos y Brasil muestran una incidencia de las industrias creativas del 10% al PIB (BID, 2014: 1).

Como se ha mencionado, las industrias creativas tienen diferentes concepciones cuando se habla de regiones o de países. El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) junto con la Organización de Estados Americanos (OEA) y el Consejo Británico expresaron su interés por difundir, concientizar el potencial que el sector creativo presenta dentro del contexto de desarrollo económico y social del continente americano, al tener en cuenta las diferentes necesidades, realidades de los países al adaptar los mecanismos de medición y políticas con el objetivo de calcular su impacto en la economía, comparar los resultados con diferentes países y mostrar las oportunidades reales de crecimiento para el hemisferio.

### **1.2.1. La economía naranja y sus limitaciones en Latinoamérica y el Caribe**

El Banco Interamericano de desarrollo es la principal institución de financiamiento multilateral en la región latinoamericana y el Caribe, el cual a su vez aporta con diferentes soluciones para el fomento del desarrollo sostenible cuyos ejes se enfocan en la reducción de la pobreza y desigualdad social, asistir, focalizar las necesidades de los países vulnerables, estimular el sector privado, abogar por la sostenibilidad ambiental y fomentar la cooperación entre los países que lo integran. A partir de los ejes principales, se derivan varios temas transversales como por ejemplo la agricultura, el cambio climático, cultura, comercio, desarrollo urbano, deportes, educación, remesas, salud, entre otros, que por medio de la inclusión de los mismos se llevan a cabo proyectos, donaciones, investigaciones y asistencia (BID, 2015: 1).

A través del Centro Cultural del BID, creado en el año 1992, se apoya a las iniciativas innovadoras que aportan al avance de la cultura y la creatividad como parte de la estrategia para el desarrollo social y económico de la región. El centro cuenta con tres áreas específicas de acción: la recolección, el análisis y la diseminación de estadísticas, datos comparables, la identificación, promoción de

los conceptos, sus mejores prácticas, la generación multidisciplinaria de ideas innovadoras para estimular el compromiso de los gobiernos para cumplir con dos objetivos generales: contribuir al desarrollo por medio de la generación de proyectos que promuevan las industrias creativas y culturales y fomentar las expresiones artísticas de América Latina y el Caribe por medio de exposiciones, conciertos y programas culturales (Centro Cultural del BID, 2015:1).

En el año 2013, con el informe *La Economía Naranja: una oportunidad infinita*, realizado por el BID, se da a conocer el término “Economía Naranja” al referirse a las industrias creativas en América Latina y el Caribe, como la agrupación de varias actividades que al estar interconectadas, permiten que el flujo de ideas se conviertan en bienes y servicios cuyo valor se lo calcula por el contenido de propiedad intelectual que éstos poseen, compuesto a su vez por la economía cultural y las industrias creativas y las diferentes áreas que ofrecen soporte para la generación de creatividad (La economía naranja et al, 2013: 40).

En el manual se plantea que las industrias naranjas representan riqueza para los países de la región, se basa en el talento, la propiedad intelectual, la conectividad y la herencia cultural característica de la región. Por medio de datos cuantitativos y cualitativos, como por ejemplo que las industrias creativas generan uno de cada diez empleos en la ciudad de Buenos Aires en Argentina, que la edición XII del festival Iberoamericano de teatro en la ciudad de Bogotá asistieron 3'900.000 espectadores, por otro parte el festival de Rio de Janeiro recauda alrededor de 628 millones de dólares americanos, el informe muestra las oportunidades que presentan las industrias al tomar datos América Latina y compararlos con el mundo global (La economía naranja, 2013: 26).

El BID las ha denominado industrias naranja ya que el color representa la cultura, la creatividad y la identidad. Desde la antigüedad, en Egipto se usaba un pigmento naranja para dibujar jeroglíficos en las tumbas de los faraones, las cerámicas de los antiguos incas, mayas y aztecas son en su mayoría naranja, además el color es asociado con metáforas como el fuego creativo, entre otras. Según el BID, la economía naranja es menos volátil que otros sectores como el petróleo cuyo precio presenta fluctuaciones marcadas como por ejemplo en el

año 2009 el precio tuvo una caída del 40% mientras que las industrias creativas en escenario de la crisis mundial se contrajeron solo un 12% las mismas que no presentan restricciones naturales como la escasez debido a que la materia prima es el talento humano (La economía naranja et al, 2013: 45).

Los sectores creativos se benefician de los avances en la conectividad por medio de las herramientas globales como el internet, el BID hace énfasis en el por qué la economía naranja cuenta con poca atención por parte de la sociedad en general y por los gobiernos de la región en particular. Entre los motivos según el informe Economía Naranja, adaptándose a las necesidades de la zona se identificaron siete, primero los conceptos cultura, creatividad y economía son términos amplios que necesitan ser delimitados. Segundo, en la zona la relación entre cultura y economía, al igual que las oportunidades que presentan aún no es visible las cuales permanecen en el ámbito de lo desconocido (La economía naranja et al, 2013: 29).

Tercero, los métodos de medición de los bienes, servicios creativos y culturales están en constante evolución a tratarse de un término adoptado desde finales del siglo XX, por consiguiente poco desarrollado. Cuarto, la información no es compartida de manera efectiva lo que da como resultado que la sociedad adquiera información limitada. Quinto, los procesos para llevar a cabo la fabricación de los productos y servicios creativos se lo considera gaseoso por las dinámicas que éstos implican. Sexto, en América Latina y el Caribe las políticas que respalden dichos sectores son escasas e ineficientes y séptimo, no existen suficientes instituciones tanto públicas como privadas que se encarguen de velar por el desarrollo de los sectores (La economía naranja et al, 2013: 30).

Al adaptar el concepto de industrias creativas a las realidades de los países latinoamericanos, se impulsa el potencial de los artistas y creadores que da como resultado la expansión de la clase media que cumple el papel de pivote dentro de lo que es el desarrollo social y económico. De la mano con la tecnología y la era de la comunicación e información, es una oportunidad para América Latina y el Caribe acoplarse a las demandas del siglo XXI e insertarse en la economía mundial con una estrategia ya adoptada por las potencias mundiales

que a pesar de haber sido acoplada en las políticas a finales de los años 90, los resultados y cifras han mostrado ser un estrategia rentable y sostenible.

### **1.2.2. El juicio crítico al innovar**

La economía naranja propuesta por el BID, se compone de tres esferas: la economía cultural, entendida como las actividades artísticas y culturales tradicionales que se conectan con la construcción del patrimonio cultural, las industrias creativas, que agrupa a las industrias culturales convencionales que son los bienes y servicios que tienen contenido simbólico los cuales pueden ser producidos y difundidos de manera masiva, relacionados con la cultura y los nuevos medios que no se conectan de manera directa con la cultura pero crean valor en la relación con el consumidor en cuanto a su valor simbólico. La tercera esfera está representada por las áreas de soporte para la creatividad que incluye la investigación, el desarrollo e innovación, las instituciones y la propiedad intelectual (La economía naranja et al, 2013: 40).

Los productos, tanto bienes como servicios resultantes de las actividades creativas, según el BID, están divididos a su vez en tres categorías: los sectores convencionales, otros y los nuevos canales. Dentro de los sectores convencionales están las publicaciones de editoriales, libros, revistas, periódicos, la radio, la discografía, el cine y la televisión, en otros se encuentran las artes visuales, conciertos, danza, artesanías, moda, arquitectura, gastronomía y deportes, los nuevos medios agrupan multimedia, publicidad, software, videojuegos y soportes de medios. Al comparar los sectores que se incluyen en la definición de industrias creativas del Reino Unido con los sectores que el BID propone, al adaptar el concepto a la región, se puede observar que son varios los sectores que se añadieron en la clasificación del BID, que para América Latina y el Caribe, están ligados a la cultura y la creatividad como por ejemplo el sector culinario (La economía naranja et al, 2013: 39).

Bajo la premisa de que los bienes y servicios creativos como el arte, el diseño, los libros, las películas, entre otros, superan su valor de uso al compararlo con su valor intangible, América Latina y el Caribe podrían generar ventaja comparativa al potenciar su talento creativo y el patrimonio cultural. Mientras que en la región se produce bienes tangibles, los países desarrollados llevan la delantera en la prevalencia de la producción y desarrollo del capital intangible. El reto está en fomentar un ambiente que incentive la producción de capital intelectual como el talento humano que por lo general, bajo la idiosincrasia de las sociedades latinoamericanas y caribeñas, está subvalorado (La economía naranja et al, 2013: 39).

### **1.2.3. La perseverancia en el proceso de fomentación**

Mediante el documento La Economía Naranja, el BID propone un nuevo enfoque de lo que se considera rentable y los factores que se piensan al momento de hablar de economía como por ejemplo materias primas como el algodón, el cacao, el petróleo frente a la creatividad, el talento y la innovación, al fomentar la asociación del patrimonio artístico de la región como motor de crecimiento económico fuente de generación de empleo que permita mejorar la calidad de vida de los ciudadanos y crear una sociedad de ideas. Sustentado con los informes emitidos por la OMPI y la UNTAD, las industrias creativas podrían llegar a ser, en el caso hipotético de que fuera un país de continente americano, tercera economía con 1.930 millones de dólares, el séptimo en sector de exportación con 87.000 millones de dólares y el cuarto como generador de empleo con una contratación aproximada de 23.3 millones de trabajadores (La economía naranja et al, 2013: 116).

Como parte del Centro Cultural del Banco Interamericano de Desarrollo, el Programa de Desarrollo Cultural, creado en 1994, se fomenta proyectos culturales a través de alianzas con instituciones de 26 países miembros como por ejemplo capacitación para comunidades, pueblos sobre cómo preservar, gestionar el legado cultural, la restauración de lugares históricos y seminarios a docentes. Los campos de acción abarcan también el desarrollo, el fortalecimiento de las empresas culturales y creativas con el objetivo de impulsar el concepto de

cultura, creatividad e innovación como componente integral de desarrollo (Centro Cultural del BID, 2015:1).

El mapeo, métodos de análisis y medición son estrategias del BID para fomentar las industrias creativas. En su informe La Economía Naranja, se habla de disminuir las dificultades que la producción del flujo de información presenta como causa de los niveles de inconformidad, sistemas de clasificación inadecuados, que al ser diseñados para registrar actividades económicas tradicionales enfocados en bienes tangibles, no abarcan a las industrias creativas al agrupar categorías amplias, todo esto sumado al compromiso político deficiente e irregular. Frente a los aspectos negativos que dificultan la recolección de la información, se propone un modelo de análisis que toma en cuenta al sector creativo en general, a las actividades provenientes de los sectores y a los eventos.

La pirámide desarrollada por el BID para estimular una circulación de información amplia consiste en 5 pasos, el primero es realizar el mapeo, al definir a las industrias creativas, el campo de trabajo, las personas a cargo, el enfoque investigativo, las políticas públicas aplicables y aplicadas, es primordial para comprender la contribución en la economía, hace evidente los errores y vacíos de información. El segundo paso es la creación de estadísticas básicas con la cual se recopilan más datos de las actividades informales y formales para realizar un análisis desagregado, seguido de la implementación de una cuenta satélite que tenga el apoyo de los datos recopilados por cada país para la creación de un mecanismo de medición y comparación. El tercero es la adhesión de indicadores que son parámetros que facilitan el seguimiento constante y un sistema de información que guíe las decisiones políticas.

Las estadísticas y datos son medios que permiten fomentar a dichos sectores, son necesarios para poder visualizar, aprovechar las oportunidades que éstos presentan. Las metodologías tienen una falla que es el consenso a nivel internacional. Si partimos desde lo que son las industrias creativas, varias divergencias aparecen lo que hace difícil la comparación de los datos de un país

con otro. El término y su implicación en América Latina muestran tener ventaja sobre otras regiones en el ámbito de la herencia cultural y la lingüística común.

### **1.3 Análisis FODA de las industrias creativas en el Reino Unido y en el Ecuador**

Las industrias creativas son catalogadas por la UNESCO como elemento determinante para el futuro de las sociedades por su rol dinámico en la libertad de expresión, diversidad cultural y en el desarrollo económico sustentable. El concepto presenta desequilibrios entre el Norte y el Sur, es por eso que se debe determinar las debilidades y amenazas, transformarlas en fortalezas y oportunidades (UNESCO, 2015: 1). El modelo implantado en las economías desarrolladas sirve como guía para que los países en vías de desarrollo puedan aprovechar de los sectores. El observar, replicar, crear e inventar deben ser componentes que permitan el desarrollo de las industrias creativas en países que aún no las han adaptado a la política de crecimiento social y económico.

El análisis FODA es utilizado para entender, tomar decisiones sobre diferentes situaciones en los negocios y en las organizaciones, además provee al ejecutor un panorama clara con la cual se pueden revisar las estrategias tomadas, la posición y la dirección del elemento en estudio para después desarrollar planes estratégicos que corrijan las deficiencias. Contrapone las perspectivas internas y externas mediante la clasificación de las fortalezas, debilidades (las cuales se refieren a las características internas) oportunidades y amenazas (correspondientes a los factores externos) (Businessballs, s/f:1). Para este caso, se hablará de elementos internos como aquellos con los que cuenta el país y el ámbito externo como aquellos que están fuera, considerado la influencia en el mundo globalizado en general.

#### **1.3.1 Fortalezas**

Las fortalezas son denominadas como las actividades que se realizan con eficiencia en el ambiente interno por ejemplo en cuanto a precios, costos, ganancias, rendimiento, el impacto en las personas y en la sociedad, capacidades, adaptación, marcas, reputación, procesos e infraestructura

(Businessballs et al, s/f:1). Las industrias creativas al ser sectores que se desarrollan, crecen de forma rápida la cuales tienen varias fortalezas que las hacen únicas y competitivas a nivel local e internacional. Es necesario dividir los aspectos internos positivos que poseen las industrias creativas en el Reino Unido y en el Ecuador debido a las diferentes realidades que los países presentan, por un lado una economía desarrollada, consiente de los beneficios de las industrias creativas, por el otro una economía en vías de desarrollo con poco conocimiento sobre la materia.

Al ser el Reino Unido uno de los pioneros en adaptar el término a los objetivos políticos, las industrias creativas tienen una trayectoria de experiencia en cuanto a su desarrollo y su influencia en la sociedad. Los diversos mapeos que se realizaron para determinar el aporte de las industrias creativas, generan archivos de información que son transmitidos a la comunidad los cuales contribuyen a la creación de un panorama fidedigno y veraz de la evolución de la situación de estos sectores en la economía. El flujo de información permite además que aquellos que quieran emprender en estas áreas tengan conocimientos sobre lo que significa tener un negocio en la industria creativa, los obstáculos y alcances, de igual manera con los inversores, quienes velan por el rendimiento de su capital.

Los impactos en la sociedad son otras fortalezas con las que cuentan los sectores creativos como por ejemplo la generación de trabajo dentro de este parámetro, la igualdad de género, inclusión social de minorías, la creación de clústeres que aglomeran personas que se encuentran dentro de estos ámbitos para potenciar su funcionamiento y conectividad, esto ligado a la infraestructura que con ayuda del gobierno central y sus divisiones han podido lograr ofrece espacios óptimos para el desarrollo de estas actividades. En cuanto a la educación, el número de universidades que ofrecen pregrados o maestrías con temas relacionados a la economía e industrias creativas, potencian el interés de las personas en emprender en dichos sectores, a su vez atraen estudiantes de todo el mundo por su excelencia académica. La calidad de los bienes y servicios característicos de las industrias en este país influyen en los procesos de exportación y demanda de los productos.

El dinamismo en la economía representado por el Valor Agregado Bruto y la tasa de crecimiento muestran que los sectores creativos pueden ser comparados con otros sectores económicos fuera de este ámbito, al tomar en cuenta la importancia para la economía del Reino Unido. Las adaptaciones, modificaciones de los productos, servicios, procesos internos, distribución y marketing se ajustaron a las exigencias del mundo globalizado por ejemplo en la reinención de la serie *Doctor Who* en el 2005, adaptada a las nuevas generaciones, la cual fue emitida por primera vez en el año 1963 (The Work Foundation, 2007: 11)

El Reino Unido también es el país creativo más grande en la Unión Europea cuya contribución al PIB general por parte de estos sectores es mayor que el de otros países como Francia, Alemania, Italia y España. Un ejemplo de la contribución de las industrias creativas del país en la Unión Europea se manifiesta al tomar el Valor Agregado Bruto que para el año 2008 sumó 558 mil millones lo que ubicó al Reino Unido como el país de mayor contribución con 113 mil millones, Alemania con 105 millones, Francia con 95 mil millones Italia y España con 60 y 40 mil millones (Tera Consultants, 2010: 7).

La creatividad de sus ciudadanos en la creación de ideas, imágenes, símbolos, diseño, expresiones culturales adjunta a la mentalidad que las industrias creativas en conjunto con la educación son fuentes de riqueza y superación personal para los emprendedores que deciden realizar una carrera en dichos sectores. La tecnología que se utiliza para la elaboración de los productos y servicios finales son de alta calidad con estándares de competencia a nivel global. El inglés como lengua materna e idioma internacional permite que tenga ventaja en la distribución de los bienes creativos en el mercado global lo cual expande su posición en el entorno mundial. La diversidad cultural del país también se refleja en la creatividad, diversidad y pluralidad de los productos (Tera Consultants, 2010: 18).

La organización del gobierno con el sector privado, abarcan cada uno de los sectores que constituyen las industrias creativas, lo cual crea una gestión particular para alcanzar metas y objetivos generales. La identificación de los sectores creativos es un aspecto clave para la generación de políticas, distribución de presupuesto y recolección de información. El apoyo del sector público y privado por medio del financiamiento, capacitaciones, políticas públicas, incentivos fiscales y leyes contribuyen a que las industrias creativas en el país se puedan desarrollar de manera rápida y continua. Como ejemplo de la influencia del gobierno en fomentar las estas industrias dentro de la sociedad, en el año 2012, la gestión fue categorizada como número uno en el ranking de Poder Blando (CI, 2014:1).

Las fortalezas que tienen las industrias creativas en el Ecuador se basan en contar con un antecedente patrimonial y cultural, las prácticas ancestrales son un símbolo de identificación, el talento de los ciudadanos, el interés en la cultura, la pluriculturalidad de la población y la diversidad de idiomas son otros ejemplos. La creación de empleos es otra fortaleza junto con la generación de nuevas empresas, emprendimiento creativos y culturales al igual que la consideración de las actividades culturales en los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir y las leyes emitidas para fortalecer y proteger estas industrias.

### **1.3.2 Debilidades**

Las debilidades son los aspectos que pueden ser criticados de manera constructiva para su mejoramiento, son características negativas que causan desventajas frente a otros actores o competidores e incentivan a buscar opciones para mejorarlas (Businessballs, s/f:1). Las industrias creativas en el Reino Unido se las puede clasificar como un bloque compacto. Una de las debilidades que presentan es el aporte y desarrollo de cada uno de los sectores por separado por ejemplo el sector de la informática, videojuegos, el cine y la televisión requieren de mayor inversión pero los ingresos son proporcionales en cambio la música, artes escénica y artesanías contribuyen poco en comparación con las demás áreas al igual que su impacto en el entorno internacional. Estas diferencias entre los sectores causan desconformidad entre los involucrados.

En el Ecuador el aspecto que mayor debilidad posee es la falta de flujo de información. El término industrias creativas al ser desconocido por los ciudadanos causa que el emprendimiento en estos sectores pueda llegar a ser cauteloso, en cierto punto desmotivador al no percibir las ventajas que puede traer (Salgado: 2015) relacionado con la carencia de cifras que permitan comparar resultados, oscurece el panorama y las oportunidades que los sectores representan, es por esta razón que los productos creativos del Ecuador no se compara en monto a los del Reino Unido, los cuales cuentan con poco o nulo reconocimiento internacional. La falta de empoderamiento y su adaptación a las realidades ecuatorianas lo convierte en algo impropio y extranjero que no satisface las necesidades o no se acopla en el proceso de planteamiento de políticas públicas

La organización del gobierno con el sector privado es otro punto débil que tiene relación con lo mencionado, al no haber una concepción general del término, es difícil que las instituciones públicas destinen esfuerzos para que los sectores se desarrollen o creen instituciones que regulen los sectores. Al denominar a las industrias creativas como industrias culturales le resta valor competitivo debido a que se excluye la tecnología y el conocimiento como parte del proceso o como producto final, por ejemplo el desarrollo de software no entraría en la categoría de lo cultural, lo cual deja a un lado algunos sectores creativos. La mentalidad y perspectivas de la población ecuatoriana sobre cómo se perciben las industrias culturales tienden a dar una concepción de precariedad y de riesgo, lo cual trae como consecuencia que pocos puedan desarrollar una carrera dentro de éstas áreas (UNESCO, 2013:119). La tecnología es otro punto en contra de las industrias creativas en el Ecuador, ya que al ser un país primario exportador este capital intangible no está desarrollado el cual resta competitividad a los productos.

Las industrias creativas en el Ecuador no han alcanzado su desarrollo, por eso su contribución en la economía es incierta por no estar contabilizadas en el PIB, lo que dificulta saber su verdadera participación. Dentro del marco de América Latina, el Ecuador tampoco tiene protagonismo y en algunos reportes

como el realizado por *Oxford Economics* que menciona los impactos económicos de las industrias creativas en la economía del continente americano, no constan datos dentro de algunas variables lo cual indica que no hay el apoyo necesario para convertirlas en parte de la estrategia nacional (Oxford Economics, s/f).

### **1.3.3 Oportunidades**

Las oportunidades en el análisis FODA representan las tendencias que tienen un impacto positivo para el futuro del objeto a analizar, puede incluir también la probabilidad de éxito, el grado de atracción los cuales dependen de factores externos (Businessballs et al, s/f:1). La fácil transmisión de información, las conexiones internacionales contribuyen al desarrollo de las industrias creativas en el Reino Unido. Las alianzas con socios internacionales fortalecen las exportaciones y crean mercados óptimos para sus transacciones al establecer condiciones claras y justas para su comercio como por ejemplo en materia de propiedad intelectual. La demanda de los bienes y servicios creativos del Reino Unido crece en el mundo como resultado de su calidad y reconocimiento internacional.

Los bienes y servicios creativos en este país son símbolo de éxito, el mundo está consciente de la calidad de ellos como por ejemplo en sus producciones cinematográficas por la tecnología que se utiliza y por los contenidos enriquecedores. Las películas del Reino Unido han ganado diferentes premios incluyendo Óscares, sin mencionar las cantidades de recaudación que éstas generan. La película *la teoría del Todo* contó con un presupuesto de 15 millones de dólares y recaudó 121.1 millones. La oportunidad está en incrementar el mercado internacional por su posicionamiento elitista de vanguardia. Por medio del internet los productos pueden llegar a diferentes audiencias y a nuevos mercados como por ejemplo con la utilización del comercio electrónico que fomenta la construcción de infraestructura virtual que se adapta a las exigencias de los consumidores.

Las cadenas y redes creativas que existen en el mundo crean conexiones físicas y virtuales para que las organizaciones o negocios se agrupen con el objetivo de crecer y desarrollarse. Las ferias internacionales, los foros, los festivales, conferencias de moda, artes escénicas, artesanías, diseño y cine permiten que los productos del Reino Unido tengan mayor alcance. La sociedad del siglo XXI está en un proceso de concientización del valor de las ideas, innovación, cultura y creatividad que crea una tendencia a consumir servicios que portan valor intangible y duradero.

El Ecuador al ser parte de algunos grupos de integración como el MERCOSUR y la CAN, a través de sus planes para incentivar las industrias creativas, cuenta con varias oportunidades para potenciar los sectores en el ámbito internacional, en el desarrollo económico y social al integrarse a mercados regionales para competir con empresas multinacionales y superar las limitaciones de los mercados internos como por ejemplo en tamaño y poder adquisitivo. La cooperación es una característica esencial para fomentar la interacción con otros países como por ejemplo el intercambio de conocimientos, know-how y tecnología (Quatesan, Romis y Lanzafame, 2007: 28).

Los reglamentos al comercio internacional como los acuerdos generales sobre el comercio de servicios y los derechos a la propiedad intelectual benefician a las industrias creativas en general. La búsqueda de socios, nuevas fuentes de financiamiento, la coordinación con los sectores creativos de otros países y la inserción del Ecuador en las redes creativas mundiales aumentan el reconocimiento de los productos creativos a nivel global. Las ferias y festivales permiten a su vez que el país pueda compararse con otros competidores e incentivar su espíritu competitivo. Los nuevos canales para la distribución de los productos como el internet facilitan la conexión con toda la cadena de valor desde la creación, obtención de las ideas hasta el marketing y la distribución lo cual minimiza las barreras de entrada a otros países.

### 1.3.4 Amenazas

Las amenazas son tendencias que pueden afectar de manera negativa al desarrollo del objeto a analizar, desfavorecen los planes existentes y el futuro previsto. El protagonismo de Estados Unidos, de China, Japón e India y otros países que adoptaron y entendieron a las industrias creativas como parte fundamental para el desarrollo económico sostenible, presenta retos para los productos del Reino Unido al ser competidores globales. A causa de la competencia internacional, las empresas que cuentan con los recursos suficientes controlan los mercados y opacan a las pequeñas y medianas, características de las industrias creativas en este país, que pueden ser afectadas si no cuentan con el apoyo del gobierno.

El internet es una oportunidad para las industrias creativas pero también una amenaza a causa de la piratería y las fallas en reforzar los derechos de autor que atentan al futuro de los sectores creativos, por estos motivos el Comité de Cultura, Medios de Comunicación y Deporte estableció una serie de sugerencias para contravenir esta ilegalidad como por ejemplo el apoyo del gobierno para proteger la propiedad intelectual con el establecimiento de la pena máxima para los robos en línea por diez años en prisión (Era-Europe, s/f: ). En el Ecuador la piratería también es un problema, más aún cuando la gente está acostumbrada a clasificarlo como algo normal. La venta de películas, discos compactos y libros piratas en la región latinoamericana no es algo desconocido.

El riesgo país es otro factor que representa una amenaza para el Ecuador para la inversión extranjera en los ámbitos creativos como en otros sectores de la economía en general. Según Euler Hermes, una compañía de seguros de créditos que ubica a los países de acuerdo con cuatro categorías: bajo, medio, susceptible y de alto riesgo, clasificó al Ecuador como un país con riesgo susceptible lo cual desalienta a los inversionistas (Euler, 2015:1).

**CUADRO 1**  
**ANÁLISIS FODA DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS EN EL REINO**  
**UNIDO**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competitivas a nivel nacional e internacional</li> <li>• Adaptación del término en la política</li> <li>• Trayectoria de experiencia</li> <li>• Información fidedigna, comparable y verificable</li> <li>• Generadoras de empleo</li> <li>• Inclusión social</li> <li>• Amplia oferta académica de tercer y cuarto nivel</li> <li>• Calidad de los productos y servicios creativos</li> <li>• Exportaciones representativas en el PIB</li> <li>• Factor dinamizador de la economía</li> <li>• Adaptación a las demandas y exigencia mundiales</li> <li>• Creatividad y talento humano</li> <li>• Tecnología</li> <li>• Inglés como idioma madre</li> <li>• Diversidad cultural</li> <li>• Infraestructura</li> <li>• Apoyo del gobierno y de identidades privadas</li> <li>• Incentivos fiscales</li> <li>• Organización</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desigualdad en el aporte de los diferentes sectores de las industrias creativas.</li> <li>• Sectores más fuertes que otros</li> <li>• Impacto internacional desigual entre los sectores</li> <li>• Exportaciones de los sectores desiguales</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Socios internacionales</li> <li>• Crecimiento de la demanda</li> <li>• Creación de mercados óptimos</li> <li>• Reconocimiento en el mercado internacional</li> <li>• Demanda de productos creativos</li> <li>• Nuevas tendencias al consumo de lo intangible</li> <li>• Redes creativas</li> <li>• Ferias, festivales, etc. Internacionales</li> <li>• Comercio electrónico</li> <li>• Internet</li> <li>• Reglamentos al comercio internacional de servicios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Piratería</li> <li>• Falta de control de los derechos de autor en el internet</li> <li>• Nuevos competidores en el ámbito internacional</li> </ul>

**CUADRO 2**  
**ANÁLISIS FODA DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS EN EL ECUADOR**

<p><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prácticas ancestrales</li> <li>• Pluriculturalidad</li> <li>• Diversidad de idiomas</li> <li>• Emprendimientos</li> <li>• La cultura como parte de los objetivos políticos</li> </ul>	<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Concepto poco desarrollado</li> <li>• Falta de organización de las instituciones públicas y privadas.</li> <li>• Falta de representatividad</li> <li>• No se percibe su contribución en la economía</li> <li>• Falta de información</li> <li>• Falta de datos comparables</li> <li>• Tecnología subdesarrollada</li> <li>• Falta de políticas públicas para incentivar los sectores creativos</li> <li>• Poca diversificación en los productos creativos</li> </ul>
<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planes para incentivar las industrias creativas en la región</li> <li>• Mercados regionales</li> <li>• Cooperación</li> <li>• Reglamentos al comercio internacional de servicios</li> <li>• Socios internacionales y fuentes de financiamiento</li> <li>• Ferias y festivales internacionales</li> <li>• Otros canales de distribución</li> </ul>	<p><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Piratería</li> <li>• Competencia internacional</li> <li>• Riesgo país</li> </ul>

Como estrategia para incentivar a las industrias creativas y adherirlas a los planes nacionales por medio de políticas públicas, es necesario que se identifiquen los diversos sectores que conforman este grupo para analizar su contribución y participación en el mercado. Después de revisar el primer capítulo se puede observar las diferentes clasificaciones adaptadas a las necesidades de cada país o región, además se puede distinguir entre la clasificación del Ministerio de Cultura, Medios de Comunicación y Deporte del Reino Unido, cuyo concepto se aplica a este país y es base para la definición de otros, frente a las diferencias y similitudes con la definición proporcionada por el BID. Esta información junto con el análisis FODA de las industrias creativas del Reino Unido y del Ecuador abre un panorama amplio sobre la situación de estas industrias en el periodo de estudio con relación estrecha con el primer objetivo particular sobre la identificación de los sectores.

## **CAPITULO II LAS POLÍTICAS PÚBLICAS EMITIDAS POR EL GOBIERNO Y EL TRABAJO EN CONJUNTO CON EL SECTOR PRIVADO PARA EL DESARROLLO SOCIAL**

### **2.1 La relación entre el Ministerio de Cultura, Medios de Comunicación y Deporte (DCMS)<sup>1</sup> y el Departamento no Ministerial de Comercio e Inversión del Reino Unido (UKTI)<sup>2</sup> como entes públicos impulsores de las industrias creativas.**

Las industrias creativas en el Reino Unido son un sector potencial de desarrollo, razón por la cual se ven respaldadas por una serie de actividades, estrategias y políticas emitidas por varias instituciones públicas. Entre las más sobresalientes, basadas en la contribución al desarrollo de las actividades de los sectores creativos, figuran el Departamento de Cultura, Medios de Comunicación y Deporte que además de emitir políticas, se encarga de estimar, medir la verdadera contribución de la actividad creativa en la economía en conjunto y el Departamento no Ministerial de Comercio e Inversión del Reino Unido que con esfuerzos unidos crearon una atmosfera fructífera para el impulso de estas industrias.

#### **2.1.1. La formulación eficaz y responsable de políticas**

Programas como el clásico Doctor Who, la comedia de Mr. Bean, los casos misteriosos de Sherlock de la BBC, músicos, artistas como The Beatles, The Rolling Stones, Elton John, Clean Bandit, bestsellers como la saga de Harry Potter, películas como El Discurso del Rey, marcas de ropa Burberry, Reebok, diferentes grupos de música y cultura son conocidos a nivel mundial por su contenido novedoso, los cuales representaron ser fuentes de ingresos como parte del crecimiento económico y factores para la exportación de cultura del Reino Unido. Las Industrias creativas de este país, no alcanzaron su popularidad en el corto plazo, fue necesario un proceso gradual de adaptación y concientización en la medida que las industrias creativas son una alternativa para alcanzar un desarrollo sostenible que incluye esferas económicas, sociales, ambientales y un elemento cultural transversal.

---

<sup>1</sup> Por sus siglas en inglés, Department for Culture, Media and Sport

<sup>2</sup> Por sus siglas en inglés: United Kingdom Trade and Investment

Para comprender el desarrollo y la situación de las industrias creativas del Reino Unido a nivel nacional e internacional se debe analizar las políticas que fueron implementadas para impulsar la inserción de éstas en la economía como opción frente a las industrias tradicionales. Desde el año 1997, se ha tomado a las industrias creativas como parte de la política del Reino Unido, a través del grupo de trabajo llamado Creative Industries Task Force (CITF) que forma parte del Ministerio Cultura, Medios de Comunicación y Deporte, anteriormente llamado Departamento de Patrimonio Nacional, se comenzó a incentivar el interés sobre el valor económico, puntualizar los problemas que tienen estas industrias las cuales involucran 13 sectores, a su vez sugerir medidas para un cambio direccional. Desde ese entonces el Ministerio de Cultura, Medios de Comunicación y Deporte se ha encargado de medir la contribución de estas industrias en la economía del Reino Unido e implementar políticas destinadas al desarrollo de las mismas (Compendium, 2011:1).

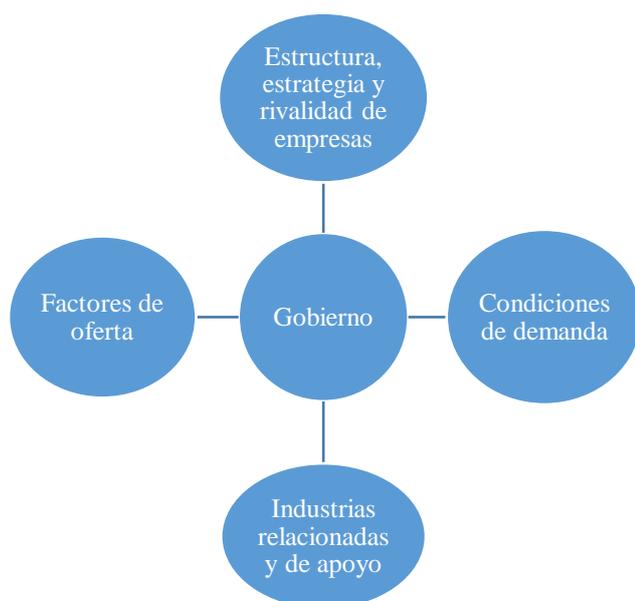
Una de las responsabilidades que el ministerio se atribuye es convertir al Reino Unido en un lugar creativo donde las personas se sientan emocionadas al visitar, hacer negocios o vivir por medio de la promoción de la cultura que toma en cuenta la libertad e igualdad entre los habitantes, por este motivo las industrias creativas forman parte de la misión política del ministerio pues tratan de ser industrias inclusivas. Para el cumplimiento de la misión se incluyeron programas que se enfocan en el desarrollo del potencial creativo de las grandes ciudades, periferias y pequeños pueblos dentro del concepto de desarrollo sostenible basado en lo social, el aspecto económico y la regeneración ambiental.

Por medio de la agrupación y localización de las ciudades creativas, el gobierno del Reino Unido busca aumentar el nivel de competitividad y producción, para la creación de otras empresas, incrementar la tasa de empleo y ampliar el potencial creativo. Los ecosistemas de creatividad, según URBACT, un programa de la Unión Europea que promueve el desarrollo urbano sostenible, están conformados por tres ejes principales: el primero conformado por las personas que están involucradas en las industrias creativas, el segundo eje hace referencia a la economía que incluye el potencial de riqueza y generación de

trabajo, por último el lugar, los cuales son llamados clústeres creativos (Rivas, 2011:4).

Según Michael Porter (1995: 55) los clústeres son concentraciones geográficas de personas, empresas, proveedores, diferentes instituciones gubernamentales o privadas como universidades, asociaciones comerciales que proveen educación especializada, promueven las investigaciones, ofrecen soporte técnico, pertenecientes a una determinada industria lo cual crea una atmósfera que fomenta la interconexión entre todos los actores, con la finalidad de crear redes de comunicación que mejoran la ventaja competitiva basadas en cuatro factores principales: la localidad estratégica, la demanda local, la integración con clústeres regionales y la mano de obra, donde la competencia y cooperación se dan en diferentes dimensiones entre los diferentes actores de forma armónica. La cercanía geográfica y cultural dinamiza el flujo de información lo cual incentiva a la formación de relaciones estrechas.

GRÁFICO 3  
DIAGRAMA DE PORTER EN RELACIÓN A LOS CLÚSTERES



Fuente: Informe Economía creativa 2010, UNCTAD.  
Elaborado por: Priscila Genoveva Sulen Burgos

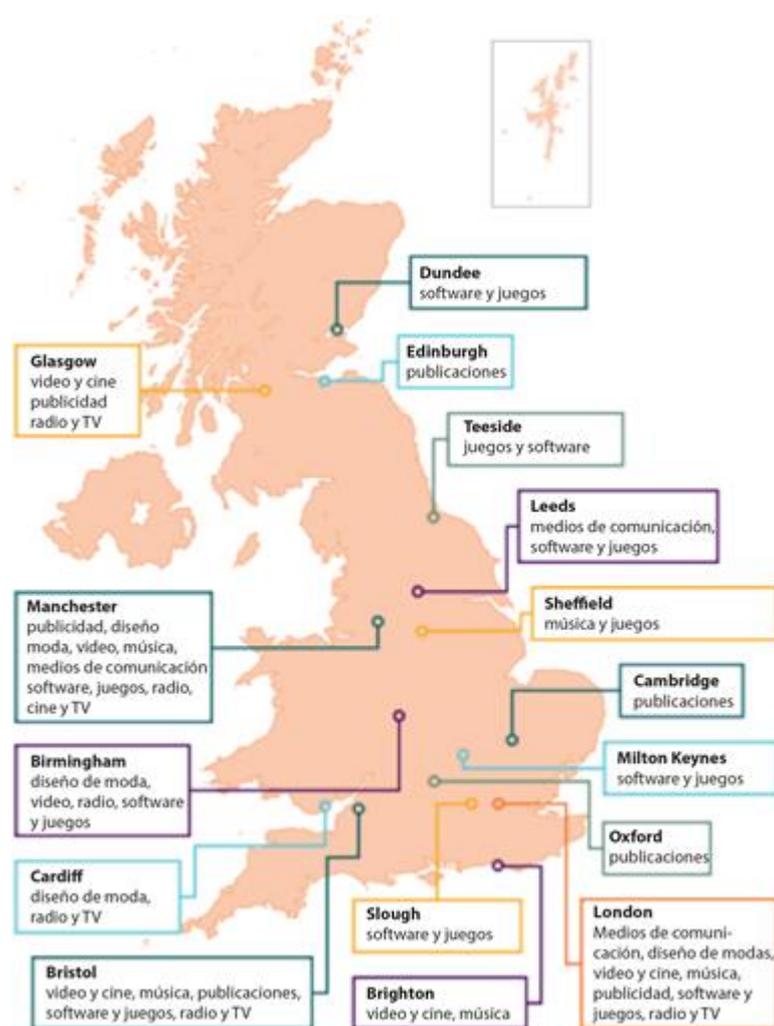
El Reino Unido, por medio de la estrategia para el desarrollo de las ciudades, definió seis objetivos entre los cuales se enfatiza la ayuda a los líderes locales con la creación de una nueva visión de clústeres como estrategias de mercado, transformar a los lugares para que sean atractivos para los negocios, incrementar las ganancias en conjunto con la creación de más fuentes de empleo, cambiar la percepción acerca de estos lugares, crear liderazgo y aumentar la productividad de las regiones (Bagwell, 2008: 34). Algunos de los centros creativos en este país son lugares que han pasado de ser localidades abandonadas o descuidadas, a puntos estratégicos óptimos para la creación de un ecosistema de creatividad.

Por ejemplo la ciudad de Brighton & Hove ubicada al sureste de Inglaterra, ha desarrollado una economía sostenible e inclusiva basada en la creatividad, conocimiento e innovación. La presencia de varias compañías, artistas y comunidades científicas, contribuyen a la economía de esta ciudad los cuales generan mayores ingresos y fuentes de empleo. En esta ciudad de 273400 habitantes, existen alrededor de 8600 negocios, de los cuales 1600 forman parte de la economía creativa, enfocándose en el sector de publicidad, cine, música, arte, representado por el 48% de las empresas (Gov. UK, s/f:7). El Ministerio de Cultura, Medios de Comunicación y Deporte, con el apoyo del Municipio de Brighton and Hove, han logrado el reconocimiento internacional de esta ciudad como centro mundial de innovación creativa, a través de diferentes actividades como más de 60 festivales culturales anuales e incluye el festival más grande de arte en Inglaterra de música, danza y publicaciones de artistas nacionales e internacionales (Brighton and Hove City Council, s/f:1).

Otro ejemplo donde el gobierno del Reino Unido ha intervenido para mejorarlo y convertirlo en un clúster creativo es Shoreditch, un barrio que se dedicaba a la industria de muebles y textiles. Con el declive general de la manufactura en Londres esta industria empezó a desaparecer, lo cual causó depresión económica en este sector. En el 2014 este barrio se convirtió en el hogar de jóvenes artistas británicos, es centro de diferentes sectores de las industrias creativas por ejemplo en arquitectura, diseño y publicidad (Dezeen, 2013:1). Lo mismo sucedió en la ciudad de Manchester en el año 1990, cuando

el Municipio de Manchester en conjunto con el Fondo de Desarrollo Regional Europeo y otras entidades regionales, creó un servicio para el desarrollo de las industrias creativas (CIDS<sup>3</sup>), con conexiones entre la ciudad y el ambiente cultural para apoyar a las empresas con soporte e información, a través de publicaciones como Manchester Creative Annual , Creative Times y diferentes proyectos como The Loop (CIDS, s/f:1).

GRÁFICO 4  
MAPA DE LOS CLÚSTERES CREATIVOS EN EL REINO UNIDO



Fuente: Instituto de Investigación de Políticas Públicas  
Elaborado por: Priscila Genoveva Sulen Burgos

<sup>3</sup> Por sus siglas en inglés: Creative Industries Development Service

Dentro de la política para facilitar el crecimiento de las industrias creativas y proteger los intereses de los ciudadanos, se incluyen diferentes estrategias destinadas a alcanzar los objetivos mencionados. Desde el año 2007 los productores de películas, programas de televisión, video juegos y animaciones se favorecieron por las exenciones de impuestos. Con esta medida, la industria del cine se beneficia con un aproximado de 160 millones de libras esterlinas en desgravación fiscal cada año. La reducción de impuestos va desde un 20% a 25%, que dependen del costo de la producción, con la condición de que las películas califiquen como portadoras de la cultura británica cuyo análisis lo realiza el Instituto de Británico de Cine (The British Film Institute) por medio de un examen (GOV.Uk, 2013:1), de igual manera se destina financiamiento a esta institución para apoyar el desarrollo de este sector.

Otras políticas incluyen la creación del Consejo de la Industrias Creativas que es un intermediario entre el gobierno y la industria, la abolición de regulaciones innecesarias para la realización de conciertos en vivo por medio de los cambios al Acta de Concesiones de Licencia 2003 siempre que se cumpla con diferentes requisitos<sup>4</sup> (GOV.UK, 2013:1), la descentralización de monopolios y la aseguración de la pluralidad de los propietarios de medios de comunicación, medidas de protección a los derechos de autor en línea a través del acta de economía digital 2010 la cual cubre notificaciones masivas a las cuentas de los titulares cuyas conexiones a internet muestran actividades ilegales como descargas de contenidos. La organización de viajes también es competencia del ministerio para que las empresas puedan mostrar su creatividad en el ámbito internacional y aumentar el comercio a través del Servicio Introductorio a Mercados Internacionales (OMIS)<sup>5</sup> que incluye tarifas, mercado inteligente y soporte (GOV. UK, 2013:2). Estas medidas favorecen la elaboración de materiales creativos, la expansión e interés de las empresas para emprender en estos sectores, convirtiéndose en industrias atractivas llenas de posibilidades laborales.

---

<sup>4</sup> Que el acto se lleve a cabo entre las 8am y 11pm, que se lleve a cabo en lugares o locales con licencia y que la audiencia no supere las 200 personas

<sup>5</sup> Por sus siglas en inglés: Overseas Market Introduction Service

### **2.1.2. Transparencia y apertura de la información disponible**

La necesidad del gobierno del Reino Unido de incrementar el conocimiento sobre las industrias creativas, su contribución a la economía, los problemas y necesidades que dichos sectores tienen, ha demandado que el Ministerio de Cultura, Medios de comunicación y Deporte en conjunto con el Departamento no Ministerial de Comercio e Inversión del Reino Unido, creen, administren variedad de informes, boletines, folletos y noticias, los cuales contienen datos estadísticos, cuantitativos y cualitativos referente a las industrias creativas, políticas, oportunidades de inversiones, proyectos, así como objetivos y metas a obtener.

Los principales documentos emitidos por el Ministerio de Cultura, Medios de Comunicación y Deporte son los mapeos de las industrias creativas los cuales definen los sectores que las conforman. Hasta el 2015 se realizaron dos mapeos, el primero en el año 1998 y el segundo en el año 2001 con el objetivo de medir la contribución económica de estas industrias en el Reino Unido. El primer mapeo publicado en Noviembre de 1998 fue el primer intento que realizó el ministerio en medir las contribuciones económicas de los sectores en la economía general del país e identificar las oportunidades y amenazas que se presentaban, además contribuyó a la creación de un plan de acción para el gobierno en conjunto con las empresas privadas. Los esfuerzos contribuyeron a incrementar el flujo del financiamiento, información y apoyo a los exportadores dentro de estas industrias (Department for Culture, Media and Sport, 2001: 1).

El segundo mapeo también se enfoca en demostrar con bases cuantitativas el crecimiento y la participación de las industrias creativas en la economía del Reino Unidos, en los informes se incluye recomendaciones para mejorar aspectos como financiamiento, capacitación, propiedad intelectual y exportación. Además enfatiza y clasifica a los sectores por la cantidad de ingresos, el mercado, la estructura de las industrias, puestos de trabajos, exportaciones, potencial de crecimiento y el impacto en el comercio electrónico que éstos generan (Department for Culture, Media and Sport et al, 2001: 1).

Las publicaciones estadísticas realizadas cada año son otra fuente de información promovida por el Ministerio de Cultura, Medios de Comunicación y Deporte. En los boletines se pueden encontrar proyecciones y estimaciones de la economía de las industrias creativas direccionadas a analizar tres aspectos principales que son: el empleo, el valor agregado bruto y las exportaciones. Se identifican también el porcentaje de creatividad implícito en las funciones dentro de las industrias en general, usa una metodología compuesta por tres esferas basándose en la premisa de que la economía creativa incluye a las industrias creativas y a la creatividad utilizada por diversas contribuciones de distintas ocupaciones pertenecientes a las demás industrias. La primera identifica las ocupaciones que son catalogadas como creativas, la segunda la intensidad de creatividad de todas las industrias en la economía y la tercera a las industrias creativas en sí (GOV. UK, 2014:4).

El Departamento no Ministerial de Comercio e Inversión del Reino Unido a su vez tiene varias publicaciones, entre ellas figura la Estrategia Internacional para las Industrias Creativas enfocada a la exportación de productos de nuevos emprendimientos, nuevas oportunidades para empresas que están posicionadas en el mercado y alianzas con compañías internacionales para aumentar la competitividad. Se ha publicado un folleto que guía a las industrias creativas del Reino Unido líderes en el mundo donde se ejemplifican en casos de estudio algunas empresas que han sobresalido en el entorno internacional (UK Trade & Investment, 2014), una guía sobre las oportunidades de inversión y diferentes comunicados de prensa que están en la página web del organismo. También se encuentran documentos sobre asistencia para las exportaciones, estrategias internacionales, oportunidades de inversión, estrategias para su desarrollo y regulaciones en cuanto a los negocios internacionales enfocados a la exportación entre la Unión Europea y hacia los países subdesarrollados (GOV.UK, 2014: 4).

La información administrada por el gobierno del Reino Unido a través de diferentes instituciones, ofrecen a la comunidad ideas generales y específicas sobre los sectores que conforman las industrias creativas en un contexto cualitativo y cuantitativo donde el resultado es el crecimiento del interés y de concientización por parte de los ciudadanos sobre el rol que cumplen las industrias creativas en la economía con el afán de incentivar estas industrias por parte del gobierno.

### **2.1.3. El liderazgo y la competitividad de las industrias creativas en el mercado nacional e internacional**

El Reino Unido tiene una trayectoria internacional en la comercialización de sus productos, desde el siglo XVIII con la revolución industrial. Las industrias creativas no se han quedado fuera de este proceso de exportación. Según las estadísticas del Departamento no Ministerial de Comercio e Inversión del Reino Unido (2014:1) en el año 2011 las exportaciones de los sectores en especial del sector de música, televisión, cine, videojuegos, moda, diseño y arquitectura, sumaron 15.5 mil millones de libras esterlinas, con una participación aproximada del 8% en cuanto a las exportaciones totales del país, una nación creativa con influencia en el panorama internacional por medio de la promoción de la diversidad cultural.

Dentro de las políticas destinadas a promocionar las industrias creativas, está el plan para promover los productos a nivel nacional e internacional. Como por ejemplo el Ministerio de Cultura, Medios de Comunicación y Deporte mantiene a las empresas cinematográficas informadas de oportunidades en el exterior. La Estrategia Internacional para las industrias creativas (UK Creative Industries-International Strategy), instituida en un periodo aproximado de siete meses en los cuales intervinieron Departamento no Ministerial de Comercio e Inversión del Reino Unido y el Grupo Asesor para el sector de las industrias creativas (Creative Industries Sector Advisory Group) que incluye varios representantes de las industrias creativas en el país (UK Trade and Investment, 2014: 2).

La estrategia 2015-2020 tiene como objetivo maximizar la competitividad de las industrias creativas en el ámbito global, que aliente a nuevas empresas a incursionar en el ámbito internacional y expandir los mercados de aquellas empresas que ya exportan. Entre las metas a alcanzar se plantea duplicar las exportaciones de los servicios y productos de las industrias creativas a 31 miles de millones de libras, duplicar el número de empresas que exportan dentro del sector a 15000 y aumentar la inversión extranjera directa un 50% para el año 2020 (Uk Creative Industries-International Strategy, 2014:5).

La estrategia internacional del Reino Unido con respecto a las industrias creativas tiene tres objetivos fundamentales, el primero consiste en promover el potencial de las industrias creativas por medio de las conexiones con otros países como medida tomada para la creación de negocios dentro de los sectores creativos. Los planes de acción incluidos para llevar a cabo este objetivo abarcan el establecimiento de alianzas con mercados de rápido crecimiento como América Latina y Asia al recibir beneficios recíprocos como por ejemplo la protección a la propiedad intelectual al igual que barreras comerciales con el fin de mejorar el acceso a los diferentes mercados y la facilidad de hacer negocios. Asegurar la presencia de las empresas y artistas del Reino Unido en diferentes clústeres creativos en el mundo que ofrezcan un espacio físico óptimo y estructuras que faciliten la comunicación y conexión entre los actores con la finalidad de crear ideas. Otro plan de acción incluido en este objetivo es expandir las marcas del Reino Unido a través de la venta al por menor con la utilización de medios tradicionales y canales digitales como el comercio electrónico (“Uk Creative Industries-International Strategy”, 2014:13).

El segundo objetivo es maximizar la cadena de suministros en proyectos de escala globales a través del grupo de trabajo perteneciente al Departamento no Ministerial de Comercio e Inversión que cuenta con el programa *High Value Opportunity* que se encarga de promover el acceso de adquisiciones para proyectos de gran escala al igual que inversiones en infraestructuras por ejemplo en la construcción de parques temáticos y museos para mejorar los diferentes clústeres y facilitar los procesos de la cadena de suministros (GOV. UK, 2014:1).

El tercer objetivo busca impulsar la inversión extranjera por medio de asistencia, la cual incrementa la competitividad de las empresas creativas con la obtención de inversión proveniente del exterior como Estados Unidos, Japón, China, India, Australia y países de la Unión Europea. El gobierno ha creado diversos proyectos como por ejemplo “Global Entrepreneur Programme” que ofrece ayuda a emprendedores y a empresas del extranjero para que empiecen a desarrollarse en el proceso de globalización desde cualquier centro de actividad del Reino Unido. Las empresas extranjeras pueden pedir ayudar en el proceso de selección y análisis de los lugares regionales o locales del país, propicios para empezar sus operaciones, además son beneficiadas con un continuo soporte por medio de una red de inversionistas, una vez que la empresa ya se encuentre establecida en el país. Información sobre temas comerciales como el registro, incentivos financieros, inmobiliaria, transporte, también están a disposición de las empresas (Uk Creative Industries-International Strategy, 2014:22).

El proceso de exportación de los productos creativos del Reino Unido, consta de varias iniciativas tomadas por el gobierno que facilitan la internacionalización de ellos. Por ejemplo con seminarios, capacitaciones y asesoramiento sistemático. Entre algunos de los servicios que se ofrecen están: *Export Communication Review*, *Overseas Market Introduction Service* y *Export Marketing Research Scheme*, que buscan aconsejar a las pequeñas, medianas empresas sobre cómo mejorar la comunicación internacional con los clientes, proporciona acceso e información de las industrias y del mercado e identifica contactos y proyectos potenciales. Las misiones comerciales es otra división de los servicios que se encargan de crear lazos con posibles socios a través de negociaciones presenciales. También existe la posibilidad de participar en exhibiciones o ferias en el exterior por medio del programa *Tradeshow Access Programme* el cual ofrece subvenciones con montos desde £1,500 a £3,000. (Uk Creative Industries-International Strategy, 2014:23).

TABLA 1  
ACCESIBILIDAD DE LOS MERCADOS PARA LAS INDUSTRIAS  
CREATIVAS DEL REINO UNIDO

PAÍS	PUESTO
Estados Unidos	4
Australia	10
Alemania	20
Japón	24
Francia	34
Italia	73
China	91
Rusia	112
Brasil	130
India	132

Fuente: Banco Mundial, Rankings on the ease of doing business 2013  
Elaborado por: Priscila Genoveva Sulen Burgos

Otras políticas implementadas por el gobierno para promover la excelencia y liderazgo de las industrias creativas en el ámbito nacional e internacional, son las inyecciones de dinero. En marzo del año 2013, las industrias creativas recibieron 25 millones de libras esterlinas para dinamizar la economía, así como la entrega de presupuesto a fondos destinados al desarrollo de estas industrias en forma de cofinanciamiento (Gov. Uk 2013:1), por ejemplo al Fondo de Inversión para el desarrollo de destrezas (SIF)<sup>6</sup> que apoya las habilidades dentro de las áreas de cine, televisión, animación y juegos virtuales lo que incluye entrenamientos, seminarios para mejorar la productividad dentro de los trabajadores, facilitar el aprendizaje, generar nuevas ideas y crear conexiones con otros actores en negocios similares (Creative Skill Set, 2015: 1).

---

<sup>6</sup> Por sus siglas en inglés: Skills Investment Fund

## **2.2 El Consejo de las Industrias Creativas y la Federación de Industrias Creativas como nexos entre el sector público y privado**

La interacción del sector público con el sector privado es una de las herramientas que fomenta el desarrollo de las industrias creativas por la interconectividad de información entre las instituciones lo que permite entender de manera directa y detallada las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas que tienen estas industrias. El Consejo de las Industrias Creativas y la Federación de las Industrias Creativas crean un espacio de comunicación en el cual se puede recomendar o sugerir nuevas medidas para la creación de políticas que regulan y fomentan a los negocios en los sectores.

### **2.2.1. Conexión e intermediarios de intereses**

El Consejo de las Industrias Creativas es un foro mediador en donde actores privados del sector creativo, entidades del gobierno e instituciones sin fines de lucro trabajan en conjunto con la finalidad de solucionar problemas como el financiamiento, mercados de exportación, regulaciones, propiedad intelectual e infraestructura. Los miembros tienen una sola dirección de sus esfuerzos la cual se concentra en impulsar el crecimiento y la competitividad de las industrias creativas. Entre algunos miembros del sector público forma parte el secretario de Estado para la Cultura, Medios de Comunicación y Deporte, el secretario de Estado para Negocios, Innovación y Habilidades, el Consejo de Artes de Inglaterra como distribuidor de fondos públicos, la confederación de Industrias Británicas que representa la voz de las industrias la cual apoya a compañías de todos los tamaños desde emprendimientos hasta multinacionales, la BBC un servicio público de radio, televisión e internet.

Algunas instituciones especializadas sin fines de lucro como UKIE que apoya a la industria del entretenimiento, el consejo de moda británico apoyado en cinco pilares: negocios, reputación, educación, mundo digital e inversión, Music UK que a su vez representa asociaciones del sector privado como la Asociación de música independiente, la Unión de Músicos y Basca que cuenta con fondos provenientes de las aportaciones de sus miembros. En el ámbito

privado, empresas como Warner Bros, Microsoft, Google, Amazon UK, también forman parte del consejo (GOV. UK, s/f:1). La variedad de actores da como resultado el entendimiento general y particular de las industrias creativas al revelar las necesidades de cada sector, sus dificultades, el potencial a través de la identificación de las necesidades y oportunidades latentes.

Parte del trabajo del Consejo es la administración de la página web “*the creative industries*” la cual forma un portal entre las industrias creativas del Reino Unido con el mundo, incluye datos como la contribución e influencia de las industrias creativas y el potencial de los productos con valor agregado. Esta página web es una guía con la cual las personas interesadas en este tema pueden obtener información sobre los diferentes sectores agrupados en 11 categorías que incluye: publicidad, arquitectura, arte y cultura, artesanías, diseño, moda, juegos, música, publicaciones, tecnología, cine y televisión. Cada una de estas categorías contiene información sobre indicadores económicos, casos de estudios, noticias relacionadas, además un cronograma de eventos con las especificaciones de los mismos las cuales se actualiza de forma continua por los miembros del consejo (thecreativeindustries, 2014: 1).

La Federación de Industrias Creativas es un miembro independiente del gobierno del Reino Unido que representa los intereses de todos los sectores creativos lo que deriva en la creación de una comunidad que une los esfuerzos del sector público y privado para potenciar el material creativo competitivo por medio de los intereses comunes en lograr proyecciones a largo plazo con el fortalecimiento de la educación cultural. Algunas de estas conexiones es la facilitación en lazos de integración entre compañías multinacionales con emprendimientos, universidades con arquitectos que necesiten realizar prácticas, estudios de filmación con artistas independientes, entre otros programas que abarcan todas las regiones del país.

Por medio del departamento de asesoramiento, pretende transformar el impacto de las industrias creativas en términos de representación frente al Gobierno. Se enfoca en solucionar problemas como educación, financiamiento diversidad y desarrollo digital por ejemplo con la recomendación de políticas

basadas en prácticas utilizadas en otros países (Creative Industries Federation, 2015: 1). Esta federación cuenta con más de 200 organizaciones y empresas de las industrias creativas como Warner Bros, el ballet nacional, Burberry, la BBC, la asociación de diseño, The Economist, la escuela Nacional de Cine y Televisión, la orquesta sinfónica de Londres, museos y bibliotecas (Creative Industries Federation, 2015: 1).

### **2.2.2 Objetivos y estrategias del manejo y difusión de la información**

Desde el año 2011 el Consejo de las Industrias Creativas lleva a cabo reuniones como parte del Plan para el Desarrollo creado por el Gobierno que identifica las diferentes formas de incrementar el desarrollo sostenible y equilibrado por medio de políticas económicas y fiscales que promueven los sectores económicos claves, las cuales están publicadas en la página web del Consejo que incluye documentos que relatan los temas tratados y las soluciones tomadas (The National Archives 2012:1). El lanzamiento de la estrategia para las industrias creativas llamada *Create UK*, tiene una visión a futuro con cinco objetivos que permiten crear un ambiente de trabajo que toma en cuenta la unión de intereses comunes (Create UK, s/f: 1)

El primero se enfoca en el acceso al financiamiento que pretende asegurar el conocimiento por parte de los negocios sobre la recaudación de fondos, la educación para la diversificación de talentos y el desarrollo de las capacidades, la infraestructura basada en plataformas de comunicación que conectan actores de un mismo sector, la propiedad intelectual que aseguran y protegen los derechos del autor por parte del gobierno y el ámbito internacional que pretende expandir el comercio de los productos creativos por medio de las exportaciones y aumentar la inversión extranjera (Create UK, s/f: 1). A su vez, la Federación de las Industrias Creativas comparte información actualizada sobre discursos, avances, eventos futuros, administración dentro de la federación, boletines electrónicos a través de la sección noticias y eventos que se encuentra en el sitio web.

Las industrias creativas están en una situación de despegue que tiende a una evolución progresiva favorable para la economía del Reino Unido, las cuales ocupan el primer puesto en comparación con otras industrias basándose en el porcentaje de crecimiento, por sus bases sólidas y el arduo trabajo de investigación. La difusión de la información es un factor utilizado para compartir cifras que muestran avances y logros de los sectores, mediante “*the Creative Industries Strategy*” se plantean recomendaciones por parte del Consejo de las Industrias Creativas al gobierno y a las industrias, para crear un panorama que incluya las oportunidades y amenazas para el año 2020. Para la creación de este documento se tomaron tres lineamientos para un desarrollo a futuro: datos, ambiente cultural e innovación (Creative Industries Council, 2014:03).

En lo referente a los datos, deben ser comprensibles y claros que faciliten la comparación a nivel internacional, que refleje la actividad de los sectores como las estadísticas del Ministerio de Cultura Medios de Comunicación y Deporte que define y delimita a las industrias creativas. El ambiente cultural se basa en los ecosistemas que unen la creatividad con la cultura, tecnología e investigación. Por último, la innovación como elemento de creación al momento de introducir y presentar nuevos productos y servicios junto con la inclusión de la diversidad de talentos (Creative Industries Council, 2014:03).

Con el flujo de información se pretende que al hablar de financiamiento los negocios creativos sepan sobre cómo acceder a las diferentes formas para obtener préstamos, subvenciones, donaciones e incentivos. El financiamiento ha sido catalogado como uno de los mayores retos para el crecimiento de las industrias creativas, por esta razón la estrategia recomienda que la información esté consolidada que haya correlación entre inversores y emprendedores. Que el entendimiento entre prestamistas y los sectores creativos no esté centralizado en grandes matrices sino que haya un impacto en las marcas locales de menor tamaño y que el problema de costos de la acumulación de información por parte de las empresas inversionistas al analizar la situación de las pequeñas empresas en las primeras etapas ya no sea una barrera para las inversiones.

Es por este motivo que la solución frente al tema de acceso a financiamiento, planteada por este informe, tiene tres actores: las industrias creativas en sí, los inversionistas y el gobierno los cuales tienen que unir esfuerzos de manera cooperativa. En este caso la estrategia sugiere que la industria, que agrupa a los sectores creativos y a los inversionistas, debe trabajar a nivel de asociaciones para que la información y el valor de la propiedad intelectual sean modelos de comparación y de oportunidades de inversión. El gobierno debe trabajar en conjunto con el Consejo de las Industrias Creativas, fomentar una sección específica en el Banco de Negocios Británicos para las industrias creativas, administrar el plan de financiación, desarrollar plataformas y analizar si sus programas de financiamiento favorecen de la mejor manera a las industrias (Creative Industries Council, 2014:19).

En cuanto a la educación, el sistema de carreras, diversos institutos, escuelas y universidades ofrecen estudios en los ámbitos de las industrias creativas, inspiran y apoyan a las generaciones siguientes a inmiscuirse y participar dentro de los sectores. Al nutrir las destrezas creativas, apoyar el talento y fomentar la diversidad se encamina a los jóvenes a seguir el camino de la innovación y creatividad. Los ministerios del gobierno forman parte de los principales clientes de las industrias creativas, lo cual crea una infraestructura, entendida como la organización de los sectores creativos, de apoyo continuo con la promoción de los clústeres a nivel local e internacional.

Por medio de la estrategia para las industrias creativas se busca también llegar a un mejor entendimiento del público en general sobre la importancia de los derechos a la propiedad intelectual es por esto que dentro de la estrategia se insta al gobierno a adherir módulos en los programas de estudios dentro del currículo nacional, proveer de fondos a la unidad policiaca encargada de controlar los crímenes contra la propiedad intelectual con la continua búsqueda de infractores en línea. En el ámbito internacional, se busca que a través de la información, se cree mayor impacto con las asociaciones extranjeras por ejemplo las industrias y el gobierno deben asociar clústeres internacionales con los del Reino Unido para facilitar las exportaciones y la inversión (Creative Industries Council, 2014:25).

### 2.2.3. El dinamismo en la inclusión social y sustentabilidad

La inclusión social busca cambiar las circunstancias y las causas de exclusión como consecuencia de la toma de decisiones que motivan a las personas y comunidades a participar e interactuar dentro de la colectividad. Según el Banco Mundial (2013:1), se debería tomar los resultados para medir la inclusión social e incluir los procesos que llevan a su realización, con el objetivo de terminar con la pobreza, impulsar el empoderamiento de personas pobres y marginadas para que tomen ventajas de oportunidades globales. Entre las áreas que se afectan de manera positiva son el desempleo, las dificultades financieras, enfermedades, discriminación por sexo, etnia, religión, educación y edad (GOV.UK, 2001:2)

Las industrias creativas además de mostrar potencial económico a través de la generación de utilidades y puestos de trabajo, son promotoras de inclusión social en la diversidad cultural para alcanzar el desarrollo social sostenible. El gobierno del Reino Unido apunta a la solución de varios problemas de desempleo, exclusión social, dialogo intercultural y regeneración urbana a través de las industrias creativas. Dentro del consejo de las Industrias Creativas, se observa que varias entidades miembros, abogan por una inclusión social sin desmerecer los esfuerzos de los emprendedores por ejemplo el Consejo de Artes de Inglaterra, financiado por el gobierno a través del Departamento de Cultura, Medios de Comunicación y Deporte, plantea el uso del arte como mecanismo para abordar temas de diversidad e igualdad al potenciar el talento artístico en áreas como artes escénicas, visuales, música, publicaciones y cine, sin tomar en cuenta los antecedentes de las personas como etnia, religión, género, condiciones económicas y sociales.

Por medio del programa *Creative United* se otorgan préstamos a pequeñas, medianas y grandes empresas con el compromiso de desarrollar modelos de negocios sustentables (Art Council England, s/f: 1). Por medio de la estrategia desarrollada para el 2020, se promueve el incremento de la diversidad étnica dentro de la fuerza laboral como mujeres, negros, asiáticos y minorías (Creative Industries Council, 2014:04).

La inclusión social se puede observar también en el acceso que tienen los ciudadanos a este tipo de productos por ejemplo en exposiciones, presentaciones, bibliotecas, ferias y museos. El programa *Great art and culture for everyone* 2010-2020 del Consejo de Artes de Inglaterra como miembro del Consejo de las Industrias creativas, tiene cinco objetivos principales, el primero elaborar productos con criterios de calidad que alcancen indicadores de ventaja comparativa en el trabajo realizado por las industrias creativas que incluye invertir en organizaciones que tengan como objetivo de fomentar la igualdad, diversidad y su aplicación en los procesos de producción. El segundo objetivo es expandir la cultura inglesa por medio de las industrias creativas y dar la oportunidad a que la sociedad participe de los beneficios del arte en la vida diaria al usar su potencial económico, reflejado en el incremento de la satisfacción y bienestar de la sociedad (Great art and culture for everyone, 2013: 46).

La tercera meta es hacer que los proyectos creativos sean sostenibles lo cual implica que los proyectos sean auto sostenibles en el largo plazo por medio de incentivos a las empresas para reducir los costos, mejorar la eficiencia, la creación de nuevas alianzas con negocios que tienen misiones compatibles, fomentar la autoevaluación del rendimiento de los procesos, buscar mercados y fomentar el trabajo en conjunto con el gobierno en un marco de objetivos comunes. El cuarto promueve diversidad de capacidades, el liderazgo dentro del cual se promueven oportunidades laborales para jóvenes y el quinto objetivo es facilitar el acceso a la cultura a niños y jóvenes, por medio de la educación cultural en las escuelas (Great art and culture for everyone, 2013: 59).

Los programas en especial de financiamiento por parte de identidades públicas y privadas pretenden alcanzar el objetivo de fortalecer las industrias creativas al agregar el componente de sostenibilidad dentro de sus funciones. La BBC, apoya al sector creativo al incluir tecnologías en los mercados por ejemplo la motivación a la población al incrementar sus capacidades y conocimientos en el ámbito de la cultura digital. Los clústeres son otro método que fomenta el desarrollo sostenible de estas industrias los cuales agrupan a personas dentro de los mismos intereses lo que reduce los costos de comunicación e intercambio

entre clientes y distribuidores. Esta interconexión de conocimientos resulta en procesos innovadores rápidos que benefician la productividad. La institución de beneficencia NESTA, miembro del Consejo de las Industrias Creativas, ha realizado un análisis del rol de los clústeres lo cual se asocia con una fuerte conexión en la fluidez de la innovación lo que atrae trabajadores y artistas talentosos (BBC, 2011: 35).

### **2.3 La representación de las asociaciones de los sectores creativos del Ecuador y el Ministerio de Cultura y Patrimonio**

A través del término “Industria Naranja”, utilizado en América Latina para referirse a las industrias creativas, algunos países como Brasil, Argentina, México y Colombia adoptaron esta idea al incluir a dichos sectores como alternativas de desarrollo debido entre otras razones a las fuentes de riquezas y empleos que generan. En otros países como en el Ecuador, la relación entre economía, innovación y cultura no es evidente, por esta razón las oportunidades provenientes de los sectores creativos son desaprovechadas. En la región existe la noción de industrias creativas, no obstante una de las causas que retiene el desarrollo de éstas es la producción del flujo de información constante, confiable, los cuales puedan ser comparados y tabulados, además al comprender varios sectores, implica un estudio amplio y el seguimiento constante requiere de diversos esfuerzos (Buitrago y Duque, 2013: 87).

Según el Gerente General de la Gran Manzana, Pablo Salgado (2015), una empresa dedicada a las industrias creativas en el Ecuador por medio del área La Quinta Avenida, el conocimiento del Ecuador en materia de industrias creativas es incipiente por ser un concepto poco desarrollado en la conciencia de los ciudadanos. Visto desde una perspectiva continental la incidencia de América en la economía creativa fue del 1.932 miles de millones de dólares en el año 2007 debido a la participación de Estados Unidos con 1.664 miles de millones de dólares, mientras que América Latina figura con el 175 miles de millones. Al analizar estas cifras, se puede retomar la idea de que las industrias creativas son oportunidades potenciales (Buitrago y Duque, 2013: 87).

### **2.3.1 Efectividad en la representación**

El arte y el entretenimiento a más de ser expresiones culturales, generan flujos en la economía por medio del capital, empleo y los productos en sí. Es necesario que existan respaldos por parte de las instituciones que representan a estos sectores, para que intervengan y faciliten los diversos procesos de producción, distribución y comercialización en un marco legal de protección a los derechos de autor mediante la propiedad intelectual. El Ecuador, al estar incluido en la realidad de los países latinoamericanos, el problema madre radica en que el término industrias creativas no tiene una única definición lo que da como resultado la división y la mala organización entre los sectores, en un contexto carente de conocimientos y flujos de información al hablar de la realidad nacional.

En el Ecuador, como país en vías de desarrollo, se verifica la dependencia de estas industrias con instituciones, sistemas y procesos culturales informales lo cual impide tareas como regulaciones y mediciones oficiales sobre lo que son las industrias creativas en el país, esto acompañado con una limitada capacidad del gobierno en materia de subvenciones para los sectores. La informalidad, está presente en el Ecuador y en otros países latinoamericanos la cual dificulta que los logros, desarrollo e ingresos de las industrias creativas no aparezcan en los informes que llevan a cabo las agencias internacionales, lo cual contribuye de manera negativa a la falta de fluidez de datos que permitan la comparación de los resultados nacionales con los de otros países, crea asimetrías en el ámbito global y enfatiza las diferencias entre el Norte global y el Sur global. Un ejemplo de la informalidad en estos sectores es la venta de material audiovisual no legalizado en el Ecuador, que según el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual llega a circular cinco millones de dólares cada semana.

Los términos industrias creativas o industrias naranjas en el Ecuador son aún desconocidos como conceptos, no obstante la concepción de lo que implican siguen bajo la denominación de industrias culturales las cuales incluyen: artes escénicas, audiovisual, diseño, editorial, música y videojuegos. Estos sectores se los clasificó de acuerdo al Mercado de Industrias Culturales del Sur (MICSUR)

que incluye a varios países como Argentina, Brasil, Bolivia, Colombia, Chile, Ecuador, Perú, Paraguay, Uruguay y Venezuela una iniciativa de las naciones sudamericanas basadas en rasgos e historias comunes (MICSUR: 2014: 13). Otros sectores como el cine también se lo consideran como manifestación cultural pero no consta en los sectores que integran el MICSUR.

Para hablar de las industrias creativas en el Ecuador se referirá bajo el nombre de industrias culturales debido a que el término no ha evolucionado y la expresión de industrias creativas no es utilizada en el Ecuador (Flores D: 2015), entendiéndose a la cultura como

*El conjunto de los rasgos distintivos, espirituales materiales, intelectuales, afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Que a la vez engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones, las creencias, que la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos (UNESCO, 1982:1).*

En el Ecuador el ministerio representante de toda actividad cultural y artística es el Ministerio de Cultura y Patrimonio cuyos valores se enfocan *en la necesidad de establecer una estructura sistémica que atienda a las grandes necesidades culturales para la construcción de un Estado y una sociedad justos, democráticos, interculturales y plurinacionales (Ministerio de Cultura y Patrimonio: s/f)*. A su vez es el vínculo entre el Estado, los sectores sociales y las instituciones relacionadas al ámbito cultural. Sus competencias incluyen el proteger y promover las manifestaciones culturales, fomentar las expresiones artísticas, al garantizar la aplicación de los derechos culturales dentro del marco del Buen Vivir. Bajo los principios mencionados, el Ministerio de Cultura y Patrimonio cumple el papel soberano de emitir políticas públicas direccionadas a fomentar los temas culturales.

La cultura y el desarrollo son factores reconocidos en el Plan Nacional del Buen Vivir (2009-2013) manifestado bajo el nombre de la Revolución Cultural, que incentiva a los ciudadanos a emprender y crear, vinculado con el bienestar social, la identidad nacional y el multiculturalismo la cual rompe la visión de que solo los artistas e intelectuales eran los moldeadores de la cultura al plantear que todos los ciudadanos son sujetos culturales. En el informe “Políticas para una Revolución Cultural” emitido por el Ministerio de Cultura del Ecuador en julio del año 2011, se detallan cuatro ejes programáticos, las políticas, estrategias para cada uno. Como primer fundamento, se proponen las políticas y estrategias para la descolonización del poder y del saber lo cual apoya a la construcción de una sociedad que promueve la equidad, la democracia, la interculturalidad, la historia, el orgullo, la autoestima y la unión en el país. Contribuye a demás a fortalecer los procesos de creación, producción, difusión y consumo de los bienes y servicios culturales (Ministerio de Cultura, 2011:15).

El segundo eje gira entorno a las políticas y estrategias para los derechos culturales de los individuos de la sociedad, los cuales abarcan condiciones de equidad e igualdad, refiriéndose a lo plurinacional e intercultural que a su vez describe tres categorías: el derecho al desarrollo artístico y la creatividad, el derecho a la información y el conocimiento, el derecho al acceso y uso del espacio público. Entre las estrategias planteadas se fomenta la participación del ciudadano en el ámbito cultural, mecanismos para estimular la demanda, promover y desarrollar el talento sin discriminación al suscitar una formación artística a través de todos los niveles de educación desde la primaria hasta la formación superior, promover los derechos del autor, incentivar las expresiones artísticas e impulsar proyectos de cooperación relacionados a estas áreas (Ministerio de Cultura et al, 2011:24).

El tercero son las políticas y estrategias para los emprendimientos culturales, que tiene como objetivos la creación de información y la concientización de los conocimientos culturales, el desarrollo y fortalecimiento de las industrias culturales por medio de la producción, comercialización, consumo, la regulación, control, promoción, difusión y ampliación de mercados. Entre algunas de las estrategias para abordar estos temas se fomenta el acceso a

créditos para los sectores de las industrias culturales, mecanismos de estímulo como el reconocimiento social, movilidad internacional de artistas, la creación de espacios para fomentar el diálogo, mecanismos de control y sanciones para quienes contravengan las leyes y promoción a nivel nacional e internacional por medio de ferias, festivales y congresos (Ministerio de Cultura et al, 2011:32).

El cuarto eje son las políticas y estrategias encaminadas a crear una identidad contemporánea de los ecuatorianos a través de la construcción de la identidad nacional, autoestima, orgullo, que incluye las diversidades culturales, valores y conocimientos ancestrales. Entre las estrategias mencionadas está la creación de imaginarios, lemas y consignas que fortalezcan el sentido de pertenencia, revalorizar las expresiones culturales en diferentes sectores como en la moda, la gastronomía y las artesanías (Ministerio de Cultura et al, 2011:38).

Si se refiere a la clasificación de industrias creativas por parte del Ministerio de Cultura, Medios de Comunicación y Deportes del Reino Unido, el Ecuador cuenta con algunas asociaciones que representan los intereses de los sectores sobresalientes pero no existe una organización general que agrupe este tipo de industrias, razón por la cual el término no se lo considera de forma holística sino en forma separada, aspecto negativo para la recolección de información demostrativa que pueda ser comparable. Según el director de regulación y control de emprendimientos culturales del Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador, José Daniel Flores, los sectores que se consideran creativos son: el sector de audiovisual, el fonográfico, el editorial, el diseño, artes aplicadas, el sector de multimedia y videojuegos.

El cine es uno de los sectores de las industrias creativas en el Ecuador que ha demostrado un desarrollo dinámico con un mayor crecimiento en comparación con otros sectores. A través del Consejo Nacional de Cinematografía (CNCine), creado en el 2006, el cine en el Ecuador se conecta de forma directa con el gobierno por ser una institución pública que vela por los intereses del cine a través de la generación de políticas. El CNCine conecta a siete entidades, tres de ellas que pertenecen al sector privado y cuatro del sector público: El Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, el Ministerio de

Cultura y Patrimonio, el Ministerio de Industrias y Productividad y la Casa de la Cultura Ecuatoriana. El Consejo Nacional cumple sus funciones al fomentar el cine nacional en 5 ámbitos de trabajos que incluyen el fomento de la producción cinematográfica, difusión nacional e internacional, formación e investigación (CNCine, s/f: 1).

El desarrollo de este sector se lo puede explicar por el apoyo del gobierno a través de los fondos económicos otorgados a la institución, lo que da como resultado un mayor dinamismo de estrenos llevado a cabo entre el año 2007-2010, con un total de nueve películas de ficción y 12 documentales, un sector que cuenta con mejores oportunidades en el mercado competitivo al estar respaldado por una entidad pública y/o privada.

### **2.3.2 Seguridad, equidad y oportunidades para emprendimientos**

El desarrollo institucional que proteja y respalde las actividades creativas bajo los derechos de la propiedad intelectual, que fomente su crecimiento por medio de políticas públicas, son pilares para la construcción de un ambiente óptimo para el dinamismo de las industrias creativas para la creación de una sociedad justa, solidaria, consiente de los esfuerzos de los ciudadanos. Fomentar, promover, salvaguardar los derechos del autor es un desafío que debe ser llevado a cabo por las instituciones públicas en cooperación con el sector privado para incentivar un entorno infraestructural y legislativo que favorezcan a los productos y servicios creativos, transformándolos a su vez en un sector rentable, llamativo para la inversión.

Basándose en la Constitución Nacional (2008) y el Plan Nacional del Buen Vivir, la concepción y enfoque de la cultura adoptado por el Ministerio de Cultura y Patrimonio toma un sentido integral y moderno. Para mejorar con sus funciones, el ministerio se ha adscrito al Ministerio Coordinador de Talento Humano con el objetivo de alinear tres parámetros: la educación en lo que se refiere al fortalecimiento de la identidad e interculturalidad, la educación superior para llevar a las industrias culturales a niveles de profesionalización y el sistema de Ciencia y Tecnología que tiene relación directa con la economía

cultural y creativa. Al unir la cultura, la investigación y la ciencia se puede ofrecer mejores oportunidades y nuevas concepciones de desarrollo endógeno sostenible a través de las industrias creativas dentro de las estrategias para el cambio de la matriz productiva (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2013:1).

Con la finalidad de potenciar un ambiente de seguridad y oportunidades para el emprendimiento de los ciudadanos, con el apoyo del Ministerio de Industrias y Productividad en coordinación con los Gobiernos Autónomos Descentralizados y las Universidades estatales, se implementaron hasta el año 2012, treinta y tres centros para fomentar el desarrollo empresarial y apoyo a emprendimientos (CDEAD) distribuidos en todo el territorio nacional cuyo objetivo principal es incentivar la cultura del emprendimiento y desarrollo económico local a través de iniciativas de negocios. Entre los sectores que pertenecen a este programa están las artesanías y el sector textil, sectores pertenecientes a las industrias creativas (Ministerio de industrias y productividad, 2012: 1).

En cuanto a la seguridad que presenta el marco legal ecuatoriano en materia de industrias creativas, la Ley de Comunicación aprobada el 14 de junio del año 2013, tiene como meta desarrollar el talento nacional y la industria cultural al incentivar programas culturales de calidad que sean educativos y recreativos. Bajo esta ley, se considera producción nacional a aquellas creaciones que cuenten con un 80% de participación de ecuatorianos o extranjeros residentes en su elaboración (Ministerio de Cultura, 2013:1). Además promueve su difusión mediante el artículo 103 de la ley Orgánica de Comunicación el cual establece que las estaciones de radiodifusión deben contar con un 50% de contenidos musicales ecuatorianos durante todo el horario de programación lo cual contribuye al pago de los derechos de autor, al igual que los medios de comunicación audiovisual que deben contar por lo menos con un 60% de contenidos de producción nacional en su programación (Asamblea Nacional, 2013:36).

El Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI), es una entidad pública que regula y controla las leyes referentes a la propiedad intelectual que vienen inmersas en las creaciones como medio para alcanzar el Buen Vivir al velar por los derechos de los ciudadanos y la soberanía nacional. Comprometido a su vez con la promoción y protección de las creaciones intelectuales promueve el desarrollo del talento humano y los medios técnicos para satisfacer a los ciudadanos (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, s/f: 1). Por medio de los derechos al autor se promueve el respeto a las creaciones, a los derechos morales, patrimoniales sobre las mismas, dispuesto en la Constitución del Ecuador bajo la Declaración Universal de los Derechos Humanos, los cuales incluyen:

*Novelas, poemas, obras de teatro, periódicos, programas informáticos, bases de datos, películas, composiciones musicales, coreografías, pinturas, dibujos, fotografías, obras escultóricas, obras arquitectónicas, publicidad, mapas, dibujos técnicos, obras de arte aplicadas a la industria (IEPI, 2014:01).*

Los cuales son productos que provienen en su mayoría de las industrias creativas, lo que demuestra que están respaldadas por la ley con penalidades en casos de incumplimiento.

Con las tecnologías innovadoras con respecto a los derechos de autor, los formatos digitales de licenciamiento como el Copyleft y los Creative Commons se ha logrado dinamizar el crecimiento de las industrias culturales en el Ecuador en la modificación de la producción, circulación y consumo de los productos los mismos que afirman los derechos y principios que tienen los creadores en especial aquellos pertenecientes a las industrias creativas y culturales al facilitar la difusión de los productos por medio de las conexiones tecnológicas (IEPI, 2015:1).

### **2.3.3 La capacidad de los proyectos y los enlaces internacionales**

Dentro del marco de lo competitivo y la innovación, el Ministerio de Cultura y Patrimonio fomenta algunos proyectos para incentivar la expansión de las industrias culturales y creativas dentro de la sociedad, fortalecerlas por medio de la emisión de políticas debido a que son un concepto subutilizado pero esencial para el cambio de la matriz productiva y para la construcción de la soberanía cultural. Como parte de la política enfocada a fortalecer las industrias culturales y creativas con la ayuda de varios organismos como la Subsecretaría de Emprendimientos Culturales, se realizaron diversos proyectos como los festivales de cine y audiovisuales con la intervención de la Dirección de Cine y Audiovisuales, que cuentan con un monto de USD 120.000 (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2013). La participación en diferentes foros internacionales como el de Políticas Públicas y Diseño, los encuentros Iberoamericanos de Arte, Trabajo y Economía tienen como objetivo profundizar los conocimientos en torno a la relación entre la cultura y la economía, desempolvar los sectores creativos como exponentes estratégicos dentro de la actividad económica como elemento de la sociedad del conocimiento y difundir el concepto.

Otros proyectos llevados a cabo por el Ministerio de Cultura y Patrimonio es el desarrollo de la Cuenta Satélite de Cultura, basado en la experiencia de otros países como Argentina y Colombia, como parte del Programa de Armonización Estadísticas y Cuentas Satélites de la Cultura, en coordinación con otros países de América Latina y el Caribe que tiene como objetivo manejar indicadores e información estadística que sean fidedignos, constantes, coherentes para que puedan ser comparables como base para la creación y formulación de políticas públicas sectoriales en un contexto nacional e internacional con el fin de pasar de un modelo primario-exportador a una economía terciaria lo que incluye servicios, ciencia y tecnología que va ligado al desarrollo de las industrias culturales y creativas lo cual generaría puestos de trabajo y desarrollo económico-social al contribuir con la riqueza del país (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2014: 1).

El rol que desempeñan los enlaces internacionales son de vital importancia para potenciar el avance de las industrias creativas porque ofrece mayor conexión entre los diferentes niveles de la cadena de producción además facilita el flujo de la información, de los bienes y servicios generados a través de una estrategia de intercambio cultural. Como se ha mencionado el Mercado de Industrias Culturales del Sur (MICSUR) es un ejemplo de las conexiones que se pueden crear para estimular la conexión de los países, la cooperación sur-sur y la utilización del concepto de industrias creativas para el desarrollo socioeconómico de las naciones en la creación de empleo, inclusión social, diversidad cultural y en el desarrollo del talento humano.

En la reunión llevada a cabo el 22 de agosto del año 2011, por los ministros de relaciones exteriores del Consejo Andino, por medio de la resolución 760 se dio paso a la creación del Consejo Andino de Ministros de Cultura y Culturas cuyas funciones son *recomendar, formular, definir y dar seguimiento a las políticas culturales andinas* como por ejemplo la formulación de estrategias subregionales orientadas a desarrollar y fomentar las industrias culturales, la creación del Comité Andino para el Desarrollo de Industrias Culturales y Creativas y poner en marcha el Plan Andino para el Desarrollo de Industrias Culturales con el objetivo de

*promover el fomento de las industrias culturales de la Subregión, mediante la implementación de un Sistema Andino para el fomento de las Industrias Culturales y Creativas, que permita un desarrollo equilibrado armónico así como también el reconocimiento de la identidad, la diversidad cultural y los valores ciudadanos para la integración andina (Comunidad Andina, s/f).*

Como resultados de esta integración se realizaron diferentes proyectos entre los países miembros: Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú como el concurso “Ventana Andina” que se realizó en el 2013 con premios de hasta 25.000 dólares para los primeros 8 lugares, fue promocionado a través de todos los ministerios de cultura, los consejos nacionales de cine de los países de la Comunidad Andina con el apoyo de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo. La finalidad de este proyecto fue incentivar el desarrollo de la

industria audiovisual andina, fortalecer la integración regional a partir de la cultura y expandir la identidad propia de la región al producir documentales que sean emitidos en los países integrantes de la Comunidad Andina de Naciones a través de canales públicos (Ministerio de Cultura y Patrimonio: 2013:1)

Otras conexiones que tiene el Ecuador en materia de industrias creativas es con el Mercado Común del Sur (MERCOSUR) a través del Sistema de Información Cultural del MERCOSUR (SICSUR), creado en el 2009 en Quito como parte de los sistemas de información, se obtiene información sobre el sector cultural de la región en los ámbitos económicos - productivos, y sociales como en las expresiones de multiculturalidad dentro de los países miembros. El objetivo principal constituye la construcción de una sociedad consciente del desarrollo de las industrias culturales en la región (SICSUR, 2014:1)

La Organización de Estados Iberoamericanos para la educación, ciencia y cultura también juega un papel activo vinculado a los intereses de fomentar la cultura entre los pueblos a través de la Carta Cultural Iberoamericana que es un proyecto que pretende establecer las bases para un espacio cultural iberoamericano al incentivar la cooperación y articulación entre los países de la región por medio de políticas y acciones concretas dentro de un marco de respeto a los derechos humanos que engloba los aspectos culturales tradicionales, indígenas, migrantes, afro descendientes y conectarlos con la educación y la ciencia (CCI, s/f: 1). El Ecuador por medio del Ministerio de Cultura y Patrimonio ha firmado convenios de cooperación con esta organización razón por la cual es parte de varios concursos como estrategia para fomentar los sectores creativos.

Por ejemplo el concurso “Emprendimiento de Industrias Creativas y Culturales”, en colaboración con la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI), el Ayuntamiento de Zaragoza y la Fundación Zaragoza Ciudad del Conocimiento pretende potenciar la cultura, creatividad y la innovación que impulse la economía, el empleo y el desarrollo social (OIE, 2014: 1). La socialización de diferentes concursos iberoamericanos

de música para jóvenes a través de los proyectos “Música Maestro” y “Emprende con Cultura” (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2013:1).

Según Pablo Salgado (2015) el gobierno ecuatoriano ha invertido en el sector cultural por medio de fondos concursales del Ministerio de Cultura, fondos administrados a través de la Casa de la Cultura y por los Gobiernos Autónomos Descentralizados, pero existen falencias en este sistema las cuales radican en que los proyectos no cuentan con un seguimiento constante, lo que dificulta obtener información fidedigna y clara de los resultados e impactos. La falta de evaluación contribuye a que la sociedad ecuatoriana siga sin tener conciencia de las ganancias frente a las inversiones que se pueden obtener por medio de las industrias creativas a causa de la falta de datos reales.

Este capítulo está relacionado con el objetivo específico enfocado a demostrar el rol de la ayuda proveniente del sector público y privado en el desarrollo y el impulso de las industrias creativas en el ámbito nacional e internacional a través del estudio de varias instituciones como por ejemplo el Ministerio de Cultura, Medios de Comunicación y Deportes, el Departamento no Ministerial de Comercio e Inversión del Reino Unido, el Consejo de las Industrias Creativas, la Federación de Industrias creativas y el Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador cuyas políticas son analizadas con directrices de eficiencia, representación, transparencia, apertura, sustentabilidad, seguridad e integración que muestran el avance en materia de industrias creativas de cada país.

### **CAPÍTULO III**

## **LA PARTICIPACIÓN DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS EN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO Y SU CONEXIÓN CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE**

### **3.1 Las industrias creativas y su participación en la economía del Reino Unido y Ecuador**

Al crearse el término “economía creativa”, su contribución en el comercio mundial ha sido respaldada por las políticas de comercio internacional para incentivar y dinamizar el desarrollo económico. Las industrias creativas son generadoras del 7% del PIB mundial y crecen a 8,7% anual (Centro de Comercio Internacional: s/f:1). Para el año 2011, las industrias creativas recaudaron 4.3 billones de dólares lo que equivale a 120% del PIB de Alemania, de igual forma, el comercio de los bienes y servicios creativos a nivel mundial, en el mismo año, sumó 624.000 millones de dólares de los cuales el 14% lo que equivale a 87 millones de dólares fueron originados en el continente Americano. En la región latinoamericana y el Caribe la economía naranja, en el año 2007, generó 174.757 millones de dólares y 10.3 millones puestos de trabajo (UNESCO, 2013:1). En la Unión Europea, las industrias creativas aportaron, 6.8% al total del PIB con una cantidad de 860 miles de millones de euros y crearon 14 millones de puestos de trabajo, 6.5% del total de la fuerza laboral en Europa en el año 2011 (Tera Consultants, 2014:5).

Al tomar en cuenta los datos anteriores, las industrias creativas se presentan como una estrategia de competitividad, motor para el crecimiento económico y mecanismo para la diversificación de las economías. Desde su adaptación al mercado, las industrias creativas evolucionaron hasta llegar a ser uno de los sectores de más rápido crecimiento, por ejemplo en el Reino Unido en el periodo 2008-2012, estos sectores crecieron 15.6% en comparación con el crecimiento promedio económico del país que fue de 5.4%, al igual que el crecimiento en la tasa de empleo de 8% frente al 0.7% del promedio en el año 2012 (Department for Culture, Media and Sport, 2014:15).

Los indicadores económicos como el volumen de la producción de bienes y servicios creativos, el empleo, la inversión, las exportaciones y el desarrollo urbano y empresarial, hacen visible la realidad en términos numéricos del aporte de las industrias creativas a la economía de los países, es por esto que se crea la necesidad de recopilar datos que se puedan comparar para generar una visión holística de los beneficios y oportunidades que estos sectores representan e incluirlos en las políticas para fomentar el crecimiento económico en el marco de del desarrollo sostenible.

### **3.1.1 La generación de empleo directo e indirecto**

Las cifras del Reino Unido sobre el impacto de las industrias creativas en el empleo, se basan en 3 dimensiones llamado el tridente creativo, el cual toma en cuenta:

- 1.-Los trabajos en las industrias creativas que no son clasificados como creativos.
- 2.-Los trabajos creativos de las industrias creativas.
- 3.-Los trabajos creativos fuera de los sectores que conforman las industrias creativas catalogadas como puestos integrados.

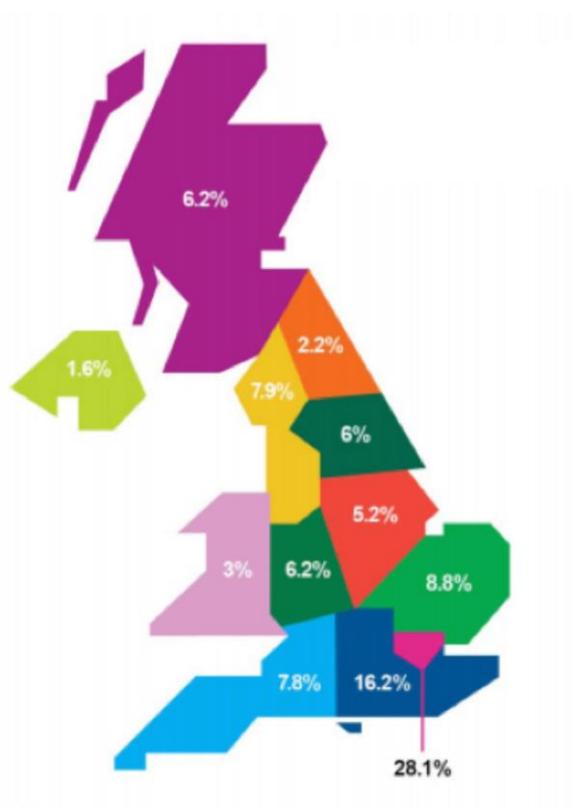
La unión de estas tres categorías forman lo que se denomina la economía creativa, el punto 1 y 2 están dentro del rango de industrias creativas y los puntos 2 y 3 se denominan ocupaciones creativas (Department for Culture, Media and Sport, 2014:9).

Para el año 2013 la economía creativa en el Reino Unido generó 2.6 millones puestos de trabajo lo que significa que 1 de cada 12 empleados en el Reino Unido pertenecen a la economía creativa, tasa que creció 8.8% en comparación con el año 2011 con 2.4 millones. Del total de empleos generados, 1.71 millones se encontraban dentro de los sectores de las industrias creativas lo cual representaron 1 de cada 18 plazas de trabajo, este índice experimentó un incremento del 10.1% mientras que las ocupaciones creativas a su vez dieron empleo a 1.8 millones de personas el cual creció 7.3%. Al comparar el incremento en los índices de empleos generados por la economía creativa con

los índices arrojados por los otros sectores económicos, que desde el año 2011 al año 2013 el aumento promedio fue de 2,4%, se puede observar el dinamismo y el valor que representan en el país (Department for Culture, Media and Sport et al, 2014:12).

La proporción de los trabajos derivados de la economía creativa varían por regiones y por administraciones descentralizadas, por ejemplo en el North East, en el año 2013, representaron 1 de cada 20 y en Londres 1 de cada 6, mientras que los puestos de trabajo dentro de las industrias creativas contabilizaron 1 de cada 18 a nivel nacional, 1 de 32 en Irlanda del Norte y 1 de cada 9 en Londres. Entre el período 2011-2013 el empleo creció en el este de Inglaterra 27.1%, en Midlands del Este 20.6% y en Yorkshire y Humber 20.1% (Department for Culture, Media and Sport et al, 2014:13).

**GRÁFICO 5**  
**PORCENTAJE DE TRABAJOS GENERADOS POR LA ECONOMÍA CREATIVA POR REGIONES DEL REINO UNIDO**



Fuente: DCMS estimates June 2014  
 Elaborado por: Thecreativeindustries  
 Recopilado por: Priscila Sulen

A estas cifras se le debe sumar la preparación académica con la que cuentan los trabajadores, como se ha mencionado en los capítulos anteriores, los sectores creativos cuentan con personas capacitadas y preparadas en las diferentes áreas. Según las estadísticas, el 57.7% de los trabajos dentro de la economía creativa son ocupados por personas que tienen tercer nivel de educación o mayor frente al 31.1% que presentan los otros trabajos en el Reino Unido. Entre el año 2011 y el año 2013 el número de personal que contaba con un tercer grado de educación incrementó de 188.000 a 1.5 millones lo cual indica que los sectores creativos llaman cada vez más la atención de las personas, las cuales deciden especializarse en estos campos por las oportunidades que ofrecen (Department for Culture, Media and Sport et al, 2014:13).

En cuanto a las estadísticas de las industrias creativas, el panorama no es diferente, el porcentaje de personas que poseen al menos una licenciatura es de 58.8% como promedio entre las diferentes áreas. Entre los sectores que tienen un mayor número de personas con título universitario están la arquitectura con 69% seguido por el sector del software y videojuegos con 64%, publicaciones y ediciones con 62%, publicidad y marketing con 59%, seguido por la televisión y el cine con 56%, música y artes escénicas 53%, diseño 46% y el sector que cuenta con menos graduados son artesanías con 17% (Nesta, 2013:1).

Las industrias creativas también son fuente de recursos para las mujeres, 35.8% de los puestos de trabajo de la economía creativa son ocupados por las mujeres y 37.1% en las industrias creativas de las cuales los sectores con mayor presencia de mujeres es el sector de publicaciones con 50% al igual que en la música, las artes escénicas y las artes visuales seguido por el sector del diseño y diseño de modas con 46%, publicidad y marketing 44%, radio, televisión y cine con 36%, arquitectura con 27%, artesanías con 22% y el sector de software y videojuegos con la menor afluencia de mujeres con 18%. Las minorías, formadas por las personas de raza negra asiáticos otros grupos técnicos (BAME<sup>7</sup>) también figuran en los reportes de la actividad laboral de las

---

<sup>7</sup> Por sus siglas en inglés: Black, Asian and Minority Ethnic people

industrias creativas los cuales representan el 10.2% de la fuerza laboral en la economía creativa y 11.9 en las industrias creativas con mayoría en los sectores de software y videojuegos con un 15%, publicaciones 11%, televisión y cine con un 9% (Nesta et al, 2013:1).

**TABLA 2**  
**EMPLEOS POR SECTORES PERTENECIENTES A LAS INDUSTRIAS CREATIVAS EN EL REINO UNIDO**

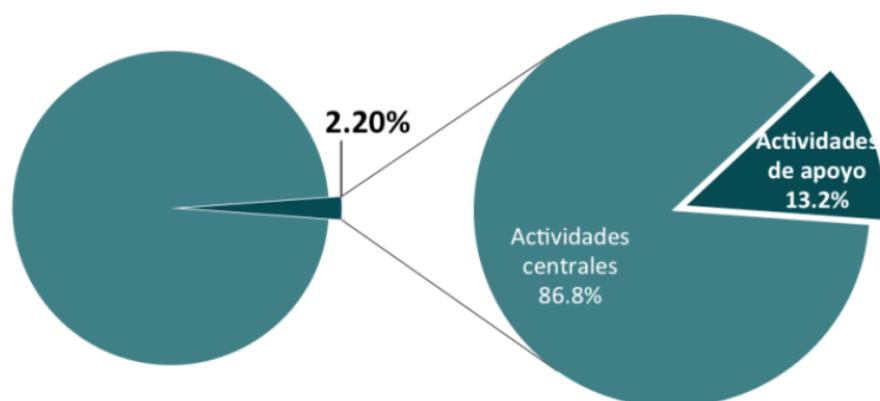
SECTOR DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS	2011	2012	2013	VARIACIÓN 2011-2013
Publicidad y marketing	147.000	143.000	153.000	4.1%
Arquitectura	93.000	89.000	94.000	0.4%
Artesanías	9.000	7.000	8.000	-15.8%
Diseño: productos, gráfico, de moda y fotografía	1.000.000	116.000	122.000	22.0%
Cine, TV, video y radio	209.000	238.000	231.000	10.2%
IT, software y videojuegos	482.000	558.000	576.000	19.4%
Publicaciones	207.000	223.000	197.000	-4.9%
Música, artes visuales y artes escénicas	212.000	224.000	243.000	14.4%

Fuente: ONS Annual Population Survey  
 Elaborado por: ONS Annual Population Survey  
 Recopilado por: Priscila Sulen

La generación de ingresos y creación de puestos de empleo no se limita a las grandes potencias, en el Ecuador a pesar de que las cifras referentes al empleo tanto de la economía creativa como de las industrias no están recopiladas en un único documento, se han visto resultados en el aspecto económico. Según el informe de la UNESCO “Indicadores UNESCO de cultura para el desarrollo: Resumen analítico de Ecuador”, el empleo creativo en el año 2010 fue de 2.2% lo que representaba que 134.835 personas tenían ocupaciones culturales y/o creativas. Del total de empleos, 87% se dedicaban a actividades relacionadas a la creatividad y cultura y el 13% se encontraba en actividades de apoyo o secundarias. Entre los sectores que más contribuyeron a la generación de empleo fueron las artesanías textiles y en cuero con un 27.9%, el sector de la arquitectura con 7%, diseño con 5.6%, marketing y publicidad 5.5% (UNESCO, s/f:6).

Las cifras indicadas, según el informe, no cubre todo los empleos que se pudieron generar de forma informal en los sectores los que incluyen ocupaciones vinculadas con la creatividad y aquellas actividades que se realizaron fuera de los establecimientos culturales y/o creativos por la ineficiencia en coordinación y comunicación escasa como resultado de la falta de institucionalidad. En el Ecuador, este sector también está compuesto en su mayoría por pequeñas y medianas empresas locales lo que permite el desarrollo del talento humano y el ejercicio de los derechos culturales con una distribución de la riqueza que llega a las personas de ingresos medios y bajos lo que aporta al mejoramiento de la calidad de vida. Dentro del porcentaje de empleados, 36.5% de las personas dedicadas a ocupaciones culturales y/o creativas fueron mujeres mientras que el 63.5% hombres.

**GRÁFICO 6**  
**PORCENTAJE DE PERSONAS OCUPADAS EN LAS INDUSTRIAS CREATIVAS EN EL ECUADOR**



Fuente: Censo población y vivienda, inec (2010)  
 Elaborado por: UNESCO  
 Recopilado por: Priscila Sulen

### 3.1.2 Ingresos y curva de crecimiento económico

Las industrias creativas en el Reino Unido contribuyen con 71.4 mil millones de libras esterlinas cada año a la economía del país lo cual representa una cifra de 8 millones por hora y el 5% al Producto Interno Bruto. Basándose en estas cifras, el gobierno del Reino Unido está comprometido a asegurar que la innovación, habilidades y talentos existentes en la población se trasladen al

desarrollo de la economía y que formen una plataforma con la cual el Reino Unido muestre su potencial al mundo, con la intervención del sector público y privado para desarrollar una estrategia de crecimiento económico y social (Department for Culture, Media and Sport, 2014:1).

Las cifras del valor agregado bruto (VAB), un indicador del valor de bienes y servicios producidos en un área, industrias o sector económico, muestran que las industrias creativas en el Reino Unido acumularon, en el año 2008, 61.1 mil millones de libras lo que equivale a 4.5% de la economía del país en comparación con el año 2013 con 76.9 que representó el 5%. El valor agregado de estos sectores ha incrementado 25.8% en el periodo 2008-2013 comparado con el 11.4% de crecimiento del total de la economía del Reino Unido. En el periodo 2008-2010 las industrias creativas tuvieron una reducción de 4.5% a 4.3% en el índice como resultado de la crisis mundial recuperándose de manera rápida hasta el año 2013 (Creative Industries Economic Estimates, 2014:15).

**TABLA 3**  
**VALOR AGREGADO BRUTO DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS DEL REINO UNIDO 2007-2013**

VAB (en millones de libras esterlinas)							
Industrias creativas	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Publicidad y marketing	7.118	8.347	6.967	6.840	8.128	9.339	10.248
Arquitectura	2.518	5.565	3.205	2.638	3.235	3.497	3.592
Artesanías	341	195	218	268	264	248	172
Diseño: productos, gráfico, de moda y fotografía	1.684	1.856	1.886	2.049	2.504	2.500	3.094
Cine, TV, video y radio	5.349	8.222	6.296	7.973	9.987	9.821	9.938
IT, software y videojuegos	26.296	26.018	26.403	26.991	27.672	30.552	35.073
Publicaciones	9.196	9.255	8.968	9.580	9.286	9.624	9.938
Música, artes visuales y artes escénicas	3.913	3.740	3.779	3.434	4.184	4.581	5.453
<b>TOTAL INDUSTRIAS CREATIVAS</b>	<b>56.601</b>	<b>61.145</b>	<b>57.618</b>	<b>59.753</b>	<b>65.180</b>	<b>70.012</b>	<b>76.909</b>
<b>TOTAL ECONOMÍA REINO UNIDO</b>	<b>1.328.661</b>	<b>1.368.717</b>	<b>1.345.046</b>	<b>1.400.684</b>	<b>1.441.598</b>	<b>1.475.948</b>	<b>1.525.304</b>
<b>PORCENTAJE</b>	<b>4.26%</b>	<b>4.47%</b>	<b>4,28%</b>	<b>4,27%</b>	<b>4,52%</b>	<b>4.74%</b>	<b>5.04%</b>

Fuente: ONS Annual Business Survey  
Elaborado por: Priscila Sulen

El crecimiento de las industrias creativas durante el año 2012 y el año 2013, presentan un mayor porcentaje de variación en el índice de Valor Agregado Bruto frente a otros sectores económicos.

**TABLA 4**  
**VARIACIÓN DEL VALOR AGREGADO BRUTO DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS CON OTROS SECTORES EN EL REINO UNIDO**

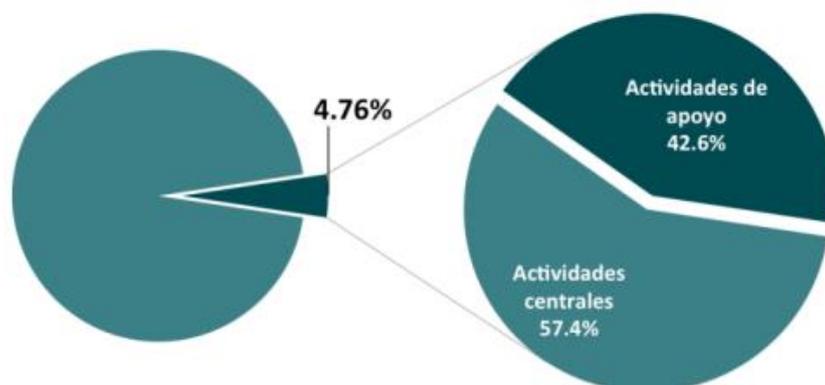
SECTOR	PORCENTAJE DE VARIACIÓN DEL VAB 2012-2013	PORCENTAJE DE VARIACIÓN DEL VAB 2008-2013
Industrias creativas	9.9%	25.8%
Bienes raíces	5%	28.8%
Transporte y distribución	4.5%	10.4%
Construcción	4.1%	2.7%
Otros servicios	3.5%	18.2%
Información y comunicación	2.9%	7.5%
Finanzas	2.4%	13.1%
Salud y educación	1.3%	1.2%
Agricultura	-0.6%	9.4%
PROMEDIO	3.3%	11.4%

Fuente: ONS Blue Book Dataset (2014)

Elaborado por: Priscila Sulen

En el Ecuador las actividades creativas y/o culturales, en el año 2013, incidieron 4.76% del Producto Interno Bruto, lo cual indica que estas actividades son parte representante dentro de la economía nacional a través de la generación de ingresos. El 57.4% del porcentaje de participación en el PIB, provienen de actividades centrales y el 42.6% restante de actividades secundarias de apoyo y equipamiento. Si se analiza por sectores, según los indicadores recolectados por la UNESCO, las actividades que resaltan son las pertenecientes al sector de la información y comunicación con un 46.6% seguido por las actividades de los sectores de publicidad, diseño y arquitectura (UNESCO et al, s/f:5).

GRÁFICO 7  
CONTRIBUCIÓN DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS/CULTURALES AL  
PIB EN EL ECUADOR



Fuente: Censo población y vivienda, inec (2010)  
Elaborado por: UNESCO  
Recopilado por: Priscila Sulen

Estos cálculos incluyen las actividades que están en el marco de las instituciones privadas y formales sin tomar en cuenta las actividades realizadas en el sector informal. El porcentaje que aportan las industrias creativas al PIB, está por encima del porcentaje que aportan otros sectores como la agricultura y la refinación de petróleo y a la par con los sectores de la construcción y el transporte. El indicador de las industrias creativas en el Ecuador puede ser catalogado como un sector dinámico no obstante, la contribución de los sectores creativos permanece aún desconocida (UNESCO et al, s/f:5). Con la creación de la Cuenta Satélite de Cultura del Ecuador bajo la dirección del Ministerio de Cultura y Patrimonio se plantea generar y recopilar más datos para mejorar el panorama de las industrias creativas en el Ecuador.

Los datos recolectados por la UNESCO, incluyen a los sectores creativos directos e indirectos, sin embargo no representa el aporte real de la actividad creativa en sí. Según José Daniel Flores, las cifras recolectadas por el Ministerio de Cultura y Patrimonio muestran que el aporte verdadero de las actividades creativas en el Ecuador generan el 1.7% del PIB, cuyos sectores más influyentes son el sector audiovisual y el editorial (Flores, 2015).

TABLA 5  
 PRODUCTO INTERNO BRUTO POR INDUSTRIA EN EL ECUADOR EN  
 AÑO 2010

SECTOR	PIB
Industrias creativas	4,76%
Acuicultura y pesca de camarón	0,42%
Agricultura, ganadería, caza y silvic	8,69%
Construcción	5,07%
Refinación de petróleo	1,03%
Manufacturas	11,59%
Comercio	10,49%
Transporte	5,36%

Fuente: Banco Central del Ecuador  
 Elaborado por: Priscila Sulen

### 3.1.3 Inversión y el gasto intangible

Para que las industrias creativas puedan crecer, es necesario contar con capital monetario. En el Reino Unido como alternativa de ayuda en el ámbito económico se creó la red de financiamiento para las industrias creativas *Creative Finance Network* la cual provee un glosario de varias fuentes de financiamiento para la inversión en los diferentes sectores creativos categorizados en tres grupos: las empresas e instituciones que están interesadas en invertir como *Creative England*, *Uk Innovation Investment Fund*, *Angel Investment* y *Venture Capital Trust*, aquellas que ofrecen préstamos como *Creative Business Loans*, *Creative Industry Finance*, *Social Incubator Fund*, préstamos bancarios, entre otros y los que ofrecen subvenciones como *Creative Europe*, *Prince's Trust Development Fund*, *Ideas Tap*, *Patent Box* y *Innovation Vouchers* (Creative Finance Network, s/f:1).

El gobierno del Reino Unido también aporta de manera económica a la expansión de los sectores creativos de forma activa, por medio de la unión de empleados, organizaciones benéficas y socios de las industrias creativas se plantea desarrollar nuevas vías para involucrar a más personas en estos sectores. Las industrias creativas fueron beneficiadas hasta el año 2013 con £25 millones

por parte del gobierno para fomentar su desarrollo económico, en el año 2012, el Canciller de la Hacienda del Reino Unido anunció la introducción de £6 millones y £5 millones para el 2013 y 2014 (Department for Culture, Media and Sport, 2013:1). Las reducciones en los impuestos para los sectores creativos también es otra forma de inversión por parte del gobierno como por ejemplo con la introducción en el año 2007 del nuevo régimen de impuestos para las películas (Creative England, 2015:1).

Al basarse, las industrias creativas, en el desarrollo del talento humano, la innovación y la imaginación, la materia prima de las industrias creativas, radica en la capacidad del hombre para buscar nuevas formas de expresión basadas en la creatividad, la cultura y el conocimiento. Las industrias creativas tienen su origen en activos intangibles más amplios que en la economía tradicional basada de manera general en las plantas y maquinaria. Para medir los activos que las empresas en el ámbito creativo poseen es necesario reconocer los activos alternativos intangibles que pueden estar representados por ejemplo por el reconocimiento de la empresa a través de la inversión en marketing y publicidad a través del tiempo, el gasto en servicios computacionales o software, el servicio prestado para la re-inención de los procesos y los gastos en investigación y desarrollo.

Como se mencionó, las empresas dentro de la economía poseen activos tangibles, en el Reino Unido, los gastos de las empresas para contratar servicios del sector creativo en especial de la informática y software se refleja en el VAB de este sector el cual reporta cifras de 2 hasta 7 veces más altas que los otros sectores, seguido por las publicaciones, radio, televisión y arquitectura. Se puede considerar que las industrias creativas además de proveer sus productos y servicios de manera directa al cliente final, tienen un lugar en la cadena de valor de otras empresas que contribuyen en el proceso de sus actividades (Scheffel y Thomas, 2011: 96).

En el Ecuador el gasto cultural promedio es de 3.41% del total de los gastos de consumo de los hogares, que incluye actividades como la compra de libros, entradas a conciertos, cines, museos, sitios patrimoniales, grabación y reproducción. En el año 2003, año que toma en cuenta el informe de la UNESCO para detectar el ADN cultural del Ecuador, se recolectó 403 millones de dólares. De igual forma se muestran la demanda de los bienes y servicios creativos por quintiles de egresos, los resultados muestran la conexión entre los quintiles que perciben mayores ingresos con el mayor consumo de las industrias creativas, este indicador solo contabiliza aquellos bienes y servicios que contribuyen de forma económica al dejar de lado a aquellos adquiridos de forma gratuita (UNESCO et al, s/f:8).

### **3.2 Las exportaciones, diversidad de flujos y conexiones internacionales**

Las exportaciones de los productos y bienes de las industrias creativas se presentan como opción de los países para alcanzar un desarrollo inteligente, sostenible e inclusivo. Según la Comisión Europea, la promoción de las políticas encaminadas a potenciar la exportación es necesaria para que las pequeñas organizaciones y empresas realicen sus operaciones en el ámbito internacional al llegar a otros mercados y clientes. Otro aspecto incluido en las estrategias de exportación es promover y diseminar la presencia cultural y creativa con el rol de incrementar el poder blando de los gobiernos en un marco político-económico.

Países como el Reino Unido, Estados Unidos, China, Corea del Sur e India invierten en las estrategias de exportación de sus industrias creativas para asegurar su presencia a nivel mundial y competir por nuevos talentos creativos. En el año 2011, la exportación de los bienes y servicios creativos mostraron ser el quinto sector a nivel de transacciones, después del sector de combustibles y petróleo, equipos eléctricos, maquinaria y vehículos con una suma de 646 mil millones de dólares. Los mayores exportadores fueron China con 129.8 mil millones, Estados Unidos con 49 mil millones y el Reino Unido con 24.3 mil millones (La Economía Naranja, 2013: 110).

### 3.2.1 Macro indicadores en la balanza comercial

Las exportaciones de los servicios creativos del Reino Unido, en el año 2012 fueron de 17.3 mil millones de libras esterlinas. Entre los sectores que conforman las industrias creativas, la informática y el software representaron, en el mismo año, el 46,43% del total de las exportaciones de servicios creativos seguido del sector de cine, televisión, video y radio con una incidencia de 25,2%, publicidad y marketing con 13,58%. Entre los sectores con menos aporte a las exportaciones está el sector de música con 3,32%, arquitectura con 2,16% y diseño con 1,1% mientras que para el sector de las artesanías los datos no han sido generados (Creative Industries Economic Estimates, 2015:26).

**TABLA 6**  
**EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE LOS SERVICIOS**  
**CREATIVOS EN EL REINO UNIDO**

En millones de libras esterlinas						
Industrias creativas	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Publicidad y marketing	1.609	1.637	2.136	1.861	2.013	2.343
Arquitectura	296	451	319	384	362	373
Artesanías	-	-	-	-	-	-
Diseño: productos, gráfico, de moda y fotografía	176	195	116	122	131	190
Cine, TV, video y radio	2.808	3.983	3.826	4.658	4.257	4.345
IT, software y videojuegos	4.887	5.766	5.811	6.286	7.210	8.011
Publicaciones	941	812	806	1.032	1.245	1.415
Música, artes visuales y artes escénicas	303	328	286	357	275	574
<b>TOTAL</b>						
<b>INDUSTRIAS CREATIVAS</b>	<b>11.020</b>	<b>13.172</b>	<b>13.300</b>	<b>14.700</b>	<b>15.493</b>	<b>17.251</b>

Fuente: DCMS  
 Elaborado por: DCMS  
 Recopilado por: Priscila Sulen

Entre el año 2009 y 2012, las exportaciones de los servicios creativos tuvieron un incremento de 9.7%, durante este período los otros servicios exportados, no pertenecientes a las industrias creativas, crecieron 15.4%. Entre el año 2011 y 2012, las exportaciones del sector creativo incrementaron un 11,3% lo que sumó 1,8 mil millones en ingresos, mientras que los otros servicios incrementaron en promedio 2,8%.

**TABLA 7**  
**EXPORTACIONES DE LOS SERVICIOS CREATIVOS COMPARADO CON LA EXPORTACIÓN DE OTROS SERVICIOS EN EL REINO UNIDO**

SECTOR	PORCENTAJE DE VARIACIÓN 2011-2012	PORCENTAJE DE VARIACIÓN 2009-2012
Manufacturas en insumos físicos pertenecientes a otros	18,90%	65,40%
Telecomunicaciones	16%	29,70%
Industrias creativas	11,30%	29,70%
Transporte	8,25%	26,30%
Construcción	6%	7,90%
Finanzas	-3,70%	3,40%
Economía total	2,80%	15,40%

Fuente: ONS Balance of Payments Pink Book  
 Elaborado por: DCMS  
 Recopilado por: Priscila Sulen

La balanza comercial en los bienes y servicios creativos mostro un déficit entre el período 2007-2008, sin embargo después de la crisis se mantuvo positiva hasta el año 2011, lo que indica que las industrias creativas siguieron exportándose al resto del mundo y continuaron con su crecimiento. Entre las categorías que incluye la UNCTAD para el análisis de los servicios creativos importados por el Reino Unido, están los servicios arquitectónicos, investigación, desarrollo, culturales, recreacionales, audiovisuales y otros servicios relacionados (UNCTADSTAT, 2014:1).

**TABLA 8**  
**IMPORTACIONES DE LOS SERVICIOS CREATIVOS EN EL REINO UNIDO**

En millones de libras esterlinas				
2007	2008	2009	2010	2011
16006	18064	7941	14660	14875

Fuente: UNCTADSTAT  
 Elaborado por: UNCTADSTAT  
 Recopilado por: Priscila Sulen

Según las estadísticas de la UNCTAD las exportaciones de los servicios creativos en el Ecuador, en el año 2012 fueron de 101 millones el doble de las exportaciones del año 2007. Los rubros incluyeron la movilización de personal, servicios culturales y recreacionales. Las importaciones para el año 2012 fueron de 210 millones de dólares, 40% más que en el años 2007. La balanza comercial de las industrias creativas en el Ecuador fue deficitaria con 109 millones de dólares (UNCTADSTAT et al, 2014:1).

**TABLA 9**  
**EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE LOS SERVICIOS CREATIVOS EN EL ECUADOR**

En millones USD		
AÑO	EXPORTACIONES	IMPORTACIONES
2007	44	126
2008	47	137
2009	54	151
2010	66	168
2011	82	188
2012	101	210

Fuente: UNCTADSTAT  
 Elaborado por: Priscila Sulen

### **3.2.2 Los bienes y servicios creativos en los mercados globales**

Las estadísticas internacionales del comercio de bienes y servicios creativos son un componente significativo para medir y evaluar el desarrollo de la economía creativa. En el mundo de la información y el conocimiento, los países buscan establecer alianzas estratégicas las cuales incluyan el acercamiento con socios creativos como personas, empresas y ciudades. Dentro de este marco, el Reino Unido está posicionado como uno de los destino de mayor atracción para realizar negocios sobre asuntos creativos debido a que sus industrias en esta área forman y crean coaliciones fuertes que hablan por sí mismas sobre su capacidad, volumen, diversidad cultural y multidisciplinariedad.

Cada sector del Reino Unido cuenta con una posición ya establecida en el ámbito internacional, por ejemplo dentro de la Unión Europea, el sector de televisión y radio es el mayor productor cuyos contenidos son superados solo por las exportaciones de Estados Unidos, la industria de publicaciones es la más grande en Europa además cuenta con el mayor número de estudios de juegos para computadoras en el continente y es el tercer productor en el mundo. El sector de la publicidad es el tercero más grande en el mundo después de Estados Unidos y Japón, el sector del cine es el segundo después de Estados Unidos, el tercero en el mercado de la música y segundo país es su exportación a nivel mundial. El diseño está en el puesto número cuatro después de EEUU, Japón y Corea, con Londres, catalogada como una de las cuatro ciudades de la moda junto con Milán, París y Roma (Department for Business, Innovation and skills, 2012: 84).

El Reino Unido es considerado como líder y pionero en el sector creativo, no obstante la presencia de otros países como Estados Unidos, países de Europa, China e India se hace más notoria en el contexto internacional, al contar con el apoyo de los gobiernos para fomentar su crecimiento. Para competir en el ámbito global, las conexiones y alianzas son claves para combatir con algunos problemas que dificultan el intercambio armónico de los bienes y servicios como por ejemplo la falta de protección y regularización de la propiedad intelectual, el difícil acceso al conocimiento local y entrar en las

cadena global de suministros. Las exportaciones a los mercados como el sureste de Asia y América Latina se incrementaron de manera exponencial a causa del crecimiento constante de la clase media en estos mercados lo que da como resultado un incremento en el presupuesto para gastos culturales, entretenimiento y ocio (UK Trade and Investment, 2014: 13).

Por ejemplo las asociaciones en materia de tecnología en el área del entretenimiento a través de los Foros de Innovadores de Tecnología (TIF-IN) enfocados en contenidos de televisión, cine, música y juegos, las alianzas con China en medios digitales y entretenimiento con la firma, en el año 2013, de un memorándum que promueve la creación de la federación de medios digitales, entretenimiento y comunicación, con el objetivo de obtener beneficios mutuos en materia de inversión (UK Trade and Investment et al, 2014: 13). Mediante otras estrategias como por ejemplo las misiones comerciales que se encargan de la realización de exposiciones como *Great Week*, que reúnen a todos los sectores creativos, atrae a un promedio de 20 millones de visitantes internacionales sirven para ayudar a las empresas a entrar en el ámbito internacional (UK Trade and Investment, 2015: 1).

El Ecuador tiene como punto principal en la agenda de comercio internacional, diversificar sus exportaciones y la actividad económica. El reconocimiento a nivel mundial de los productos derivados de las industrias creativas en el país no se compara con el que poseen países como el Reino Unido, Estados Unidos, Francia, entre otros y es carente de datos específicos sobre quiénes son los principales destinos de exportación y los montos respectivos como consecuencia del poco desarrollo e impulso. Un ejemplo claro es en el reporte del BID sobre el impacto económico de las industrias creativas en el continente americano el cual ubica al Ecuador en los últimos puestos en lo que se refiere a la exportación de bienes y servicios creativos. La inexistencia de cifras comparables a nivel regional que muestre la incidencia del Ecuador en las exportaciones en América Latina y el Caribe, confirma la falta de protagonismo en la zona frente a otros países como México, Brasil y Colombia.

### 3.2.3 Cadena de valor y los sistemas innovadores

El concepto de cadena de valor según Michael Porter se traduce en los procesos de una organización, en las ideas de ver la organización de la fabricación de los productos o servicios como un sistema compuesto por varios procesos de transformación y resultados los cuales determinan los costos y afectan de manera directa a las ganancias (University of Cambridge, s/f: 1). La cadena de valor de los productos creativos es multidimensional y compleja, con numerosos pasos de operación como por ejemplo proveedores de contenido, los dueños de los derechos intelectuales, producción y distribución. Empieza con la concepción de ideas innovadoras que se convertirán en bienes o servicios, los cuales aumentan su valor a través de los diferentes pasos hasta llegar a la instancia de marketing y distribución para el consumidor final.

En las industrias creativas, esta cadena puede variar en los diferentes sectores, por ejemplo en el cine los pasos que incluye son el desarrollo, la pre-producción, producción, post-producción, gestión de activos, marketing, distribución y exhibición, no obstante pueden presentar un esquema general que cumple con los siguientes pasos: la creación donde se define el contenido, la producción, la comercialización relacionada con el mercadeo y la identificación del precio, la exhibición mediante las cadenas de distribución e intermediarios y la valoración que se traduce en la retroalimentación o satisfacción del consumidor (Comfama, 2012: 15).

A diferencia de los productos de otros sectores económicos, el valor de los productos creativos se centra en aspectos intangibles que no se traducen de manera directa en el precio sino que pueden generar nuevas aportaciones o valor en el mediano o largo plazo (UNESCO, s/f: 2). El valor simbólico suele ser superior al valor funcional o material. Los precios dependen de las tendencias, gustos, modas o criterios, además pueden ser utilizados por varias personas, es por esto que se considera difícil impedir que la gente aproveche de estos servicios de forma inadecuada. Los activos que poseen las empresas creativas se caracterizan por ser en su mayoría intangibles como por ejemplo la propiedad

intelectual, lo que dificulta el acceso a préstamos por falta de garantías con bienes tangibles (Comfama, 2012: 15).

De acuerdo con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo, una empresa es catalogada como innovadora o creativa si ha implementado en los productos, procesos, en la organización y en las campañas de marketing el factor creativo. Las compañías creativas contribuyen también a innovar otros sectores, categorizado como efectos innovadores indirectos. La conexión con los clústeres refleja la necesidad de los actores de operar a través de redes para mantener relaciones estrechas con los proveedores, clientes y socios y para organizar de mejor manera la división del trabajo, la asignación de recursos y la toma de decisiones (Fraunhofer, 2012:8).

Las industrias creativas cumplen un rol fundamental en el cambio industrial al buscar y experimentar el uso de tecnologías emergentes para el desarrollo de sus productos integrados a las tendencias y a los diferentes estilos de vida, es por esto que la conexión con el internet está presente al hablar de los sectores creativos debido a que está diseñada para que la distribución de los bienes creativos sea interactiva al incorporar las sugerencias y comentarios de los clientes de manera rápida a los procesos, lo que contribuye al mejoramiento de los productos y servicios por ejemplo el software, diseños o los contenidos de publicidad.

### **3.3 Los impactos en el marco del desarrollo sostenible**

Según las Naciones Unidas, el desarrollo sostenible tiene como fin último *“garantizar las necesidades del presente sin comprometer las posibilidades de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”* (UN, 1987:15), el cual abarca un enfoque tripartito de sostenibilidad ambiental por medio de la conservación ecológica, social referente a la educación, equidad e igualdad y económica por medio del crecimiento cuantitativo, que busca utilizar recursos y energía renovables con el objetivo de que el desarrollo perdure en el tiempo. La cultura es considerada por algunos autores como Jon Hawkes como el cuarto pilar del desarrollo sostenible, en su libro *Los Cuatro Pilares de la Sostenibilidad (The*

*Fourth Pillar of Sustainability*) (2001:11), las sociedades no pueden carecer de cultura ni estar aisladas de ella porque es parte del proceso de inclusión y conectividad. Usada como instrumento económico e industrial, la cultura es un factor de expansión e incremento del consumo de varios productos artísticos (Marana, M., 2010:4).

Las industrias creativas buscan ser una opción de desarrollo sostenible, crean trabajo, riqueza social y económica, además ayudan a los países a establecer una mejor conectividad con la identidad nacional. Los sectores creativos generan productos y bienes finales, conocimientos e información, los cuales incentivan la innovación y contribuyen al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio. La importancia de las industrias creativas como sectores dinámicos aumentó con la demanda de los productos y con el nuevo enfoque de la creatividad como un recurso básico para el desarrollo. La revolución digital ha cambiado la forma en que los productos y servicios creativos son intercambiados al abrir nuevas oportunidades y mercados (ECOSOC, s/f: 1).

### **3.3.1 Impacto social y la educación**

La cultura y la creatividad se han convertido en fuerzas dinámicas en el mercado internacional, es necesario medir su impacto tanto en el aspecto económico como en el aspecto social. Dentro de los cuatro ejes del desarrollo sostenible está la esfera que incluye a la sociedad, impulsa el capital humano al optimizar las relaciones entre los individuos, grupos o instituciones dentro de una sociedad con el objetivo de mejorar la calidad de vida de los ciudadanos. La educación dentro de este parámetro es indispensable para poder transmitir a las personas los conocimientos que se necesitan para hacer frente a situaciones políticas y económicas, por ejemplo en los negocios, la educación es el pilar para el éxito y expansión de los mismos.

Las industrias creativas generan innovación, productividad, contribuyen al mejoramiento de la calidad de vida, fomenta la autoestima individual, estimulan nuevas ideas y pensamientos entre las comunidades, tienen el

potencial de hacer frente a la pobreza y reforzar la vitalidad urbana. La creatividad basada en la cultura es una característica esencial para la economía post-industrial por sus procesos eficientes de manufactura, los controles de costo y la tecnología necesitan cambios para ser competitivos en un mundo donde los servicios son iguales o más relevantes que la producción. Las industrias creativas tienen el componente de comunicar de manera efectiva con sus clientes, promueven el bienestar, crean nuevos estilos de vida y generan confianza y cohesión social (European Union Open Method to Coordination, 2012: 8)

El Reino Unido ha catalogado a la educación como uno de las principales causas del éxito de las industrias creativas. El sistema de escuelas de excelencia son centros que forman a los artistas, actores, músicos, diseñadores y programadores para satisfacer las necesidades de los consumidores y basar sus productos o servicios en calidad. Personas extranjeras, ven las oportunidades reflejadas en los estándares de la educación de este país para poder emprender en el ámbito creativo a futuro. Por ejemplo, el sector de la arquitectura tiene reputación global por el profesionalismo de sus trabajadores, los cuales son demandados en los mercados de Oriente Medio, Asia y América del Norte. El *Royal Institute of British Architects* es el encargado en este sector de establecer los estándares educacionales dentro del país y en el ámbito internacional (Creative Nation, 2014:3).

La educación en el ámbito creativo se la incentiva en el Reino Unido a través de tutorías, orientación profesional y campamento nacionales de habilidades. La estrategia es formar a las personas desde jóvenes y exponer el rango de actividades culturales y creativas para asegurar que tienen la oportunidad de desarrollar y expresar su talento en procesos de educación posteriores o como una carrera. Desde las escuelas se comienza a incentivar actividades que promueven la exploración creativa, seguido por la capacitación y la experiencia laboral. Con la implementación de diferentes academias como por ejemplo *Skillset's Screen and Media Academy Network*, *the Pervasive Media Studio* y *National Skills Academy for Creative and Cultural Industries* ofrecen la oportunidad a las personas de trabajar y aprender dentro de las industrias

creativas para que la siguiente generación pueda acceder a carreras creativas, independiente de sus orígenes para fomentar un sector sustentable a largo plazo (Nesta, s/f: 9).

Dentro del sistema de pasantías, desde el año 2013, se ofrecieron 5000 por año, distribuidas en varios sectores como por ejemplo en la *BBC*, *Royal Opera House*, *Universal Music* y *Tate Liverpool*. Otras estrategias implementadas por el gobierno son las conexiones con las escuelas y universidades para que ofrezcan materias creativas que les conecten con las industrias. En la campaña Nación Innovadora (*Innovation Nation*) se menciona que las industrias creativas contribuyen de manera significativa en la economía del país y en la vida cultural, además estimulan la innovación en todo el país, por ejemplo el diseño es fundamental para la creación de productos y servicios innovadores, la cual crea una conexión directa entre el gasto en diseño con el crecimiento de la productividad (Nesta, s/f:10).

Las universidades en el Reino Unido que ofrecen pregrados o maestrías en el ámbito de las industrias creativas son varias por ejemplo la Universidad de Birmingham, la Universidad de Sheffield, Leeds, Birkbeck, Kingston, Edinburh Napier, Chester con programas como Industrias Creativas y Políticas Culturales, Management en Industrias Culturales y Creativas, Diseño de Comunicación y Economía Creativas, Animación, Desarrollo de videojuegos, Publicidad y las Industrias Creativas, además los institutos especializados como la Universidad para Artes Creativas, la Escuela de Guildhal de Música y Drama, el Ballet Nacional, la Escuela Nacional de Cine y Televisión, entre otros, crean un sistema educativo fuerte que respalda el crecimiento de estos sectores (Creative Industries Federation, 2014: 1)

La educación es clave para el desarrollo social, la cual ofrece a los individuos habilidades y conocimientos para crecer como ciudadanos empoderados, la capacidad de crear estrategias innovadoras que afronten los retos del mundo contemporáneo fomenta la integración, la transmisión de valores culturales e incrementa la tolerancia. Por medio de la educación se promueve y valoriza la diversidad cultural al fomentar los talentos y la

creatividad. Dentro del Plan Nacional para el Buen Vivir de la República del Ecuador consta la inversión del gobierno en la educación con el fin de dar oportunidades a los ciudadanos de participar en los aspectos culturales, la sociedad y en la economía.

El 17% de las horas de instrucción en los dos primeros años del colegio, en el Ecuador, se destinan a la educación artística las cuales incluyen estimular el talento artístico y el desarrollo de productores y consumidores de servicios creativos y culturales lo cual influye en la creación de audiencia educada y culta en los ámbitos mencionados (UNESCO, s/f: 10). Los resultados recolectados por la UNESCO, muestran que en el Ecuador carece de cobertura de los campos creativos en los grados de educación técnica y superior. La falta de formación en estos ámbitos dificultan la dinámica de los sectores que a su vez compromete el desarrollo de empresas competitivas en el ámbito nacional e internacional (UNESCO, s/f: 10). La Universidad de las Artes es la única universidad en el Ecuador especializada en el aprendizaje e investigación sobre arte la cual ofrece programas relacionados con algunos sectores creativos como el cine y las artes visuales, artes escénicas y música (Universidad de las Artes, 2015:1).

### **3.3.2 Impacto, participación y difusión cultural**

La cultura dentro de las industrias creativas enriquece las vidas de los ciudadanos que forma parte del éxito de las naciones. Según la administradora del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, Helen Clark,

*“la cultura es a la vez un catalizador y un motor del desarrollo sostenible. Produce nuevas ideas y nuevas tecnologías que permiten a las personas responsabilizarse de su propio desarrollo que estimula la innovación y la creatividad, que impulsan un crecimiento integrador y sostenible”* (UNESCO, 2013:1).

Como se mencionó, la cultura puede ser catalogada como un subsector dentro del término de las industrias creativas, que tiene un aporte directo y valioso. La cultura como patrón de las actividades humanas se manifiesta en el estilo de vida de las personas, conectada la forma de pensar y actuar. La manera

en la que se perciben las cosas, los juicios, emociones y actitudes proporciona un sentido de identificación, la conexión con el ambiente, idioma, música con las artes, es indispensable para nuestro bienestar al proveernos de un sentido de pertenencia. Se dice que la cultura aporta al desarrollo sostenible por medio de la generación de empleos verdes y de la estimulación del desarrollo local (UNESCO 2015:1). En la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible Rio+20 se menciona que si el desarrollo mejora los estándares de vida, no se puede ignorar a la cultura como símbolo de identidad (UNESCO, s/f:1).

Según la Comisión Mundial para Cultura y Desarrollo (WCCD)<sup>8</sup>, la cultura de las sociedades no es estática ni invariable de lo contrario, está en un estado de constante flujo a la vez que es influenciada e influencia por otras expresiones y visiones. En el contexto de la globalización, la cultura junto con otros factores de la producción como el trabajo, el capital o la información son intercambiados. En el año 2009, la Unión Europea tuvo una balanza comercial cultural de 1.9 mil millones de los cuales los principales productos fueron libros y obras de arte. En el año 2010 representaron el 0.6% del total de las exportaciones y el 0.4% de los productos culturales importados desde el resto del mundo. Dentro de la participación en la exportación de productos culturales, el Reino Unido con 1,8%, Estonia 0,7%, Francia, Chipre, Letonia y Austria todos con 0,6% tuvieron el mayor porcentaje en el total de sus exportaciones (Open Method of Coordination: 2014:14).

A lo largo del siglo XX, el Reino Unido ha contribuido a la cultura internacional por medio de las exportaciones culturales representadas por la música, la televisión, videojuegos que son competitivas a nivel mundial. El arte y la cultura produjeron resultados que evidencian su contribución en los objetivos políticos identificados como prioritarios para el país como la reducción del índice de crímenes, aumento en los niveles educativos, salud y bienestar general. Algunos de los beneficios creados desde la cultura como la contribución

---

<sup>8</sup> Por sus siglas en inglés: World Commission on Culture and Development

al compromiso cívico y a la cohesión de la comunidad son difíciles de conceptualizar a nivel individual por su naturaleza social.

David Throsby, conocido como el economista cultural, se enfocó en explorar el valor de las artes y la cultura al reconocer seis elementos: el valor estético, espiritual, social, histórico, simbólico y la autenticidad. La noción del capital cultural fue otro concepto desarrollado por este autor que sugiere que las manifestaciones tangibles e intangibles de la cultura son de larga duración (Carnwath y Brown, 2014:38). Para evidenciar el impacto cultural en la sociedad, el gobierno del Reino Unido identificó tres variantes: la participación de las personas en las actividades artísticas y culturales, número de personas que asisten a eventos culturales y las visitas a museos, bibliotecas y a patrimonios.

Los resultados de los beneficios sociales de la cultura están clasificados según cuatro diferentes impactos, el primero es la salud cuyas cifras muestran que aquellos que asisten a eventos de arte son 5.4% más probables de tener buena salud, en cuanto a la educación el 14.1% de los estudiantes en alguna rama de arte demuestran intención en continuar con educación superior, en la economía el 12% de las personas desempleadas que forman parte de la audiencia cultural muestran haber buscado trabajo en las últimas cuatro semanas que aquellas personas sin trabajo que no asisten a eventos culturales. El cuarto impacto es en la participación civil, las cifras muestran que el 6% de las personas que están envueltas en el ámbito cultural y artístico como espectadores son más probables de haber realizado voluntariado o donaciones (Department for Culture Media and Sport, 2014: 9). El porcentaje promedio de las personas que participan en eventos culturales o artísticos o están involucrados de forma indirecta en esta área representa el 96% de la población (DCMS, 2011:5).

En el año 2013 el análisis del Centro de Ciencias Económicas e Investigación Empresarial (Centre for Economics and Business Research), mostró que el presupuesto para las artes del Reino Unido representaba el 0.1% del gasto público, sin embargo el sector aportó con 0.4% al PIB (The guardian, 2013:1), ingresos que provienen en su mayoría del turismo con un monto de 856 millones por año lo cual demuestra que el sector cultural es un atractivo turístico

para este país. Solo el sector cultural en el año 2011 creó 110.000 trabajos directos lo que representó el 0.45% del empleo total en el Reino Unido y los indirectos sumaron 150.300.

En el Ecuador la cultura es fundamental para el desarrollo de la soberanía cultural la cual afirma que *el cambio de la matriz productiva con la contribución de las industrias culturales nacional coadyuvaría al cambio de matriz cultural dominante*. La concepción del término cultura incluye las prácticas, las expresiones culturales, el patrimonio que se transforman en medios para la creación y transmisión de valores que dan sentido al desarrollo. Además de contar con dimensiones estéticas y simbólicas, la cultura influye en el ámbito socioeconómico como por ejemplo el fomento de la diversidad cultural a través de la conformación de identidades, la generación de contenidos, define la forma de consumo y de organización, la inversión cultural genera efectos multiplicadores en la economía que influye en las externalidades que trascienden en la sociedad (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2013:1).

En un sondeo realizado por la UNESCO, determinó que 8.4% de los participantes mayores de 12 años, participaron en diversas actividades culturales como teatros, cines, conciertos, museos y festivales. Este porcentaje indica un porcentaje bajo de participación cultural. Del porcentaje total, el 63.3% de las personas encuestadas provenía de zonas urbanas mientras que el 36.7% eran de zonas rurales lo que evidencia un acceso inequitativo (UNESCO et al, s/f: 14).

### **3.3.3 Impacto medioambiental y el bienestar**

Los aspectos negativos del mundo industrial es el impacto ambiental reflejado en el cambio climático, la escasez del agua, los desechos y la contaminación. A parte de la innovación como elemento fundamental para el desarrollo existen otras estrategias con las cuales las empresas pueden sobrevivir, crecer y ser competitivas. Las tendencias a lo sustentable y amigable con el ambiente toman la delantera, se estima que en el mundo el mercado verde que promueve el desarrollo sustentable genera 3.2 billones de dólares, en el Reino Unido el consumo de productos y servicios verdes representa 36 mil

millones, más grande que la industria del alcohol y del tabaco juntas (Forum for the future, 2010: 4).

El balance de la naturaleza es afectado de manera significativa por la cantidad de dióxido de carbono provocado por las actividades del ser humano. Los gases invernaderos provocan que las temperaturas incrementen y atrapen el calor en la atmósfera. El cambio climático afecta varias áreas como el medio ambiente, derechos humanos, economía, democracia, igualdad y a la sociedad (the Guardian, 2013: 1). En el Reino Unido, las emisiones de carbono se generan en su mayoría dentro de cinco grupos, el primero es en el hogar que representa un 25% del total de emisiones de carbono que incluye la calefacción, luz, energía, el transporte con 22%, la producción de comida y su distribución con 18%, el consumo de otros productos y servicios excluidas la comida y las bebidas con un 12% y las emisiones indirectas con un 23%.

Las industrias creativas y culturales son consideradas como alternativa para disminuir las emisiones de carbono con la creación de tecnologías innovadoras amigables con el medio ambiente que a su vez proporcionen ventajas comerciales para incrementar la competitividad de las empresas. El informe realizado por *Forum for the Future*, una organización internacional sin fines de lucro que trabaja con las empresas, gobiernos y organizaciones alrededor del mundo para solucionar problemas relacionados al cambio climático, publicó que las actividades de las industrias creativas en el ámbito de la sustentabilidad en el Reino Unido se enfocan en tres áreas (Forum for the future, 2010: 7).

La primera menciona que las industrias creativas trabajan para reducir la huella ambiental directa al incentivar iniciativas como foros y campañas en algunos sectores como en la música, cine y arquitectura sobre como las empresas creativas pueden reducir sus impactos ambientales. Un ejemplo concreto es la producción de la película *La Era de la Estupidez*, la cual fue producida con solo el 1% en comparación con las emisiones de Hollywood en la película *El día después de mañana*. Según este informe, al adherir esta prácticas ambientales a los procesos se logra reducir el costo del manejo de los negocios lo cual aumenta

la eficiencia en el mediano y largo plazo a la vez que se reduce el consumo de energía (Forum for the future, 2010: 7).

La segunda área es el trabajo para promover la persuasión creativa en la sociedad. El rol de las industrias creativas en el aspecto sostenible no se limita en velar por el medio ambiente de manera directa sino también influenciar el comportamiento e inspirar nuevos estilos de vida. Varios de los negocios creativos usan esta influencia, identificada como persuasión constructiva, como medios de innovación para mantener un comportamiento sustentable activo, deseable en los consumidores. La tercera área es la promoción de la tecnología y la innovación para la sustentabilidad con el objetivo de fomentar la competitividad en el Reino Unido. Los sectores creativos tienen una trayectoria en la adaptación de la tecnología para obtener beneficios comerciales, los datos muestran que los mercados digitales crecieron a la par con la adopción de nuevas tecnologías, la adaptación al comercio digital, publicidad en internet y comunicación móvil los cuales mejoran procesos como el desarrollo de productos, servicios, canales de distribución y modelos de negocios (Forum for the future, 2010: 7).

En este capítulo se puede evidenciar a través de métodos cuantitativos y cualitativos el aporte de las industrias creativas como elemento estratégico de crecimiento económico sostenible generadoras de fuentes de trabajo, innovación y desarrollo que incluye esferas sociales, ambientales y culturales para el Reino Unido y el Ecuador. Su participación en la economía, en las exportaciones, las conexiones internacionales, el impacto social en ámbitos como la educación, la difusión cultural y el bienestar ligado al impacto medioambiental reafirman el efecto que poseen dentro del desarrollo sostenible y sustentable para los países en estudio.

## VI. ANÁLISIS

Los contenidos de los capítulos precedentes se interconectan con la finalidad de cumplir con el objetivo general propuesto que es el de comparar el desarrollo e influencia de las industrias creativas en la economía sostenible, al tomar en cuenta el apoyo del sector público y privado para la generación de políticas públicas en el Reino Unido y en el Ecuador. El desarrollo de este trabajo de investigación toma a consideración la necesidad de introducir el concepto de industrias creativas como factor de competitividad, debido a que a partir de la concepción clara se puede proceder a analizar las acciones que toman los gobiernos de los dos países para el desarrollo de éstas y compararlos.

Las industrias creativas a pesar de ser un concepto originado en los años 90 del siglo XX, sin una evolución representativa, constituyen una alternativa para los país para alcanzar el desarrollo sostenible en los ámbitos económicos, sociales, ambientales y culturales que varios de ellos sobre todo países desarrollados han entendido como adaptarlo al propio desarrollo y fortalecer su potencial como estrategia política y económica. Se puede argumentar que el éxito y reconocimiento de los productos y servicios creativos del Reino Unido en el mundo se debe a la temprana adaptación de este concepto en la política del gobierno de turno al crear la primera clasificación de los sectores que conforman estas industrias fundamentada en mapeos que verifican y muestran los logros alcanzados.

Los conceptos de industrias creativas varían en cada país o región, mientras en el Reino Unido están compuestas por trece sectores que son la publicidad, arquitectura, arte, artesanías, diseño, moda, cine, música, artes escénicas, editorial, software, televisión y videojuegos, para los países de América Latina estas industrias incluyen a los juguetes, la escultura o la gastronomía lo que depende de las necesidades de los países. Varias organizaciones internacionales e instituciones como las Naciones Unidas, el Ministerio de Cultura, Medios de Comunicación y Deporte del Reino Unido, el Banco Interamericano de Desarrollo, entre otros, adaptaron este término a las

realidades de cada país o región al observar las oportunidades y fortalezas que cada uno de ellos tiene.

Se puede observar un lazo estrecho entre el desarrollo de las industrias creativas y el apoyo del sector público y privado. Las industrias creativas en el Reino Unido se favorecen de las políticas emitidas por este país reflejado en el retorno económico y social que apunta al desarrollo en un largo plazo. Por otra parte al no haber variedad de políticas que incentiven el manejo de este concepto, el desarrollo se ve limitado y en varios casos desalentador como se presentan las industrias creativas en el Ecuador, entonces el desarrollo va de la mano con la emisión de políticas que satisfacen las necesidades de los ciudadanos y la industria.

A partir de los mapeos realizados por el Reino Unido, la concientización y visualización de las industrias como parte del modelo de desarrollo innovador para el país, contaron con el aumento de los esfuerzos entre el sector público y privado. El Reino Unido al ser uno de los pioneros en incluir a las industrias creativas dentro de su modelo de desarrollo sostenible, tiene avance y liderazgo en el ámbito nacional e internacional. El trabajo en conjunto se refleja en la organización para la gestión de políticas públicas, la recolección de información, datos estadísticos y la representación de estos sectores con el fin de ofrecer mejores opciones y oportunidades a aquellos negocios creativos de manera especial a las pequeñas, medianas empresas que son las que conforman de manera mayoritaria a estos sectores, las cuales transmiten un sentido de integración e inclusión social, uno de los aspectos que forman parte del desarrollo sostenible. Los esfuerzos de dichos sectores reflejan el interés de las industrias en sobresalir y del estado en mantener su apoyo

El aspecto social que las industrias creativas llevan inmerso no se concentra de manera única en las personas que se dedican a crear y producir los productos sino también a aquellas que son las receptoras de los mismos como por ejemplo las audiencias en conciertos, artes escénicas, música, debido a que el valor intangible supera su valor monetario al perdurar en el tiempo. Como se mencionó durante este trabajo de investigación, los efectos de la cultura en las

personas van desde el sentimiento de pertenencia, apropiación, felicidad, enriquecimiento y conocimientos. El Reino Unido demostró mediante una encuesta a la sociedad los beneficios conectados de forma directa a la salud y el bienestar de las personas que de una u otra forma se mantienen conectadas al mundo creativo.

Las campañas y las estrategias pensadas en torno a las industrias del Reino Unido, incentivan a la población a consumir y valorar lo nacional, además infunden el sentimiento de apreciación por lo intangible y la conexión con el avance tecnológico. Tener conciencia sobre el potencial de los sectores creativos, permite direccionar las estrategias en pro de su desarrollo, lo cual representa un reto para el Ecuador por la falta de conocimiento por parte de la población sobre las industrias creativas convirtiéndose en el problema principal.

Las industrias creativas están entrelazadas de manera directa a la era del conocimiento e información por las conexiones que estos sectores necesitan para poder desarrollarse, ser competitivos a través de las capacidades tecnológicas y la importancia que se le otorga a lo intangible como las ideas, la creatividad y la innovación. La desventaja que tienen las industrias creativas en el Ecuador es que el término no se lo ha adaptado. Al no estar interiorizado las personas no conocen sobre las ventajas que se podrían aprovechar. La concepción de la cultura pura sin adecuaciones ni adaptaciones a las demandas del mundo, dentro del periodo a investigar, no es competitiva. La tecnología y la educación son fundamentales para poder transformar la cultura pura en instrumento de generación de ingresos. Es una desventaja para el Ecuador no evolucionar el concepto de industrias culturales a industrias creativas debido a que algunos factores como los tecnológicos se los ubica en segundo plano sin saber que es la clave para ser más competitivos.

La cultura identifica a las naciones, es un aspecto principal dentro del desarrollo sostenible. El Reino Unido aprecia su cultura y está consciente de que es parte fundamental de las industrias creativas. A través de las exportaciones, el Reino Unido puede dar a conocer al mundo su riqueza cultural por ejemplo representada en la calidad de los bienes y la excelencia de sus servicios o a

través del contenido de sus películas. Varios países de América Latina han incursionado en la exportación de sus productos creativos como emblema de sus culturas como por ejemplo la gastronomía peruana. Las industrias creativas del Ecuador a nivel mundial no cuentan con reconocimiento lo cual influye en el entusiasmo de emprender en estos sectores por parte de la población.

El Ministerio de Cultura y Patrimonio empezó a realizar conexiones y alianzas con países de la región y con externos, la cuenta satélite cultural también es un avance para el Ecuador, si comparamos la dedicación y la organización de estos países se puede decir que la ventaja del Reino Unido sobre el Ecuador se refleja en años de experiencia. Mientras que el Ministerio de Cultura, Medios de Comunicación y Deporte genera documentos cada mes sobre las industrias creativas como los boletines estadísticos, estimaciones económicas, noticias con respecto a programas y proyectos, oportunidades de financiamiento, por otro lado encontrar información sobre lo que se realiza dentro de los sectores creativos es difícil de obtener los cuales en su mayoría tratan temas enfocados sólo en las industrias culturales.

Los esfuerzos en cuanto a fomentar las industrias creativas en un marco legal que protege y estimula la evolución de estos sectores. La piratería en el Ecuador y la falta de cultura artística por el trabajo que se realiza, en especial de aquellos bienes y servicios intangibles, desincentiva el emprendimiento. El resultado del manejo de las políticas públicas se ve reflejado en indicadores micro y macroeconómicos de las industrias creativas en el Reino Unido, como por ejemplo la generación de trabajo, el Valor Agregado, el Producto Interno Bruto y la balanza de pagos.

El motor económico es uno de los pilares del desarrollo sostenible que se opone al pensamiento de un crecimiento económico sin límites y destructivo, al introducir condiciones a largo plazo que no comprometan el futuro de las generaciones venideras. Los datos económicos mundiales sobre los sectores creativos muestran su dinamismo internacional y su potencial, en el Reino Unido esta realidad es semejante. La generación de empleo directo e indirecto, los ingresos, la curva de crecimiento, la inversión y las exportaciones incentivan a la

población a seguir con una carrera dentro de estas áreas y al gobierno para seguir con el apoyo y crear estrategias a futuros.

Los datos en el caso del Ecuador son desalentadores para la población que se interesa por estas industrias debido a que la información no está tabulada ni compartida al público en general ya sea por la falta de datos o el orden de prioridad para el sector público. Los datos del Ecuador utilizados para esta investigación fueron recolectados por su mayoría de fuentes externas al gobierno ecuatoriano como por ejemplo el análisis de las industrias creativas de la UNESCO, reportes del BID, entre otros. El Ecuador carece de investigación propia y de recolección de cifras estadísticas que muestran el avance es estas industrias. El gobierno se basa en un discurso de cambio de la matriz productiva pero no se han dedicado a pensar ni dirigir esfuerzos hacia las industrias creativas como estrategia para llevar a cabo este objetivo.

Las industrias creativas en el Reino Unido en cuanto a su aporte económico ha logrado ubicarlas entre los sectores con mayor crecimiento, esto junto con la importancia en el aspecto social y las nuevas tecnologías que se intercambian en el mundo contemporáneo para alcanzar un desarrollo medioambiental sostenible constituyen los aspectos de mayor relevancia. Al comparar todos los aspectos con las industrias creativas en el Ecuador, proporciona una idea real de la situación, hace visible la importancia de adaptar el término a la política nacional y abre fronteras de oportunidades innovadoras.

## VII. CONCLUSIONES

Las evidencias encontradas en la investigación muestran que la hipótesis: la comparación de las políticas públicas de los gobiernos de los países con el sector privado, demostrarían el adelanto de los sectores que conforman las industrias creativas, la focalización, posicionamiento y competitividad nacional e internacional como estrategia de desarrollo sostenible lo que permitiría el crecimiento económico y la difusión de la cultura como factor de exportación del Reino Unido y el Ecuador, se cumple en su totalidad. La validez de la hipótesis se fundamenta en la importancia que presenta la organización con el trabajo en conjunto entre el sector público y privado en cuanto a la relación directa con el desarrollo de las industrias creativas. A continuación se presentan los argumentos que sustentan la conclusión general:

- Se puede mencionar que las industrias creativas en el Ecuador en comparación con las del Reino Unido presentan varias deficiencias como la difusión del término y su concientización por parte de la población lo que da como resultado la falta de interés que dificulta el desarrollo de las mismas. Las cifras en el aspecto económico muestran los resultados de la importancia del apoyo y organización de los gobiernos con el sector privado y las oportunidades que están inmersas como resultado del desarrollo de estos sectores, una estrategia que tiene como objetivo contrastar problemas como el desempleo, la exclusión social y la pobreza.
- Uno de los mayores problemas para los países en vías de desarrollo incluido el Ecuador radica en la falta de conocimiento de este sector económico, en la clasificación y adaptación de estos términos. Como se ha mencionado a lo largo de esta investigación, es necesario que los países conozcan sus fortalezas para incluirlas a este concepto y crear uno que satisfaga las necesidades de los ciudadanos.
- El flujo de información es un componente clave para que los ciudadanos se familiaricen con el término, conozcan sobre las oportunidades y beneficios que estas industrias ofrecen, las políticas implementadas por ambos países para el

desarrollo de las industrias creativas. Sobre este aspecto se observa que la realidad del Ecuador frente a la del Reino Unido es diferente y se concluye al decir que el Ecuador al no contar con informes o boletines con cifras referentes a las actividades e influencia de las industrias creativas en la economía y en la sociedad, que se encuentren al alcance de los ciudadanos, dificulta el desarrollo de las mismas, contrario a lo que ocurre en el Reino Unido que a través de los diferentes documentos relacionados con las industrias creativas como estadísticas, proyecciones, estrategias, objetivos a corto, mediano y largo plazo, la población puede darse cuenta de las oportunidades para emprender e invertir que los sectores creativos ofrecen.

- Al comparar los países de estudio, el Ecuador tiene un retraso significativo en cuanto a la interiorización de estas industrias en los planes y políticas nacionales. A pesar de que la cultura y las industrias culturales forman parte del Plan Nacional del Buen Vivir y de la Revolución Cultural, los avances y logros de objetivos están difusos lo que conlleva a la formulación de disyuntivas como la desconfianza sobre si en verdad se llevan a cabo proyectos que tienen impacto nacional.
- El término de industrias creativas en el Ecuador, si se lo compara con la importancia que tiene en el Reino Unido, es primitivo al dejar de lado sectores y factores claves para la competitividad en el ámbito internacional como la tecnología y la especialización debido a que en la ideología común en especial de la región latinoamericana, las profesiones relacionadas con la cultura y la creatividad son débiles, tiende a tener poco valor remunerativo a causa de la relación difusa entre cultura, creatividad y economía lo que repercute en la apreciación de lo intangible sobre lo material.
- La creación de un ambiente dinámico que contribuya a la generación de ideas es un elemento que forma parte del desarrollo de las industrias creativas, el fomento de la inclusión social por medio del diálogo intercultural y la regeneración urbana. Mientras que el gobierno central del Reino Unido junto con el apoyo de los gobiernos seccionales formulan estrategias para la ampliación y reconstrucción de ciudades creativas que acojan a artistas, investigadores,

diseñadores que faciliten el intercambio de ideas y la conexión entre los actores de la cadena de valor, en el Ecuador los espacios destinados para la generación de los productos creativos es escasa ya que no hay apoyo para fomentar la creación de lugares que agrupen a los emprendedores de nuevas ideas lo que dificulta la concentración y la necesidad de formar parte de una red que conecte personas en el ámbito creativo.

- Uno de los puntos principales es en ámbito internacional cuyas conclusiones referentes al Reino Unido afirman la organización del gobierno y de las industrias en fomentar estrategias internacionales a mediano y largo plazo en comparación con los limitados planes de gobierno ecuatoriano para la fomentación de los intercambios internacionales de los productos y bienes creativos. Si se compara las conexiones del Reino Unido con el mundo a través de las diferentes redes creativas con las del Ecuador se puede afirmar la falta de dinamismo por parte del gobierno ecuatoriano en incursar en el ámbito internacional con la creación de nuevas conexiones.
- Los bienes y servicios creativos del Reino Unido tienen posicionamiento a nivel mundial y sus industrias se ubican en los primeros puestos en cuanto a ingresos y calidad. Por otra parte los productos ecuatorianos tienen poco o nulo reconocimiento por la falta de fomentación del gobierno y el poco interés por parte de los ciudadanos en emprender en estas industrias.
- En el Ecuador se percibe inseguridad al momento de emprender en negocios creativos ya sea por la falta de políticas que respalden y fomenten estos sectores, por la falta de información referente a los beneficios económicos y sociales que poseen o por la escasez de apoyo financiero como préstamos y subvenciones.

## **VIII. RECOMEDACIONES**

- Difundir y dar a conocer, por parte del gobierno ecuatoriano, a la sociedad la importancia de las industrias creativas como opción para el cambio de la matriz productiva y como estrategia política para alcanzar el desarrollo sostenible en los ámbitos económicos, sociales, ambientales y culturales para contrarrestar problemas socio-económicos como pobreza y falta de empleo.
- Fortalecer el conocimiento de los ciudadanos ecuatorianos sobre las ventajas que ofrecen las industrias creativas en el ámbito nacional e internacional por medio de la generación de información por parte del gobierno ecuatoriano a través de mapeos, boletines estadísticos, noticias, cuadros comparativos y cifras que muestren la realidad de las industrias creativas en el Ecuador que incluyan sus fortalezas y debilidades.
- Incentivar por parte del Ministerio de Cultura y Patrimonio la generación de boletines, estadísticas, mapeos que muestren las cifras del estado de las industrias creativas en el país con la finalidad de fomentar la participación ciudadana mediante el emprendimiento en estos sectores.
- Impulsar por parte del gobierno ecuatoriano la creación de una red de emprendimiento creativo que agrupe varios sectores que tenga como objetivo la recolección de cifras y estadísticas.
- Crear por parte del gobierno ecuatoriano programas y estrategias sobre las industrias creativas que contengan objetivos específicos que cuenten con procesos de seguimiento y evaluación.
- Fomentar las industrias creativas por parte del gobierno ecuatoriano como alternativa a la economía tradicional basada en pocos productos primarios, a través de campañas de concientización que eliminen el paradigma de que la cultura y la creatividad no son elementos generadores de ingresos.

- Generar políticas de estado para incentivar a los jóvenes ecuatorianos para que sigan carreras relacionadas a estos sectores con la finalidad de añadir a la producción creativa elementos como el conocimiento y la tecnología que promueven la diferenciación y aumentan la ventaja comparativa a través del valor agregado.
- Fomentar el interés por parte de la academia ecuatoriana para el seguimiento y fomentación de las industrias creativas como fuente de desarrollo económico, social, ambiental y cultural.
- Fomentar la creación de clústeres creativos que agrupen personas que posean los mismos intereses y visiones para facilitar la interconexión entre los proveedores, creadores, investigadores, inversores y clientes.
- Impulsar la exportación de los bienes y servicios creativos por medio de la participación en ferias, foros, conferencias internacionales como estrategia económica y difusión cultural.
- Fomentar la organización por parte del sector privado de las industrias creativas ecuatorianas con la finalidad de crear una institución que apoye a las necesidades y desafíos que estos sectores presentan además que sirva como un lazo conectivo con el sector público para incentivar el trabajo en conjunto en la emisión de políticas públicas que brinden estabilidad a los negocios creativos.
- Crear un marco jurídico por parte del gobierno ecuatoriano que brinde seguridad a los emprendimientos e incentive la producción de bienes y servicios creativos como con la creación de nuevas leyes que incentiven la producción nacional.
- Destinar fondos por parte del gobierno ecuatoriano con el objetivo de proporcionar formas de financiamiento para las pequeñas y medianas empresas en el área creativa como la adquisición de préstamos, incentivos monetarios, donaciones o subvenciones.

## LISTA DE REFERENCIAS

### Libros

- Lazzaretti, L. Creative Industries and Innovation in Europe. Inglaterra, Oxon: Routledge
- Henry, C. Entrepreneurship in the creative industries. Reino Unido, Glos: MPG Books ltd
- Potts, J. (2011). Creative industries and Economic Evolution. Reino Unido, Cheltenham, EE.
- Barrowclough D. y Kozul-Wright. Creative Industries and Developing Countries. Inglaterra, Oxon: Routledge
- Bell, D. (1973). *The Coming of Post-Industrial Society*. New York: Basic Books.
- Davies, R. y Sigthorsson, G. (2013). *Introducing the Creative Industries From Theory to Practice*. Inglaterra, Londres: SAGE.
- Sen, A. (1999). *Development as freedom*. New York: Anchor Books.

### Entrevistas

- Salgado, P. Periodista y escritos. Gerente general de la Corporación La Gran Manzana, 2015. Industrias creativas en el Ecuador
- Bedón, F. Coordinador de proyectos culturales UNESCO Quito, 2015. Industrias creativas en el Ecuador
- Flores, D. Director de Regulación y Control de emprendimientos culturales en el Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador, 2015. Industrias creativas en el Ecuador

### Web

- Agencia Pública de noticias del Ecuador y Suramérica, (2015). Ecuador se une a los 11 países del mundo con Indicadores UNESCO de Cultura y Desarrollo. Recuperado de:  
<http://www.andes.info.ec/es/noticias/ecuador-une-11-paises-mundo-indicadores-unesco-cultura-desarrollo.html>
- Bagwell, S., (2008), Creative clusters and city growth. Recuperado de:  
[http://www.citiesinstitute.org/library/b46466\\_3.pdf](http://www.citiesinstitute.org/library/b46466_3.pdf)

- Banco Central del Ecuador. (2014). Exportaciones por grupos de productos. Recuperado de <http://www.bce.fin.ec/index.php/publicaciones-de-banca-central3>
- BID, (2014). La OEA, el BID y el Consejo Británico presentan el informe "El impacto económico de las industrias creativas en las Américas". Recuperado de: <http://www.iadb.org/es/noticias/comunicados-de-prensa/2014-01-16/impacto-economico-de-las-industrias-creativas,10735.html>
- BID, (s/f). The Economic Impact of the Creative Industries in the Americas. Recuperado de: <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=38370643>
- British Film Commission. (2014). Made in the UK. Recuperado de <http://www.britishfilmcommission.org.uk/made-in-the-uk/>
- British Council, (2010). Mapping the creative industries: a toolkit. Recuperado de: [http://www.acpcultures.eu/\\_upload/ocr\\_document/BRITISH%20CO NCIL\\_MappingCreativeIndustriesToolkit\\_2-2.pdf](http://www.acpcultures.eu/_upload/ocr_document/BRITISH%20CO NCIL_MappingCreativeIndustriesToolkit_2-2.pdf)
- Buitriago, F. y Duque, I. (2013). La Economía Naranja. Recuperado de <http://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/3659/La%20econom%20naranja%3a%20Una%20oportunidad%20infinita.pdf?sequence=4>
- Carnwath, J y Brown, A. Understanding the value and impacts of cultural experiences. Recuperado de: [http://www.artscouncil.org.uk/media/uploads/pdf/Understanding\\_the\\_value\\_and\\_impacts\\_of\\_cultural\\_experiences.pdf](http://www.artscouncil.org.uk/media/uploads/pdf/Understanding_the_value_and_impacts_of_cultural_experiences.pdf)
- CBI, (2015). Industrial strategy. Recuperado de: <http://www.cbi.org.uk/campaigns/industrial-strategy/>
- Comunidad Andina, (s/f). Industrias Culturales. Recuperado de: <http://www.comunidadandina.org/Seccion.aspx?id=185&tipo=TE&title=industrias-culturales>
- Cerbino, M. y Rodríguez, A. (s/f). Industrias culturales y tlc: ¿es posible una “excepción cultural” ecuatoriana?. Recuperado de [http://www.flacsoandes.edu.ec/comunicacion/aaa/imagenes/publicaciones/pub\\_183.pdf](http://www.flacsoandes.edu.ec/comunicacion/aaa/imagenes/publicaciones/pub_183.pdf)
- Centro Cultural del BID, (2015). Programa de Desarrollo Cultural. Recuperado de: <http://www.iadb.org/es/temas/cultura/cultural-center/programa-de-desarrollo-cultural,1671.html>
- Centro de Comercio Internacional, (s/f). Industrias Creativas. Recuperado de: <http://www.intracen.org/itc/sectores/industrias-creativas/>

CI, (2012). Five reasons to choose the uk's creative industries. Recuperado por:  
<http://www.thecreativeindustries.co.uk/uk-creative-overview/why-the-uk>

Comfama, (2012). Revisión conceptual: Industria creativa y cultural.  
Recuperado de:  
<http://www.culturaemedellin.gov.co/sites/culturae/ciudade/Documents/entro%20de%20pensamiento/Revisión%20conceptual%20sobre%20la%20industria%20cultural%20y%20creativa.pdf>

Compendium, (2011). 4.2.3 Cultural/creative industries: policies and programmes. Recuperado de:  
<http://www.culturalpolicies.net/web/unitedkingdom.php?aid=423>

Creative England, (2015). Creative England awarded £8m to boost the Creative Industries. Recuperado de:  
<http://www.creativeengland.co.uk/story/creative-england-awarded-8m-to-boost-the-creative-industries>

Creative Finance Network, (s/f). Sources of Finance. Recuperado de:  
<http://creativefinancenetwork.co.uk/sources-of-finance/>

Creative Industries. (2014). UK to the world advertising. Recuperado de  
<http://www.thecreativeindustries.co.uk/industries/advertising/advertising-why-the-uk>

Creative Industries Economic Estimates, (2015). January. Recuperado de:  
[https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/394668/Creative\\_Industries\\_Economic\\_Estimates\\_January\\_2015.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/394668/Creative_Industries_Economic_Estimates_January_2015.pdf)

Creative nation, (2014). A guide to the UK's world-leading creative industries.  
Recuperado de:  
[https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/99021/UKTI\\_Creative\\_Industries\\_Brochure\\_March\\_2014.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/99021/UKTI_Creative_Industries_Brochure_March_2014.pdf)

Creativeskillset, (2014). Creative Industries invest £37m in world-class skills and talent. Recuperado de:  
[http://creativeskillset.org/news\\_events/press\\_office/3028\\_creative\\_industries\\_invest\\_37m\\_in\\_world-class\\_skills\\_and\\_talent](http://creativeskillset.org/news_events/press_office/3028_creative_industries_invest_37m_in_world-class_skills_and_talent)

Creative Revolution, (2015). Creative Britain. Recuperado de:  
[http://theideafeed.com/creative\\_economy/?page\\_id=112](http://theideafeed.com/creative_economy/?page_id=112)

DCMS, (s/f). Creative industries. Recuperado de:  
[http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20121204121750/http://www.culture.gov.uk/what\\_we\\_do/creative\\_industries/default.aspx#Creative](http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20121204121750/http://www.culture.gov.uk/what_we_do/creative_industries/default.aspx#Creative)

DCMS, (2006). Developing Entrepreneurship for the Creative Industries.  
Recuperado de:

<http://dera.ioe.ac.uk/7625/1/agendum19adcmscreativeindustriesdivisiondevelopingentrepreneurshipforthecreativeindustries-.pdf>

DCMS, (2011). International comparisons of public engagement in culture and sport. Recuperado de:

[https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/7843/Int\\_comparisons\\_public\\_participation\\_in\\_culture\\_and\\_sport\\_Aug2011.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/7843/Int_comparisons_public_participation_in_culture_and_sport_Aug2011.pdf)

Department for Business, Innovation and Skills, (2012). UK trade performance across markets and sectors. Recuperado de:

[https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/32475/12-579-uk-trade-performance-markets-and-sectors.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/32475/12-579-uk-trade-performance-markets-and-sectors.pdf)

Department for Culture, Media and Sport, (2001), Creative Industries Mapping Documents 200. Recuperado de:

<https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2001>

Department for Culture, Media and Sport, (2014). Creative Industries: Focus on Employment June 2014. Recuperado de:

[https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/24530/Creative\\_Industries\\_-\\_Focus\\_on\\_Employment.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/24530/Creative_Industries_-_Focus_on_Employment.pdf)

Department for Culture, Media and Sport, (2014). Creative Industries Economic Estimates January 2014. Recuperado de:

[https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/271008/Creative\\_Industries\\_Economic\\_Estimates\\_January\\_2014.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/271008/Creative_Industries_Economic_Estimates_January_2014.pdf)

Department for Culture, Media and Sport, (2014). Creative Industries worth £8million an hour to UK economy. Recuperado de:

<https://www.gov.uk/government/news/creative-industries-worth-8million-an-hour-to-uk-economy>

Department for Culture Media and Sport, (2014). Quantifying the Social Impacts of Culture and Sport. Recuperado de:

[https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/304896/Quantifying\\_the\\_Social\\_Impacts\\_of\\_Culture\\_and\\_Sport.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/304896/Quantifying_the_Social_Impacts_of_Culture_and_Sport.pdf)

ECOSOC, (s/f). “Sustainable Creative Industries – the enabling role of intellectual property rights”. Recuperado de:

[http://www.un.org/en/ecosoc/julyhls/pdf13/hls\\_issue\\_note\\_wipo\\_sci.pdf](http://www.un.org/en/ecosoc/julyhls/pdf13/hls_issue_note_wipo_sci.pdf)

Economía creativa, (2011). Economía creativa: ¿una opción de desarrollo factible?. Recuperado de:

<https://arteyeconomiacreativa.wordpress.com/2011/03/10/economia-creativa-¿una-opcion-desarrollo-factible/>

- El emprendedor. (2014). Videojuego ecuatoriano presentado en Los Ángeles. Recuperado de <http://www.elemprendedor.ec/videojuego-ecuatoriano-presentado-en-los-angeles/>
- Era-europe, (s/f). Commons committee report highlights threat to creative industries . Recuperado de: <http://www.gera-europe.org/news/industry-news/commons-committee-report-highlights-threat-to-creative-industries.aspx>
- Euler Hermes, (2015). 3 changes in country risk ratings. Recuperado de: <http://www.eulerhermes.com/mediacenter/Lists/mediacenter/documents/Infographic-country-risk-map-Q1-2015.pdf>
- European Union Open Method of Coordination, 2012. European agenda for culture work plan for culture 2011-2014. Recuperado de: [http://s3platform.jrc.ec.europa.eu/documents/10157/0/120420%20CCI20Policy%20Handbook%20\(FINAL\).pdfç](http://s3platform.jrc.ec.europa.eu/documents/10157/0/120420%20CCI20Policy%20Handbook%20(FINAL).pdfç)
- Ferkiss, V. (s/f). Daniel bell's concept of post-industrial society: theory, myth, and ideology. Recuperado de [http://www.mmisi.org/pr/09\\_01/ferkiss.pdf](http://www.mmisi.org/pr/09_01/ferkiss.pdf)
- FLACSO-MIPRO Centro de Investigaciones de la Pequeña y Media Empresa (2012). Impactos macroeconómicos de la crisis internacional en el Ecuador. Recuperado de [http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Impactos\\_macroeconomicos\\_crisis\\_internacional\\_ecuador.pdf](http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Impactos_macroeconomicos_crisis_internacional_ecuador.pdf)
- Forum for the future, (2010). The creative industries sustainability beacon project final report. Recuperado de: <https://www.forumforthefuture.org/sites/default/files/project/downloads/creativendustriessustainabilitybeaconproject.pdf>
- Fraunhofer, (2012). The cultural and creative industries in the macroeconomic value added chain Impact chains, innovation, potentials. Recuperado de: [http://www.isi.fraunhofer.de/isi-wAssets/docs/t/en/Engl\\_Kurzfassung\\_KKW-Wertschoepfungskette.pdf](http://www.isi.fraunhofer.de/isi-wAssets/docs/t/en/Engl_Kurzfassung_KKW-Wertschoepfungskette.pdf)
- Gov. UK. (2014). Boosts to UK Film Industry. Recuperado de <https://www.gov.uk/government/news/boosts-to-uk-film-industry>
- Gov. UK. (s/f). Britain is GREAT. Recuperado de: <https://www.gov.uk/britainisgreat>
- Gov. UK. (2014). Creative industries: export help. Recuperado de <https://www.gov.uk/government/collections/creative-industries-export-help>
- Gov. UK (2014). Creative Industries: Focus on Employment. Recuperado de <https://www.gov.uk/government/statistics/creative-industries-focus-on-employment>

- Gov. UK (2014). Creative Industries Council. Recuperado de <https://www.gov.uk/government/groups/creative-industries-council>
- Gov. Uk, (2001). Creative Industries Mapping Documents 2001. Recuperado de: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2001>
- Gov.Uk, (2013), Media and creative industries. Recuperado de <https://www.gov.uk/government/policies/making-it-easier-for-the-media-and-creative-industries-to-grow-while-protecting-the-interests-of-citizens/supporting-pages/continuing-to-support-content-producers-in-the-british-creative-industries-offering-tax-breaks-for-filmmakers-television-producers-animators-and-video-game-producers>
- Garnham. N, (s/f). From cultural to creative industries: An analysis of the implications of the “creative industries” approach to arts and media policy making in the United Kingdom. Recuperado de: <http://nknu.pbworks.com/f/FROM+CULTURAL+TO+CREATIVE+Industries.pdf>
- HM Government, (2011), Unlocking growth in cities. Recuperado de: [https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/7523/CO\\_Unlocking\\_20GrowthCities\\_acc.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/7523/CO_Unlocking_20GrowthCities_acc.pdf)
- Institute for Public Policy Research, (2014), March of the modern makers an industrial strategy for the creative industries. Recuperado de: <http://www.anewdirection.org.uk/asset/view/1313.pdf>
- Marana, M. (2010). Cultura y desarrollo. Recuperado de [http://www.unescoetxea.org/dokumentuak/Cultura\\_desarrollo.pdf](http://www.unescoetxea.org/dokumentuak/Cultura_desarrollo.pdf)
- MICSUR, (2014). Mercados de Industrias Culturales del Sur. Recuperado de: <http://micsur.org/wp-content/uploads/2014/05/Catalogo-MICSUR-2014w.pdf>
- Ministerio de Cultura y Patrimonio, (s/f). El ministerio. Recuperado de: <http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/el-ministerio/>
- Ministerio de Cultura del Ecuador. (2011). Políticas para una Revolución Cultural. Recuperado de <http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/04/Revolucion-Cultural-2011-Folleto.pdf>
- Nesta, (s/f). Creative Opportunities. Recuperado de: [https://www.nesta.org.uk/sites/default/files/creative\\_opportunities.pdf](https://www.nesta.org.uk/sites/default/files/creative_opportunities.pdf)
- Nesta, (2013). Who Works in the Creative Economy?. Recuperado de: <http://data.nesta.org.uk/creativity/Heatmap.html>

- Qurtesan, A. Romis, M. Lanzafame, F., (2007). Las Industrias Culturales en América Latina y el Caribe: Desafíos y Oportunidades. Recuperado de: <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=1156415>
- Open method of coordination, (2014). Good practice report on the cultural and creative sectors' export and internationalisation support strategies. Recuperado de: [http://ec.europa.eu/culture/library/reports/eac-omc-report-ccs-strategies\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/culture/library/reports/eac-omc-report-ccs-strategies_en.pdf)
- Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos, (s/f). Key role of cultural and creative industries in the economy. Recuperado de: <http://www.oecd.org/site/worldforum06/38703999.pdf>
- Proecuador. (2014). Artesanías. Recuperado de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/sectores/artesantias/>
- Proecuador, (2012). PRO ECUADOR visita asociaciones de paja toquilla y empresas pesqueras en Santa Elena. Recuperado de: <http://www.proecuador.gob.ec/2012/04/25/pro-ecuador-visita-asociaciones-de-paja-toquilla-y-empresas-pesqueras-en-santa-elena/>
- Prospects. (2012). Overview of the creative arts sector in the UK. Recuperado de [http://www.prospects.ac.uk/creative\\_arts\\_and\\_culture\\_sector\\_overview.htm](http://www.prospects.ac.uk/creative_arts_and_culture_sector_overview.htm)
- Sagepub, (2011). Origins of Creative Industries Policy. Recuperado de: [http://www.sagepub.com/upm-data/42872\\_Flew.pdf](http://www.sagepub.com/upm-data/42872_Flew.pdf)
- Secretaría de Planeación Social y Desarrollo, (2013). El Buen Vivir auspicia los derechos culturales de los ecuatorianos. Recuperado de: <http://www.planificacion.gob.ec/el-buen-vivir-auspicia-los-derechos-culturales-de-los-ecuatorianos/>
- UK trade and investment, (2014). Creative industries in the UK: investment opportunities. Recuperado de: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-in-the-uk-investment-opportunities/creative-industries-in-the-uk-investment-opportunities>
- UN. (1987). Report of the World Commission on Environment and Development Our Common Future. Recuperado de: [http://conspect.nl/pdf/Our\\_Common\\_FutureBrundtland\\_Report\\_1987.pdf](http://conspect.nl/pdf/Our_Common_FutureBrundtland_Report_1987.pdf)
- UNCTAD, (2010). Creative economy. Recuperado de: [http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103\\_en.pdf](http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_en.pdf)
- UNCTADSTAT, (2014). Exports and imports of creative services, annual, 2003-2012. Recuperado de: <http://unctad.org/en/Pages/DITC/CreativeEconomy/Statistics-on-world-trade-in-creative-products.aspx>

- UNESCO, (s/f). Indicadores UNESCO de cultura para el desarrollo Resumen analítico de Ecuador. Recuperado de:  
[https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital\\_library/cdis/Resumen%20Analitico%20Ecuador\\_0.pdf](https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital_library/cdis/Resumen%20Analitico%20Ecuador_0.pdf)
- UNESCO, (2015). Industrias creativas. Recupera de:  
[http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/creativity/creative\\_industries/](http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/creativity/creative_industries/)
- UNESCO, (2013). Las industrias creativas impulsan las economías y el desarrollo, según un informe de la ONU. Recuperado de:  
[http://www.unesco.org/new/es/media-services/in-focus-articles/creative\\_industries-boost-economies-and-development-shows-un-report/](http://www.unesco.org/new/es/media-services/in-focus-articles/creative_industries-boost-economies-and-development-shows-un-report/)
- UNESCO. (2009). Políticas para la creatividad. Recuperado de  
<http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/cultural-diversity/diversity-of-cultural-expressions/tools/policy-guide/como-usar-esta-guia/sobre-definiciones-que-se-entiende-por-industrias-culturales-y-creativas/>
- UNESCO, (s/f). Políticas para la creatividad Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas. Recuperado de:  
[http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/image\\_UNESCO\\_GuiaDigital-3.pdf](http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/image_UNESCO_GuiaDigital-3.pdf)
- University of Cambridge, (s/f). Porter's Value Chain. Recuperado de:  
<http://www.ifm.eng.cam.ac.uk/research/dstools/value-chain/>
- UK Trade and Investment, (2014). UK Creative Industries – International Strategy. Recuperado de:  
[https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/329061/UKTI\\_Creative\\_Industries\\_Action\\_Plan\\_AW\\_Rev\\_3.0\\_sreads.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/329061/UKTI_Creative_Industries_Action_Plan_AW_Rev_3.0_sreads.pdf)
- UK Trade & Investment, (2014), Creative nation A guide to the UK's world leading creative industries. Recuperado de:  
[https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/99021/UKTI\\_Creative\\_Industries\\_Brochure\\_March\\_2014.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/99021/UKTI_Creative_Industries_Brochure_March_2014.pdf)
- Uk Trade and Investment, (2015). Great week creative industries. Recuperado de:  
<http://www.cumbriagrowthhub.co.uk/Images/upload/GREAT%20Week%20Creative%20Industries.pdf>
- Tera consultants, (2010). Building a digital economy : the importance of saving jobs in the eu's creative industries. Recuperado de:  
<http://www.teraconsultants.fr/en/issues/Report-for-the-International-Chamber-of-Commerce-European-Study-on-the-Impact-of-Piracy-in-the-EU>

Tera Consultants, (2014). The economic contribution of the creative industries to EU GDP and employment. Recuperado de:  
file:///C:/Users/Personal/Downloads/2014-Oct-European-Creative Industry-GDP-Jobs-full-Report-ENG.pdf

The confederation of British Industry. (s/f). The creative nation. Recuperado de  
[http://www.cbi.org.uk/media/2535682/cbi\\_creative\\_industries\\_strategy\\_final.pdf](http://www.cbi.org.uk/media/2535682/cbi_creative_industries_strategy_final.pdf)

The Guardian, (2013). Arts and culture worth more than £850m to UK export trade. Recuperado de:  
<http://www.theguardian.com/culture/2013/may/07/arts-worth-millions-uk-economy>

The guardian, (2013). Culture's role in environmental change. Recuperado de:  
<http://www.theguardian.com/culture-professionals-network/culture-professionals-blog/2013/jul/15/creative-industries-environmental-change>.

The Work Foundation, (2007). Staying ahead: the economic performance of the UK's creative industries. Recuperado de:  
[http://www.theworkfoundation.com/assets/docs/publications/176\\_stayin\\_ahead.pdf](http://www.theworkfoundation.com/assets/docs/publications/176_stayin_ahead.pdf)

## ANEXOS

### ANEXO 1

#### CLASIFICACIÓN SECTORIAL DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS POR LA UNCTAD

SECTOR	SUB SECTOR	ACTIVIDAD
1. Patrimonio Cultural	Expresiones Culturales tradicionales	Artesanías
		Festivales y Celebraciones
	Sitios culturales	Sitios Arqueológicos
		Museos
		Bibliotecas
		Exhibiciones
2. Artes Visuales y Dramáticas	Artes Visuales	Pintura
		Escultura
		Fotografía
		Antigüedades
	Artes de la Actuación	Música en Vivo
		Teatro
		Danza
		Ópera
		Circo
		Marionetas
3. Medios de Comunicación	Editoriales e Impresiones	Libros
		Prensa
		Otras publicaciones
	Audiovisuales	Cine
		Televisión
		Radio
		Otras Difusiones
4. Creaciones Funcionales	Diseño	Interiores
		Gráfico
		Moda
		Joyería
		Juguetes
	Nuevos Medios	Programas informáticos
		Juegos de Consola
		Contenidos Creativos
		Digitalizados
	Servicios Creativos	Arquitectura
		Publicidad
		Investigación y Desarrollo
		Creativos, Culturales y Recreativos
		Otros Servicios Creativos
		Relacionados

Fuente: UNCTAD

Elaborado por: SELA

Recopilado por: Priscila Sulen

ANEXO 2  
 CLASIFICACIÓN DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS SEGÚN EL BID

CONVENCIONALES	OTRAS	NUEVAS
Editorial	Artes visuales y escénicas	Multimedia
Libros	Conciertos y presentaciones	Publicidad
Impresión	Teatro	Software
Jornales académicos	Orquestas	Videojuegos
Revistas	Danza	Soportes de medios
Periódicos	Ópera	
Literatura	Artesanías	
Bibliotecas	Diseño	
Audiovisuales	Moda	
Cine	Turismo Cultural	
Televisión	Arquitectura	
Fotografía	Museos y galerías	
Video	Gastronomía	
Fonografía	Productos típicos	
Discografía	Ecoturismo	
Radio	Deportes	

Fuente: BID  
 Elaborado por: BID  
 Recopilado por: Priscila Sulen

ANEXO 3  
 PARTICIPACIÓN PORCENTUAL DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS Y CULTURALES EN EL PIB Y EL EMPLEO EN PAÍSES DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

PAIS	PIB	EMPLEO
Argentina (2003)	6.6	5.3
Brasil (2008)	16.0	17.0
Chile (1996)	2.8	2.7
Colombia (2008)	3.3	5.8
Guatemala (2005)	7.6	7.1
Jamaica (2008)	4.8	3.0
México (1998)	6.7	3.7
Paraguay (1998)	1.0	3.3
Perú (2001)	13.9*	4.5
Trinidad (2007)	5.0**	
Uruguay (1997)	6.5	4.9
Venezuela (RB) (2002)	7.1	

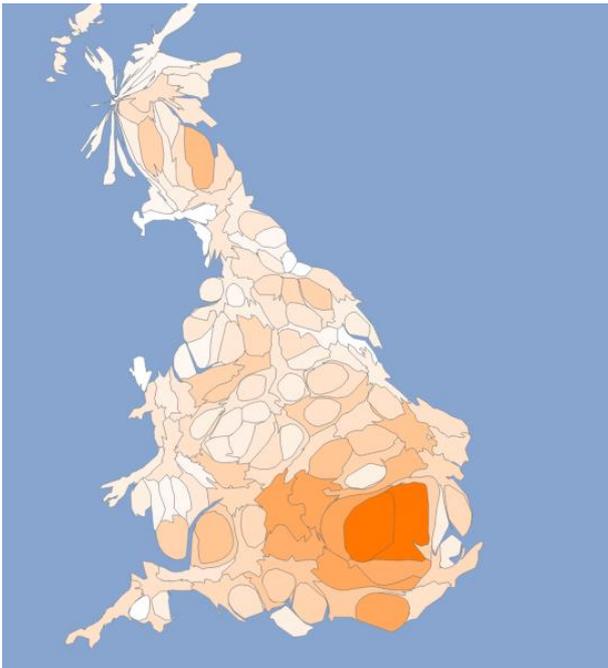
Fuente: SELA  
 Elaborado por: SELA  
 Recopilado por: Priscila Sulen

ANEXO 4  
DEFINICIONES DE INDUSTRIAS CREATIVAS EN DIFERENTES PAÍSES  
EUROPEOS

	UK	GERMANY	SPAIN	FRANCE
Term used	Creative industries	Culture and creative industries	Culture industries	Cultural sector
Architecture	×	×		×
Audio-visual (film, TV, radio)	×	×	×	×
Performing arts	×	×	×	×
Libraries			×	×
Design	×	×		
Art market/ Visual arts	×	×	×	×
Publishing	×	×	×	×
Fashion	×			
Software/ multimedia	×	×		
Museums/ cultural heritage			×	×
Music	×	×	×	×
Crafts	×			
Advertising	×	×		

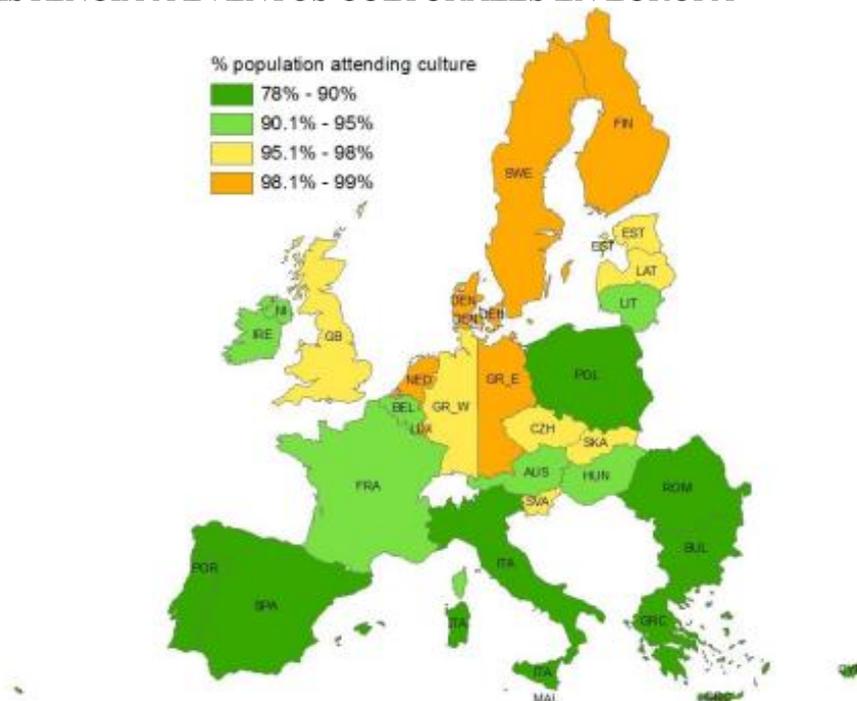
Fuente: British Council  
Elaborado por: British Council  
Recopilado por: Priscila Sulen

## ANEXO 5 CONCENTRACIÓN DE LA ECONOMÍA CREATIVA EN EL REINO UNIDO



Fuente: NESTA  
Elaborado por: NESTA  
Recopilado por: Priscila Sulen

## ANEXO 6 ASISTENCIA A EVENTOS CULTURALES EN EUROPA



Fuente: DCMS  
Elaborado por: Eurobarometer 67.1  
Recopilado por: Priscila Sulen

