



## La economía creativa para fomentar el bienestar y el desarrollo sostenible

Claudia Malcón Cervera  
Departamento de Inteligencia de Negocios  
Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, Puebla, México  
[claudia.malconcervera@upaep.mx](mailto:claudia.malconcervera@upaep.mx)

Recibido el 18 de diciembre del 2021; Aceptado el 20 de febrero del 2022; En línea el 31 de julio del 2022

### Resumen:

La economía creativa involucra la creatividad, la cultura, la economía y la tecnología en un mundo contemporáneo. Abre oportunidades para los países en desarrollo mediante estrategias nuevas y dinámicas en el comercio mundial. Este artículo ayuda a comprender un concepto que se está volviendo cada vez más importante en nuestra economía moderna basada en el conocimiento. Para realizar esta investigación se encuentran sitios web oficiales de agencias dedicadas a promover la economía creativa a nivel mundial.

**Palabras Claves:** Desarrollo sostenible; tendencias globales.

**Códigos JEL:** Q01; Q29; Q56.

## The creative economy to promote welfare and sustainable development

**Abstract:** The creative economy involves creativity, culture, economics, and technology in a contemporary world. It opens up opportunities for developing countries through new and dynamic strategies in world trade. This article helps you understand a concept that is becoming increasingly important in our modern knowledge-based economy. To carry out this research, there are official websites of agencies dedicated to promoting the creative economy worldwide.

**Keywords:** Sustainable development; global trends.

**JEL Codes:** Q01; Q29; Q56.



## 1. Introducción

Una economía creativa involucra industrias culturales que consideran el desarrollo de las artes y la cultura, vinculadas en actividades relacionadas con los negocios y el uso de la tecnología. La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo sugiere una definición más inclusiva de la siguiente manera: la economía creativa toma en cuenta la creatividad, la cultura, la economía y la tecnología, fomentando la capacidad de crear y hacer circular capital intelectual con el potencial de generar ingresos, empleos e ingresos de exportación y, al mismo tiempo, promover la inclusión social, la diversidad cultural y el desarrollo humano. Como resultado, una economía creativa tiene el potencial de generar beneficios para fines sociales y culturales (Pratt & Hutton, 2013).

## 2. Marco Teórico

La transformación del trabajo es un hecho de la cuarta revolución industrial (Eichhorst, 2020). El debate académico y político sobre el futuro del trabajo desde 2010 ha estado dominado por el debate sobre el cambio tecnológico y los efectos de la digitalización, en una interacción más estrecha entre la tecnología digital y los procesos de trabajo, lo que a su vez generaba cierto temor a que se pondría en riesgo importantes segmentos del empleo. No obstante, investigadores en el tema fueron descubriendo con el paso de los años que las tecnologías digitales probablemente no llevarían al trabajo humano al borde de la extinción, pero reconociendo que ciertamente habría riesgos en algunas ocupaciones y sectores, pero también se abriría la oportunidad para nuevos puestos de trabajo en ocupaciones que son complementarias a la tecnología, en lugar de ser sustituibles por ella. Ante el contexto de una digitalización acelerada en el trabajo, los trabajadores más altamente calificados se encuentran en una posición ventajosa debido al predominio de tareas no automatizables, y además tenderán a adaptarse más eficientemente a los cambios a lo largo del tiempo. Estos trabajos se refieren a actividades de carácter analítico, interactivo y creativo. A su vez, a partir de 2020 la pandemia COVID-19 ha sacado a la luz viejas y nuevas desigualdades, así como debilidades en el mundo del trabajo. La pandemia ha acelerado el cambio tecnológico, pero por otra parte ha mostrado un impacto profundo en algunos sectores y ocupaciones que fueron motores de creación de empleo a largo plazo, como el turismo, el entretenimiento en términos de actividades creativas y culturales, y la gastronomía. En consecuencia, ante el actual escenario de crisis económica a nivel mundial, la protección social es importante para quienes corren el riesgo de perder su trabajo o de pasar por etapas más largas de trabajo de corta



duración, por lo que resulta insuficiente brindar ayudas a los ingresos mínimos o algún tipo de seguro de desempleo, por lo que se sugiere diseñar soluciones para fortalecer la adaptabilidad de las empresas y los trabajadores cuando los perfiles de trabajo y los modelos comerciales antiguos o antes de la pandemia ya no funcionan, como parece ser el caso del turismo entre otros sectores, actualizando habilidades en el trabajo o preparando transiciones “hacia el desarrollo de nuevos roles”. En el futuro de corto y mediano plazo, se requiere el despliegue de una “movilidad laboral oportuna” desde industrias y empresas en declive hacia áreas con una demanda laboral más fuerte y robusta.

La transformación del trabajo implica también el desarrollo de nuevas habilidades. En este tema el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) publicó un estudio titulado “Learning Better: Public Policy for Skills Development” destacándose al respecto lo siguiente (Busso, Cristia, Hincapié, Messina y Ripani, 2017). El documento resalta que, de cara al futuro, se recomienda tener presente lo siguiente para aprender mejor en un contexto de incertidumbre, ante un mundo en constante cambio:

1. Fortalecer las habilidades digitales, dado que el cambio tecnológico será palpable en próximos años y penetrar en el dominio de las nuevas tecnologías es un imperativo
2. Desarrollar la creatividad, dado que en próximos años las altas remuneraciones se enfocarán a las actividades intensivas en tareas abstractas y creativas.
3. Tener presente que el desarrollo de habilidades implica organizar los esfuerzos de diferentes actores: familias, maestros, directores de escuela, emprendedores y gerentes de empresas.
4. Hacer eficientes los espacios de aprendizaje para el desarrollo de habilidades, que permitan ir más allá de simplemente “las aulas tradicionales”, de tal manera que abarquen los hogares, los lugares de trabajo, y otros centros de capacitación y de convivencia pública y social.

A su vez, el documento menciona la importancia de potenciar las habilidades de las personas, definiéndolas como “las capacidades que aumentan la productividad de los individuos, permitiéndoles producir más en igual tiempo y utilizando la misma tecnología y equipo”. En este contexto, se señala que estas capacidades pueden ser innatas o adquiridas y a su vez se clasifican en generales como específicas. Con respecto a las habilidades generales, se señala que son las que mejoran la productividad de las personas en una amplia gama de ocupaciones y se pueden clasificar en tres grandes categorías:

1. Las habilidades socioemocionales: ayudan a las personas a identificar y manejar sus propias emociones y las de los demás (por ejemplo, la habilidad para trabajar en grupo)



2. Las habilidades cognitivas: comprenden la memoria de largo plazo y el reconocimiento de patrones, así como el control ejecutivo, relacionado con la coordinación de diversas funciones mentales.
3. Las habilidades académicas: abarcan el conocimiento de hechos, conceptos y procedimientos y la capacidad de aplicar estrategias en disciplinas como matemática, lectura y ciencias, y también habilidades informáticas.

Con respecto a las habilidades específicas, el estudio señala que son aquellas que aumentan la productividad en una gama reducida de ocupaciones, sectores o empresas, tales como: investigar, analizar, planear, diseñar, adaptar, instalar, operar y mantener sistemas y dispositivos electrónicos y de comunicaciones, etc.

En esta transformación del trabajo y desarrollo de nuevas habilidades está inmersa la economía creativa o economía naranja. El BID o Banco Interamericano de Desarrollo publicó un estudio titulado “El futuro de la economía naranja: Fórmulas creativas para mejorar vidas en América Latina y el Caribe”, destacándose al respecto lo siguiente (Finlev, Maguire, Oppenheim & Skvirsky, 2017). Este documento explica que la “economía naranja” se refiere al desarrollo de la economía creativa y cultural, en donde las innovaciones de cara al futuro serán conceptos de negocios tales como: cooperativas digitales; redistribución del ingreso de redes sociales; micro ayudas para artistas; productos de diseño biotecnológico; mercados culturales regionales; y respuestas creativas a desastres naturales (el color naranja se asocia a la creatividad y la cultura). En este documento resalta el BID la relevancia de potenciar la tecnología “de lo físico a lo digital” para aprovechar la “revolución creativa que está en puerta”, a explotar en la tercera década del siglo XXI. En este contexto, se menciona que aspectos tales como el arte, las expresiones culturales y los objetos que las personas crean, siempre han estado dirigidos por los medios de comunicación o por materiales a los que la gente tiene acceso, por lo que por ejemplo los materiales habituales para fines artísticos tales la pintura al óleo, el bronce y el concreto, están abriendo camino para nuevos medios en los cuales ahora las tecnologías digitales ya están sentando las bases para la próxima revolución creativa. En adición, este documento menciona a los 10 ámbitos de innovación que impulsa la economía naranja, en términos de:

- Reparto del ingreso social
- Los artistas como protagonistas de este modelo económico



- Amplificación de la cultura y las tradiciones
- Financiamiento en beneficio de las “personas creativas”
- Cooperativismo de las plataformas
- Medición del impacto creativo
- Inspiración por la naturaleza
- Empoderamiento de las mujeres mediante la tecnología
- Desarrollo de mercados y “nubes creativas regionales”
- Desarrollo de la tecnología de cadena de bloques (Blockchain) para la autenticación.

A su vez, el BID recomienda adicionalmente otras 2 referencias para profundizar en el estudio de la Economía Naranja: Informe del Banco Interamericano de Desarrollo titulado “La economía naranja: una oportunidad infinita”; y la publicación de la UNESCO titulada “Informe sobre la economía creativa: Ampliar los cauces de desarrollo local”.

Un importante sector dentro de la economía creativa es el sector “EdTech” que engloba todas las formas de software, hardware y contenidos aplicados a la educación; desde programas informáticos hasta libros y dispositivos electrónicos tales como pizarras, proyectores o tabletas digitales. Se trata de tecnología susceptible de ser utilizada en el sector de la educación. También formarían parte del mercado la oferta de MOOC (Massive Open Online Courses), cursos gratuitos que se realizan de manera totalmente online en los que universidades de todo el mundo ofrecen un amplio abanico de temas y asignaturas. El sector de “EdTech” es un sector dinámico de alto crecimiento que ofrece numerosas oportunidades y las empresas de este sector han recibido menos inversión que otros sectores tecnológicos como la Inteligencia Artificial o IA, Fintech y salud digital, y estaban menos preparadas para hacer frente a la repentina demanda de padres y colegios causada por la pandemia. En este contexto, se destaca que el Reino Unido es el país europeo que más inversión recibe en el sector EdTech a nivel mundial (Gómez Muñoz, 2021).

Dentro el sector EdTech se destaca también el sector de la enseñanza online o “e-learning” con una mención al sector de los libros de texto. El sector de la enseñanza online o e learning ha surgido recientemente y suele ser confundido con otros conceptos afines, principalmente con la educación a distancia. De este modo, la educación se divide en dos grandes categorías, presencial y a distancia. Esta última comprende todos los procesos educativos que no implican presencialidad entre profesor y



alumno, sin embargo, se trata de una categoría genérica y no puede identificarse completamente con la educación en línea. En resumen, puede afirmarse que toda educación en línea es no presencial, pero no toda educación no presencial adopta la forma de educación en línea. De este modo, enseñanza online se define como los procesos de enseñanza o aprendizaje que se llevan a cabo a través de Internet, caracterizados por una separación física entre profesorado y estudiantes, pero con el predominio de una comunicación tanto síncrona como asíncrona, a través de la cual se lleva a cabo una interacción didáctica continuada. Además, el alumno pasa a ser el centro de la formación, al tener que autogestionar su aprendizaje, con ayuda de tutores y compañeros (Salvador Ruiz, 2021). Entre las características más destacadas del e-learning se encuentran:

- Desaparecen las barreras espaciotemporales. El alumno puede realizar el curso en el lugar y momento que desee, pues el contenido es accesible en cualquier momento y desde cualquier lugar.
- Formación flexible. Dada la mayor variedad de recursos, permite una mejor adaptación de la enseñanza a las diversas circunstancias.
- El alumno es el centro del proceso de enseñanza y puede participar activamente en el diseño del itinerario de aprendizaje.
- El rol del profesor pasa de ser un transmisor de conocimientos a un tutor que activamente orienta y ayuda en el proceso de aprendizaje del alumno.
- Contenidos actualizados. El acceso a Internet permite una rápida actualización e inclusión de contenidos.
- Comunicación constante entre los participantes, gracias a las herramientas que incorporan las plataformas e-learning (foros, chat, correo electrónico, etc.).

También, dentro del sector de las industrias creativas destaca el sector audiovisual. El sector audiovisual comprende un amplio abanico de subsectores cada vez más diversos por los cambios que experimenta la industria. Este sector abarca los servicios de producción y distribución de películas cinematográficas, los servicios de radio y televisión, los servicios de transmisión de sonido e imágenes y la grabación sonora. Este sector considera desde la comercialización y distribución de contenidos para su emisión en cine, televisión y las recientes Plataformas de Video Bajo Demanda de Suscripción (SVOD) y en estas últimas se encuentran los servicios de libre transmisión (OTT) que sólo requieren de un dispositivo con



conexión a Internet, es decir, no se distribuyen por operadores de telecomunicaciones. En este sector, se resalta que India se posiciona como el segundo mercado de televisión más grande del mundo solo detrás de Estados Unidos y tiene una gran industria de transmisión y distribución, que comprende aproximadamente 900 canales de televisión por satélite, así como 6,000 operadores de sistemas múltiples, con alrededor de 60,000 operadores de cable locales, y con más de 2,500 salas de cine (Lleyda Calvo, 2021).

Otro sector de amplio potencial de crecimiento dentro de las industrias creativas es el de los videojuegos. Un videojuego es tanto un juego electrónico que se visualiza en una pantalla como aquel dispositivo electrónico que permite simular juegos en dispositivos electrónicos. Videojuegos se refieren a contenidos digitales (juegos de computadora o videojuegos) que se juegan en una consola de videojuegos conectada a un monitor de televisión o en un dispositivo de juego portátil con monitor. Además, el término más general de videojuego se aplica a cualquier otra plataforma como PC, teléfono móvil, smartphone o tablet. La industria de los videojuegos se caracteriza por incluir un alto componente tecnológico y afectar a un considerable número de sectores relacionados. Los videojuegos son el motor del entretenimiento global y representan un mercado que generó 152,100 millones de dólares a nivel mundial en 2019, con unas tasas de crecimiento interanuales en la última década de alrededor del 10%. Los videojuegos móviles (smartphones y tablets) tuvieron su origen en 2007 con el lanzamiento del iPhone en 2007 pero, merced a un crecimiento meteórico, son el motor principal de la industria con unas ganancias de 68,500 millones de dólares a nivel mundial en 2019, un 46% del total. Dentro de los videojuegos móviles, los smartphones son la principal fuente de ingresos del segmento con un 80% del total. La región Asia Pacífico lidera de forma amplia la industria mundial de videojuego con una facturación total de 72,000 millones de dólares en 2019, un 47% del total. Su crecimiento se sustenta gracias a la mayor base de jugadores de dispositivos móviles del mundo. Entre ellos, destaca China, el mayor mercado mundial de videojuegos (Muelas Lorenzo, 2020). A su vez, en otro importante mercado asiático, el japonés, el mercado del videojuego generó, en 2019, ingresos por valor de 358,949 millones de yenes que es aproximadamente 3 mil millones de euros (Valdés-Hevia, 2020).

Por otra parte, como parte de la experiencia exitosa de industrias creativas se destaca la producción cinematográfica como parte del sector audiovisual. El sector audiovisual incluye las actividades cinematográficas, de video y de programas de televisión, grabación de sonido y edición musical. Tras la caída del muro de Berlín en 1989, en muchos países europeos el cine dejó de ser un monopolio estatal



y partir de entonces, en muchos países de la región se abrió a las producciones internacionales, destacando el caso de la República Checa, país que ha experimentado un auge de las producciones internacionales, lo que ha dado a los equipos de rodaje checos la oportunidad de aprender de los principales directores de fotografía, directores y productores del mundo. Además de las numerosas producciones internacionales que se ruedan cada año, la industria cinematográfica de República Checa produce regularmente unos 60 largometrajes nacionales y documentales de larga duración cada año. Gracias al gran volumen de producción cinematográfica de la República Checa, las empresas cinematográficas locales tienen una gran experiencia y gozan de relaciones ventajosas con el talento y los proveedores locales. Los productores checos y los proveedores de servicios de producción son expertos en el acceso a los programas de apoyo checos y europeos, en la obtención de permisos de rodaje y en el cumplimiento de los diversos requisitos fiscales y legales a los que se enfrentan las producciones internacionales (Monterrey Perera, 2021).

Otro sector muy relevante en la industria creativa es el sector editorial. En el sector editorial operan tanto las editoriales (oferta) como las librerías (demanda), siendo el principal producto editorial los libros impresos en papel. El sector editorial incluye libros impresos, periódicos, fotos y otros productos de la industria de la impresión; manuscritos y planos. Esto incluye productos editoriales, de la prensa y de las demás industrias gráficas; textos manuscritos o mecanografiados y planos. En lo que se refiere a tipos de libros, pueden identificarse dos grandes grupos: los libros de texto, por un lado, y los comerciales, por otro. En este último, se incluyen las novelas, los libros de “non-fiction” y los libros para niños. Otros productos son las revistas, los audio libros, los productos cartográficos, los libros ilustrados o las partituras. En general, los libros se subdividen en diferentes categorías según el género literario al que pertenecen o el tipo de formato en el que estén editados. El comportamiento del consumidor alemán con relación a la lectura se entiende como un acto de tiempo libre y disfrute cultural, y la compra de libros, considerado es considerado un acto económico. Existen datos que afirman que se ha identificado a nivel mundial una disminución relativa del tiempo dedicado a ver programas televisivos, pero a su vez, una segunda gran tendencia es el incremento sostenido del consumo de contenidos en Internet, lo que incluye el consumo de libros digitales (López Hernández, 2021). Otro caso de éxito en el impulso del sector editorial lo encontramos en Australia, país donde los libros electrónicos y audiolibros se estima que aproximadamente el 20% del total del mercado del libro en Australia corresponde a la venta de libros electrónicos, estimándose un crecimiento anual compuesto de las ventas de libros electrónicos en





Australia en el periodo 2019 - 2025 del 3,2%. La evolución tecnológica en el mercado hace que la lectura de libros digitales o electrónicos se asimile cada vez más a la lectura de un libro convencional. Además, se espera que los editores hagan hincapié en este formato que les permite obtener mayores márgenes, por lo que se espera un crecimiento del sector no solo en Australia, sino en el resto del mundo (Niguidula, 2021).

La industria creativa tiene la importante capacidad de idear soluciones para mejorar vidas. En este sentido, el BID o Banco Interamericano de Desarrollo (2018) desarrolló un evento en México, denominado "Idear Soluciones para Mejorar Vidas", foro destinado a impulsar la creatividad y la innovación en pro del desarrollo en América Latina y el Caribe, destacándose al respecto lo siguiente. Se señaló que este evento representa una de las mayores conferencias sobre la aplicación de la creatividad y la innovación al desarrollo en América Latina y el Caribe, a realizarse en la Universidad Centro, que es una institución de educación superior en diseño, comunicación, cine, medios digitales y arquitectura que cataliza la energía en potencia hacia fuerza creativa profesional. En este contexto, se señala que, desde su creación en el 2013, este evento "Idear Soluciones para Mejorar Vidas" ha reunido a más de 7,000 emprendedores, innovadores, artistas, pensadores y líderes de opinión de más de 30 países de 4 continentes. A su vez, se mencionó que en el evento participan algunas de las mentes más brillantes de las industrias creativas y culturales – lo que el BID denomina la como “economía naranja” – y expondrán cómo a través de la gastronomía, la artesanía, el diseño y la tecnología, se puede desarrollar la creatividad para transformar sectores tradicionales como la salud o la educación, así como para encontrar soluciones disruptivas a problemas de desarrollo. Por tanto, el comunicado resalta a algunos de los principales presentadores en este evento:

- Kellie Bentz: primera directora del programa de Respuesta y Socorro Global en Desastres de Airbnb. Desde la creación del programa, Airbnb ha ayudado a 3,100 usuarios a donar 3,590 noches a los necesitados, en 65 circunstancias diferentes, alrededor del mundo.
- Benjamin von Wong: fotógrafo canadiense creador de productos y campañas virales. Utiliza el arte hiperrealista para crear conciencia por el medio ambiente y otras causas sociales.
- Isabella Springmuhl Tejada: diseñadora de moda guatemalteca, conocida por ser la primera diseñadora de moda con síndrome de Down. Sus diseños se exhibieron en el segmento International Fashion Showcase de la London Fashion Week en 2016. El mismo año fue elegida como una de las 100 Mujeres "BBC 100".



- Alejandro González Gil: Presidente y co-fundador de la ONG A.I.R.E., ganadora del Premio Nacional Ambiental Perú 2015 entre otros reconocimientos internacionales. Promueve proyectos culturales a nivel regional con impacto positivo en el medio ambiente y generando transformación social a través del arte urbano.
- Jeff Daniels: representante de Face2Gene, una plataforma digital que facilita la detección de enfermedades genéticas poco comunes por medio de una simple foto, acelerando el proceso de diagnóstico mediante el uso de inteligencia artificial.
- Hahna Alexander: diseñadora industrial, fundadora de SolePower, una empresa que ha desarrollado botas de trabajo “inteligentes” que usan la energía cinética generada al caminar para cargar baterías y abastecer dispositivos como sensores o GPS.
- Ana Victoria García Álvarez: Ceo & Fundadora de “Victoria147”, la primera plataforma de capacitación, empoderamiento y aceleración enfocada en impulsar mujeres emprendedoras y promover la equidad de género.

En consecuencia, de cara al futuro, el desarrollo de las industrias creativas requiere el aprender mejor en un contexto de incertidumbre, ante un mundo en constante cambio, y esto implica fortalecer las habilidades digitales, dado que el cambio tecnológico será palpable en próximos años, por lo que penetrar en el dominio de las nuevas tecnologías es un imperante para el desarrollo de la creatividad. Se espera que en próximos años las altas remuneraciones se enfocarán a las actividades intensivas en tareas abstractas y creativas.

### 3. Metodología

Se desarrolló una investigación documental y descriptiva para identificar las tendencias en sectores específicos de la industria creativa a nivel mundial en base a diversos estudios de calidad al respecto (Deloitte, 2021; United Nations Conference on Trade and Development, 2018; Naylor, Todd, & Moretto, 2021) considerando una muestra aleatoria de países que considera a Australia, República Checa, Alemania, India, Reino Unido, Ecuador, China y Japón. Entre los sectores analizados se consideraron los siguientes: tecnología educativa, audiovisuales, editorial, y video juegos.

### 4. Resultados obtenidos



A continuación, se presentan los principales resultados acorde a la metodología de investigación desarrollada (Tabla 1).

**Tabla 1. Oportunidades para la economía creativa en diversas partes del mundo**

<i>País</i>	<i>Oportunidades de mercado para la economía creativa en próximos años</i>
Australia	Sector editorial: En primer lugar, los libros de autoayuda, dado que éstos vendieron 5.4 millones de copias durante 2020 y se espera siga con tendencia ascendente este sector, con énfasis en salud física y dietas. En segundo lugar, los libros de cocina, con 2.4 millones de copias vendidas en 2020.
República Checa	Sector audiovisual: La producción cinematográfica en este país durante 2020 generó más de 4,000 millones de euros en ingresos, y más del 50% de las producciones son de origen extranjero
Alemania	Sector editorial: El E-book tiene gran oportunidad de mercado y en 2020 tras la crisis sanitaria de la COVID-19, la pandemia ha impulsado la digitalización del mercado del libro electrónico. Con un aumento del 16.2%.
India	Sector audiovisual: India representa el 17,8% de la población mundial total y está inmerso en una transición digital y el gobierno está favoreciendo la infraestructura digital. Este sector incluye al sector de la animación, la cinematografía, y el diseño promocional.
Reino Unido	Sector de tecnología educativa: En Reino Unido 32,770 colegios y el número de alumnos asciende a más de 10 millones. Tanto el número de colegios como de alumnos no ha dejado de crecer en los últimos diez años.
Ecuador	Enseñanza online: Fomento de la educación en línea a raíz de la COVID-19 implicó el desarrollo de las tecnologías, que han permitido a los estudiantes cursar sus estudios a través de medios tecnológicos. En el país va en aumento las titulaciones online y MOOC (Massive Open Online Course)
China y Japón	Videojuegos: Ambos países constituyen uno de los mercados de videojuegos para móviles más atractivos del mundo tanto por su gran tamaño y dinamismo. En el caso de China, Hong Kong puede ser una opción para una entrada al mercado chino y asiático. Un nicho de mercado para ambo países son las oportunidades vinculadas al crecimiento de los e-Sports.

**Fuente:** *Elaboración propia.*



## 5. Conclusión y discusión

Esta investigación analiza el potencial de desarrollo y crecimiento de la economía y las industrias creativas, teniendo en cuenta que en este siglo estamos asistiendo a un extraordinario proceso de cambio y globalización, contexto en el que reconocer que los resultados de la creatividad y la innovación pueden impulsar mejores horizontes a la economía en cualquier región del mundo. La cultura representa un mercado importante a explorar para crear nuevos bienes y servicios útiles para todos, y la cultura tiene un gran potencial para generar oportunidades de negocios con el fin de crear, consumir y disfrutar de productos culturales que son resultado de la creatividad en sus distintas vertientes. En el desarrollo de las industrias creativas es relevante tener presente que el desarrollo de habilidades implica organizar los esfuerzos de diferentes actores: familias, maestros, directores de escuela, emprendedores y gerentes de empresas. Para potenciar las industrias creativas es importante hacer eficientes los espacios de aprendizaje para el desarrollo de habilidades, que permitan ir más allá de simplemente “las aulas tradicionales”, de tal manera que abarquen los hogares, los lugares de trabajo, y otros centros de capacitación y de convivencia pública y social. Es trascendente potenciar las habilidades de las personas, definiéndolas como las capacidades que aumentan la productividad de los individuos, permitiéndoles producir más en igual tiempo y utilizando la misma tecnología y equipo.

## 6. Referencias

- Banco Interamericano de Desarrollo. (2018). BID abre inscripción para evento sobre innovación en industrias creativas en México [Comunicado de prensa]. Banco Interamericano de Desarrollo. Washington. <https://www.iadb.org/es/noticias/abiertalainscripcionparaidearsolucionesmexico>
- Busso, M., Cristia, J., Hincapié, D., Messina, J. y Ripani, L. (2017). Learning Better: Public Policy for Skills Development. Inter-American Development Bank. Washington. [https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/8495/Learning\\_Better\\_%20Public\\_Policy\\_for\\_Skills\\_Development.PDF?sequence=2&isAllowed=y](https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/8495/Learning_Better_%20Public_Policy_for_Skills_Development.PDF?sequence=2&isAllowed=y)



- Deloitte (2021). *The Future of the Creative Economy*. Deloitte. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/uk/Documents/technology-media-telecommunications/deloitte-uk-future-creative-economy-report-final.pdf>
- Eichhorst, W. (2020). The many worlds of work in the 4.0 era. Social Europe. <https://www.socialeurope.eu/the-many-worlds-of-work-in-the-4-0-era>
- Finlev, T., Maguire, R., Oppenheim, B. & Skvirsky, S. (2017). *El futuro de la economía naranja: Fórmulas creativas para mejorar vidas en América Latina y el Caribe*. Banco Interamericano de Desarrollo. Washington. <https://publications.iadb.org/es/publicacion/17470/el-futuro-de-la-economia-naranja-formulas-creativas-para-mejorar-vidas-en-america>
- Gómez Muñoz, B. (2021). *Tecnología educativa (EdTech) en Reino Unido*. ICEX España Exportación e Inversiones. <https://www.icex.es/icex/>
- Lleyda Calvo, M. (2021). El mercado de audiovisuales en India. ICEX España Exportación e Inversiones. <https://www.icex.es/icex/>
- López Hernández, T. (2021). *El mercado editorial en Alemania*. ICEX España Exportación e Inversiones. <https://www.icex.es/icex/>
- Monterrey Perera, A. (2021). *Sector audiovisual en República Checa*. ICEX España Exportación e Inversiones. <https://www.icex.es/icex/>
- Muelas Lorenzo, P. (2020). *El mercado de los video juegos en China*. ICEX España Exportación e Inversiones. <https://www.icex.es/icex/>
- Naylor, R., Todd, J. & Moretto, M. (2021). *Cultural and creative industries in the face of COVID-19: an economic impact outlook*. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000377863>
- Niguidula, P. (2021). *El mercado del libro en Australia*. ICEX España Exportación e Inversiones. <https://www.icex.es/icex/>
- Pratt, A. C., & Hutton, T. A. (2013). Reconceptualizing the relationship between the creative economy and the city: Learning from the financial crisis. *Cities*, 33(1), 86-95.
- Salvador Ruiz, J. (2021). *El mercado de enseñanza online y libros de texto en Ecuador*. ICEX España Exportación e Inversiones. <https://www.icex.es/icex/>
- United Nations Conference on Trade and Development. (2018). *Creative Economy Outlook*. United Nations. [https://unctad.org/system/files/official-document/ditcted2018d3\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ditcted2018d3_en.pdf)



---

Valdés-Hevia, C. (2020). *El mercado del videojuego en Japón*. ICEX España Exportación e Inversiones.

<https://www.icex.es/icex/>