

LA CREATIVIDAD RECURSO ECONÓMICO: COMO ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO

ECONOMIC RESOURCE CREATIVITY: AS A GROWTH STRATEGY

MSc. Hael Karina Saucedo Estrada

haelsaucedoe@gmail.com

UNIVERSIDAD MAYOR, REAL Y PONTIFICIA DE SAN FRANCISCO XAVIER DE CHUQUISACA

Recibido: Enero 6, 2020

Aceptado: Marzo 25, 2020

DOI: <https://doi.org/10.38147/invneg.v13i21.81>

Resumen:

Hoy en día la Creatividad aún permanece poco visible en nuestro país y para los economistas, donde la creatividad desempeña un papel importante en el desarrollo de estrategias regional en los últimos años, mostrando una evidencia de datos. El presente artículo tiene como objetivo mostrar el valor dinámico a partir de la teoría económica de las clases creativas de Florida (2002), manifestándose a través de una revisión bibliométrica y cuatro modelos que muestran la relación entre las industrias creativas y la economía en su conjunto y descubriendo una base metodológica de este hallazgo donde los modelos 3 y 4 son los más apropiados para una política económica creativa y cultural.

Palabras Claves: Creatividad, Clase Creativa, Economía Creativa, Crecimiento Económico

Abstract:

Today, Creativity still remains poorly visible in our country and for economists, where creativity plays an important role in the development of regional strategies in recent years, showing evidence of data. This article aims to show the dynamic value from the economic theory of the creative classes of Florida (2002), manifesting itself through a bibliometric review and four models that show the relationship between the creative industries and the economy as a whole and discovering a methodological basis for this finding where models 3 and 4 are the most appropriate for a creative and cultural economic policy.

Keywords: Creativity, Creative Class, Creative Economy, Economic Growth Model

Introducción

Actualmente en el Siglo XXI, se reconoce que, el conocimiento, la creatividad y la información constituyen la fuerza dinamizadora por excelencia del crecimiento económico mundial (Negrín, 2017). Bajo este contexto, aumenta el interés de estudiar la creatividad como recurso que se suscitan e integran en la denominada economía creativa, debido a una serie de factores que se refuerzan y la disposición de inmensos recursos culturales y humanos creativos que podrían contribuir sustancialmente a situarla en estadios más altos de desarrollo y bienestar, como lo han logrado las naciones más avanzadas y asimismo debe reconocerse, que algunos países de la región como Colombia, Argentina, Brasil, y Chile (BID, 2018) ya muestran desarrollos importantes en este sector y en consecuencia, ocupan un papel cada vez más importante en sus economías.

Dentro de este proceso, Bolivia se enfrentan al reto de elevar su capacidad competitiva y su sostenibilidad para hacer frente a las consecuencias derivadas de la crisis económica y la globalización, cobrando así creciente importancia con la identificación de actividades estratégicas en base a su stock de recursos específicos para lograr una mejor inserción en la llamada economía del conocimiento. Además, que en nuestro país existen numerosas ciudades que muestran una elevada oferta, cultural, patrimonial intelectual y capital humano creativo, es esencial para promover este tipo de bienes y servicios, cuya demanda también aumenta. Eso puede suponer la generación de nuevo empleo y contribuir al desarrollo económico, donde los recursos intangibles son pieza esencial para generar valor añadido razón por la que el sector de las industrias creativas se incorpora de forma creciente a las políticas de económicas y a las estrategias de regeneración y revitalización. (UNCTAD, 2010)

El concepto de clase creativa ha sido difuso desde su aparición y son aún escasas las investigaciones destinadas a valorar la verdadera importancia que ella tiene y las oportunidades de desarrollo entre los diferentes tipos Países, así como a profundizar en la interpretación teórica y su relación con la economía a que da lugar. Esos son los objetivos centrales del presente artículo, pretende revisar las definiciones aparecidas en la bibliografía internacional y algunos datos que orientan su contribución al desarrollo, para aportar luego con una reflexión crítica sobre necesidad de generar políticas de sobre creatividad e innovación como estrategias económicas de salida a la pobreza y analizar para alcanzar lograr el cambio social, Con esta perspectiva, la pregunta de investigación a que se ha pretendido responder ¿Cuál es el valor dinámico de la creatividad desde el punto de vista económico?

Sin embargo, las contribuciones recientes Indican que la creatividad debe ser estudiada y tratada de manera diferente presentando Características particulares, lo que demuestra que las industrias creativas desempeña

un papel importante en la Generación de empleo, producción y la internacionalización de los bienes y servicios (Fonseca Reis Ana Carla, 2008)

La revisión documental de este artículo ofrece una serie de la evolución de la cultura en la economía y las peculiaridades de su desarrollo bajo los modelos planteados, con el objetivo de contextualizar el estado actual de la economía naranja. La historia cuenta que han existido varios modelos económicos bajo distintos modos de producción que han establecido relaciones sociales también distintas; asimismo, estas relaciones alrededor de lo productivo determinan la forma en que las sociedades se organizan en los aspectos jurídico, religioso y cultural.

El informe de (UNESCO, 2013), enfocaba la economía creativa como una opción factible de desarrollo y aseguraba que para formular las estrategias políticas para fomentar el sector se necesitaba, además de una “comprensión sistemática de la estructura de la economía creativa”, dos cuestiones que harían falta fortalecer y que se relacionan con la gestión del conocimiento: “Metodologías sólidas para analizar el funcionamiento del sector creativo y evaluar la contribución social, económica y cultural estadísticas completas para cuantificar y entregar una base sistemática para la evaluación de la contribución del sector creativo en producción, empleo, comercio y crecimiento”.

La Economía creativa, hoy incorporadas en la Economía Naranja, pertenecen a la rama de la economía que estudia el fenómeno de producción, distribución y Artes Creativas Centrales Literatura, Música, Artes Escénicas, Artes Visuales Otras Industrias Centrales Cine, Fotografía, Museos, Galerías, Bibliotecas Industrias Culturales más amplias Servicios patrimoniales, Editoriales y Medios Impresos, Radio y Televisión, Grabación de Sonido, Video y Juegos Computacionales Industrias relacionadas Publicidad, Diseño, Arquitectura, Moda (Buitrago & Duque, 2013).

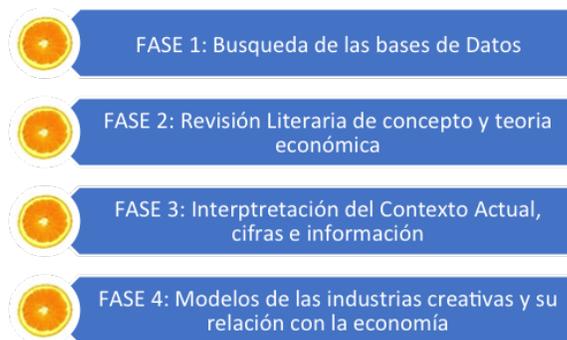
Metodología

Para el desarrollo de la presente investigación, se realizó una revisión teórica de las bases de datos de WOS Clarivate Analytics (web of science) sobre los términos “creativity” y “creative economy” desde el año 2000 al 2019, para conocer, recopilar y analizar el estado actual de la literatura sobre Creatividad a nivel global. Para mostrar desde el pensamiento económico cómo se planteó la redefinición del ámbito de estudio de la economía, la teoría del valor y el concepto de industrias creativas para tender un puente que permitiera aplicar el enfoque económico al análisis y la modelización de la industria creativa y su relación con la economía.

Se realizó la revisión sistemática de artículos obtenidos de la base de datos electrónica Web of Science (Clarivate Analytics), acreditada y reconocida para efectos de búsqueda de la literatura referente a la “creatividad”. sobre los términos “creativity”, “creative economy”

y “creative industries” desde el año 2000 al 2019, para conocer, recopilar y analizar el estado actual de la literatura sobre Creatividad a a nivel global. Se logra describir cuatro fases: que a continuación se describe: (1) Búsqueda de las bases de Datos; (2) Revisión Literaria de concepto y teoría económica; (3) Interpretación del contexto; (4) Análisis de los modelos de la industria creativa y su relación con la economía.

Figura 1: Fases del Diseño Metodológico del Estudio



Fuente: Elaboración propia

Resultados

Fase 1. Búsqueda de las bases de Datos

La primera fase, relata la indagación de material de valor científico a través de la determinación de las fuentes de los datos que vamos trabajar en la investigación. Se ha propuesto, desde la perspectiva bibliométrica, como material del insumo tomando los datos ofrecidos de revistas científicas a partir del registro existente en la base de datos Web of Science, utilizando la herramienta de Excel se procedió a la selección de las revistas para nuestro estudio, efectuando la exploración en la base de datos, en inglés “creativity” “creative economy”, se ha considerado el tiempo (2000-2019). Dichos resultados de revistas consultadas fueron (15) de un total de (312) artículos sobre el tema. Entre las revistas que tienen cuartil Q1, con investigaciones de alto nivel de impacto. La base de datos, tiene la posibilidad de exportar a un archivo de texto con un conjunto de variables consideradas y relacionadas con cada artículo en Excel: Autores(s), Título del documento, Año, Título de la fuente, Volumen, Abstract, edición, páginas, Recuento de citas, Identificadores seriales, etc. A continuación, el gráfico muestra reportes de revistas clasificadas.

Tabla 1. Identificación de Revistas y Número de artículos según año publicado

No	Journals	2000-2005	2006-2010	2011-2015	2016-2019	Total
1	Economics	3	6	8	25	42
2	Geography	6	8	8	12	34
3	Education & Educational Research	1	4	16	8	29
4	Social Sciences, Interdisciplinary	1	0	16	11	28
5	Management	0	7	10	6	23
6	Environmental Studies; Geography; Planning & Development; Urban Studies	1	3	9	6	19
7	Business; Management	1	2	11	5	19
8	Urban Studies	1	5	3	9	18
9	Environmental Studies; Urban Studies	0	8	6	4	18
10	Business; Economics; Management	1	2	10	4	17
11	Cultural Studies	0	0	5	12	17
12	Environmental Studies; Geography	2	4	7	3	16
13	Sociology	0	2	3	6	11
14	Planning & Development; Urban Studies	0	5	4	2	11
15	Business	1	1	4	4	10
	Total	18	57	120	117	312

Fuente: Elaboración propia en base a datos de web of science

Fase 2. Revisión Literaria de concepto y teoría económica

El objetivo principal de este apartado es mostrar conceptualmente y teóricamente el modelo en que se basará nuestro estudio y que se explican a continuación.

La Economía del Siglo XXI

La Historia muestra, que las empresas, los países e individuos, se enriquecían si poseían más recursos naturales, habían nacido ricos y gozaban de las ventajas de tener más riqueza de capital (fábricas y equipos) por persona, empleaban tecnologías superiores o tenían más destrezas que sus competidores. La movilización de alguna combinación de estos factores con una administración razonable era el camino del éxito. En el siglo XIX, los recursos naturales el carbón y la tecnología con la invención de la máquina de vapor, la máquina de hilar y el horno siderúrgico otorgó al Reino Unido una ventaja competitiva. Como se enriquecieron primero, los ingresos más elevados permitieron que los británicos ahorrasen más que los habitantes de los países más pobres. Con más ahorro, pudo invertirse más en fábricas y equipos. Más capital condujo a una productividad más elevada, y por lo tanto a salarios más altos. Con más ingresos, fue posible ahorrar más. Siendo ricos, era fácil continuar en posesión de la riqueza; un círculo virtuoso, según el autor (Borea, 2006) Además indica que las nuevas tecnologías y las nuevas instituciones están combinándose para modificar sustancialmente estas cuatro fuentes tradicionales de ventajas competitivas. Los recursos naturales desaparecen esencialmente de la ecuación competitiva. Nacer rico se reconoce con una ventaja mucho menos importantes que antes. La tecnología pone al revés las cosas. Las nuevas tecnologías de productos son secundarias; las nuevas tecnologías de procesos son esenciales. Y en el siglo XXI la educación y las habilidades de la fuerza de trabajo continuarán siendo el arma competitiva dominante.

Es atrayente destacar que en la nueva economía el tamaño de los países y de las regiones es “menos importante”. En esta economía el tamaño no es lo determinante, sino que es la rapidez con que uno se mueve y la capacidad de las personas. Es verdad que hay que cimentar infraestructura para tener acceso a la economía global, pero lo fundamental son los otros puntos. Ésta es una observación muy interesante para la enorme mayoría de las regiones en todo el mundo, que, en general, son sistemas sociotecnoproductivos de pequeño tamaño, y la nuestra no escapa a ello; viniendo esta opinión desde el mundo de los negocios, respalda el autor (Krueger, 2000) de que la globalización ofrece oportunidades para los talentosos, hábiles y rápidos, así como amenazas para quienes no pueden estar a tono con las requerimientos del entorno.

El contexto es que estamos enfrentando mercados competitivos, esto significa que debemos prepararnos para competir, porque de lo contrario el mercado no perdona. Antes la ineficiencia tenía lugar, hoy

en un mercado tan competitivo la ineficiencia de las instituciones hace que directamente no podamos permanecer en el mercado. En materia de cambios podemos ver que hay cambios en el mundo y que estos se dan en todos los países y en todos los escenarios (Krugman Paul, 1994).

Según (Madoery, 2007) indica que el escenario de transformaciones globales, deben ser tomadas en cuenta: Las interacciones sociales y entre ellas, las que atañen al desarrollo, se despliegan hoy en nuevas geografías, en otros territorios, permitiendo que ciudades y regiones adquieran responsabilidades tradicionalmente concentradas en el Estado Nación. Así cobra fuerza el proceso de reinención de lo local, que marca el cambio estructural en los países latinoamericanos, entre otros factores, de la estimulación de la innovación y la capacidad emprendedora local y regional, al tiempo que las políticas de los gobiernos centrales favorecen a estos sectores.

Se ve un progreso en las comunicaciones y esto nos da la muestra que la información y el conocimiento junto con la innovación se toman claves, ya sea desde las ventajas competitivas de las organizaciones como desde la conducción. Para esto se hace necesario un adecuado entendimiento y análisis conceptual teórico y con evidencia de datos mostrar el escenario económico del sector creativo y contemplar todas las variables del escenario macro. Cuando hablamos de variables del escenario macro no nos referimos solamente a lo que es nuestro país, ya que hoy interesa el escenario del mundo.

La clase creativa

Tienen sus bases en relacionadas con planificación urbana y ciudades creativas; algunos de sus componentes y definiciones estaban ya implícitos en (Ch. Landry, L.Greene, F. Matarasso, 2012), analizan tres temas para el concepto de la ciudad creativa: i) el impacto social, cultural y económico que surge con la creatividad en las ciudades; ii) la necesidad de enriquecer y dinamizar la planificación urbana integrando conocimientos provenientes de otras disciplinas, y iii) la inclusión, en los procesos de planificación urbana, de personas o grupos sociales comúnmente marginados, como inmigrantes o minorías étnicas. Después aparece, Landry publicó *The Creative City* (Las ciudades Creativas) y el otro *A Toolkit for Urban Innovation* (Juego de herramientas para la innovación urbana), documentos que analizaron temas relacionados con ciudades creativas y sus determinantes, entre ellos, la clase creativa, reconociéndoles como el pilar de las ciudades creativas y del sistema y circuitos de la economía creativa. Otro artículo que se debe destacar de contribución mayor sobre el tema de la ciudad creativa: *The Rise of the Creative Class* (Florida R., 2002) publicó, en la que hace énfasis en las características de las personas que desempeñan actividades creativas en las ciudades, inicia identificando a la clase creativa, donde incluye a las personas que se dedican a la ciencia, a la ingeniería, arquitectura, diseño,

educación, arte, música y espectáculo, y cuya función es generar nuevas ideas, nuevas tecnologías o nuevos contenidos creativos. Para el creador del concepto clase creativa, el conocimiento y la información son las herramientas y la materia y en las condiciones que una ciudad debe generar para que la clase creativa sea atraída y radique en ellas. La innovación y creatividad.

Creatividad y desarrollo regional

Según (Florida R., 2002) muestra una relación entre creatividad, desarrollo y las diferencias regionales, puntuando que la geografía de las ciudades emergente de la clase creativa está trastornando la ventaja competitiva de las distintas regiones. Los países que refieren con una concentración sustancial de esta clase logran una ventaja competitiva importante, mientras que las regiones que acogen bastante concentración de la clase trabajadora o de la clase de servicios se van permaneciendo muy rezagadas. Apunta además que la clave del crecimiento económico no reside únicamente en la capacidad de atraer a la clase creativa, sino también en la de traducir esta ventaja subyacente en resultados económicos creativos (en nuevas ideas, empresas de alta tecnología y crecimiento regional).

El índice de creatividad

Siguiendo al autor (Florida R., 2002) amplió una medida que citó índice de creatividad. (mostrando los cuatro factores con el idéntico peso: 1) proporción de la clase creativa en la población activa; 2) industria de alta tecnología, estimada con el índice de tech-pole del Instituto Milken, y 3) innovación, medida por las patentes concedidas per cápita; 4) diversidad, medida por el índice gay, manifestando la disposición de una zona a aceptar distintos tipos de personas y de ideas. Este indicador agregado mide de mejor manera las capacidades creativas subyacentes de una región que la medida directa de la proporción de la clase creativa, porque irradia los efectos conjuntos de la concentración creativa y de los resultados económicos creativos. Es así que, el índice de la creatividad es el indicador de base de la posición general de una región en la economía creativa. (Correa-quezada & Quinche, 2018)

Talento, tecnología y tolerancia

Para comprender sobre la nueva geografía económica de la creatividad y sus efectos en los resultados económicos y en el desarrollo económico regional, tiene que ver con las “tres t del desarrollo económico”: tecnología, talento y tolerancia. Todas son necesarias, pero si aborda de manera separada son insuficiente para que una región pueda atraer personas creativas, generar innovación y estimular el crecimiento económico. Para Florida, según lo señala la teoría del capital creativo, las personas creativas, que eligen lugares diversos, tolerantes y abiertos a las ideas nuevas, impulsan el crecimiento económico. La diversidad aumenta las posibilidades de que un lugar atraiga a personas creativas de diferente índole y transformados tipos de habilidades e ideas. Además, la diversidad y la concentración se unen

para aumentar la velocidad del flujo de conocimiento. Las concentraciones de capital creativo de mayor envergadura y diversidad dan lugar, a su vez, a niveles más elevados de innovación, creación de industrias de alta tecnología y crecimiento económico. En base al análisis del autor (Correa-quezada & Quinche, 2018).

La diversidad

La inmigración es importante para el crecimiento regional, radica en que el talento es propenso perceptible por la apertura a la diversidad. que delimita una relación positiva entre la creatividad tecnológica medida por el grado de innovación En todos los análisis estadísticos, el índice gay predijo mejor la concentración de la industria de alta tecnología que cualquier otra medida. Los homosexuales no anuncian únicamente la concentración de la industria de alta tecnología, sino también su crecimiento (Florida R., 2002). Pero a la vez el autor recibe críticas por no considerar políticas públicas.

Definiciones Conceptuales de Economía Creativa y Cultural.

Según la (UNCTAD, 2010) señala que “un nuevo paradigma de desarrollo está surgiendo de los vínculos de la economía y la cultura, que abarca aspectos económicos, culturales, tecnológicos y sociales del desarrollo, tanto a niveles macro y micro”.

El origen de este binomio “creatividad y desarrollo” surge a partir 2005 de la divulgación en del informe “Nuestra Diversidad Creativa” de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo (UNESCO, 2007), orientado a las políticas sobre las interacciones entre creatividad, cultura y desarrollo. También, la Organización Mundial de Ciudades y Gobiernos Locales Unidos (CGLU), adoptó la Agenda 21 de la Cultura como documento de referencia de sus programas en cultura en Beijing en 2005 es el punto de encuentro de ciudades gobiernos locales y redes que sitúa la cultura en el centro de sus procesos de desarrollo. Sobre ello la Agenda 21 no sólo alienta la formación de redes y vínculos entre actores, sino que los identifica como elementos determinantes en el éxito de los proyectos de desarrollo local y cultural mediante mecanismos ((CGLU), 2004)

En 2005, la Conferencia General de la UNESCO adopta la Convención sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales. Por primera vez un tratado internacional toma en cuenta los procesos y efectos de la globalización y reconoce la doble naturaleza de los bienes y servicios culturales. Entre sus objetivos, figura favorecer la emergencia de sectores culturales dinámicos en los países en desarrollo a través del fortalecimiento de las industrias culturales. (UNESCO, 2010)

Concepto de Economía creativa

La Economía creativa, son parte de la rama de la economía que estudia el fenómeno de producción, distribución y consumo, de bienes y servicios, con la particularidad de tener contenido simbólico, artístico y

Seguros, Bienes Inmuebles y Servicios Empresariales. Transporte y Almacenamiento tuvieron una incidencia de 0,6%. En cambio, la actividad que registró incidencia negativa fue Petróleo Crudo y Gas Natural, restando un 0,3% al crecimiento global. Y cuanto al grado de participación sectorial, durante la gestión 2016, son los Servicios de la Administración Pública el sector con la mayor participación en el PIB a precios corrientes con 16,0%; seguido por Agricultura Pecuaria, Silvicultura, Caza y Pesca con 11,2%; Industria Manufacturera (11,0%); Establecimientos Financieros, Seguros, Bienes Inmuebles y Servicios Prestados a las Empresas (10,6%); Transportes y Almacenamiento y Comunicaciones (9,6%) y Comercio (7,0%). Entre los sectores que menos aportaron al PIB, en términos de participación, están la Construcción, con 3,2%; los Restaurantes y Hoteles (2,4%) y Electricidad Gas y Agua (2,2%). (Fundación Milenio, 2017)

Bolivia posee una gran herencia cultural. Desde tiempos remotos en los que la cultura Inca dominaba el continente, pasando por la época colonial, la emancipación e independencia de las colonias hasta revoluciones y golpes militares con décadas de dictaduras. (Dalglish et al., 2007). Esta mezcla histórica y cultural representa un valor intangible muy importante para muchas industrias creativas registra un 29,8% de personas entre 18 y 64 años involucradas en actividades emprendedoras en etapas iniciales, siendo el más alto entre los 43 países participantes del GEM 2014. (Querejazu, Zavaleta, & Mendizabal, 2014).

Figura 3. Datos de valor Agregado Bruto en dólares de las Industrias Creativas de Bolivia, 2007

Según la (UNESCO, 2010) En los últimos veinte años, la cultura y creatividad ha desempeñado un papel cada vez más importante en las economías nacionales en tanto que sector productivo. Las actividades e industrias culturales impulsan el crecimiento, contribuyen a diversificar las economías nacionales, generan ingresos y crean empleos en las naciones de renta baja, media y alta y comprende los sectores en los que el valor de sus bienes y servicios se fundamenta en la propiedad intelectual. Entre estos se encuentra: la arquitectura, las artes visuales y escénicas, artesanías, cine, diseño, editorial, investigación y desarrollo, juegos y juguetes, moda, música, publicidad, software, televisión, radio, y videojuegos.

Un reporte de estadísticas del BID en base al autor (BID, 2018), en un estudio de la región de los países andinos, se estimaba el valor agregado bruto del sector cultural de Bolivia en 143.611 dólares, en 2007. Este dato se refiere al consolidado de cuatro sectores: audiovisual (94.253 dólares); libros y publicaciones (44.038 dólares); música (3.673 dólares); y artes escénicas (1.646 dólares). Esto representaba una participación del 1,09% del valor agregado bruto total del país.

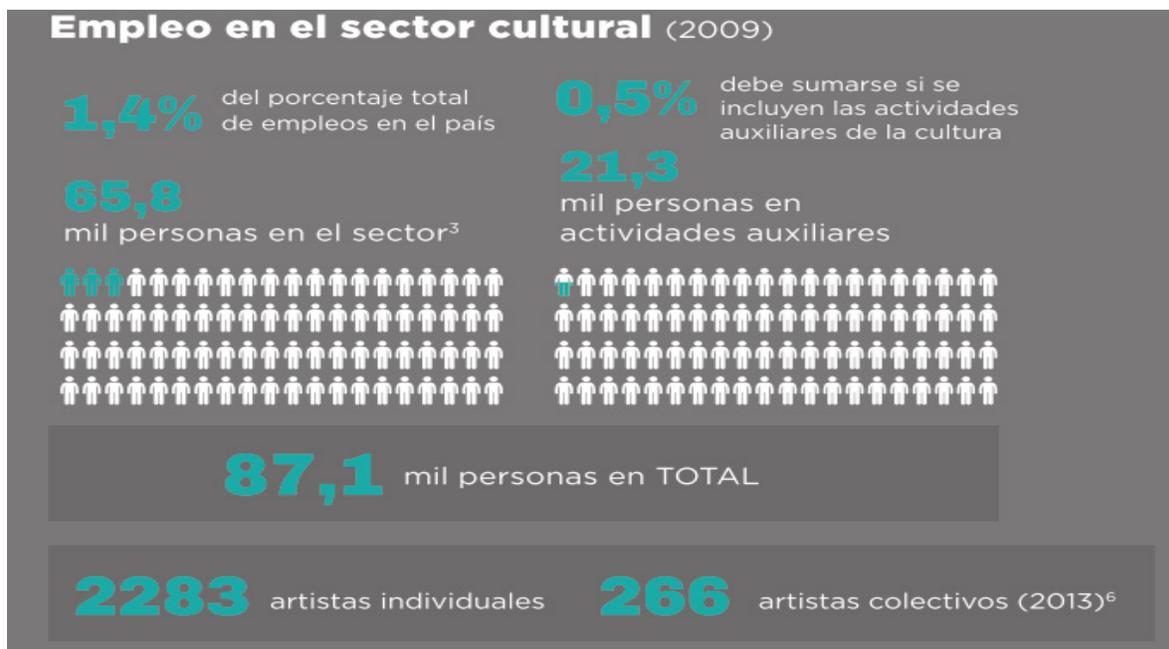
En la base de estadísticas de (BID, 2018) para Bolivia se especifica que en 2015 se empleaba en el sector cultural 57.502 personas por millón de habitantes. Las cifras oficiales del Ministerio de Culturas y Turismo, describen a 2.283 artistas individuales y 266 artistas colectivos (2013). Esta cifra puede estar dada por la diferencia entre una persona empleada en el sector y un artista. Un dato anterior de 2009, pero publicado en 2014, marca en 65,8 mil de personas en el sector, que representaban el 1,4% del total. Si se incluyen las actividades auxiliares



Fuente: Datos (BID, 2018)

de la cultura se debe sumar (21,3 mil personas) y asciende a 87,1 mil personas mientras que 32,5 mil personas (0,7%) se dedicaban a actividades relacionadas con la cultura (BID, 2018).

Figura 4. Datos de Empleo del Sector Cultural de las Industrias Creativas de Bolivia, 2009



Fuente: Datos (BID, 2018)

En el caso de Bolivia, (UNCTAD, 2010), plantea que las exportaciones de las industrias creativas fueron de 81 millones de dólares en bienes creativos porque no hay referencia a los servicios creativos.

Figura 5. Datos de Exportaciones en (millones de Dólares) de las Industrias Creativas de Bolivia, 2012.



Fuente: Datos (BID, 2018)

En Bolivia se observan importantes restricciones: el peso relativo de su sector tecnológico apenas alcanza al 7%. Sus sectores económicos son poco dinámicos, no se ha logrado sectores intensivos en conocimiento, no han sido objeto de inversiones significativas, tienen serios problemas a nivel estructural, su mercado de trabajo está concentrado en el sector terciario (30%), asimismo se presenta un prácticamente inexistente sector cuaternario.

De hecho, la inconsistencia del nivel de organizaciones intermedias ha limitado la posibilidad del sector privado de desarrollar empresas culturales creativas grandes y competitivas y con mayor capacidad de crear puestos de trabajo. Así, en 2005, el 61,5%

de la población ocupada trabajaba en pequeñas empresas, mayormente informales, de menos de cuatro trabajadores, proporción que subió en 2015 a 63,5% (Fundación Milenio, 2018). Los gobernantes y políticos se han visto inclinados, una y otra vez, a intervenir en la economía. Pero la coherencia y transparencia de estos apoyos no siempre ha sido evidente. Por el contrario, y en demasiadas ocasiones, fueron decisiones facultativos causadas políticamente o por intereses personales y que, con frecuencia, han supuesto la colusión de intereses de la política y de los negocios y el surgimiento de redes prebendales y de corrupción. Lo cual ha tenido el efecto de disminuir las capacidades empresariales y desalentar el espíritu emprendedor.

Asimismo, el artículo de (Oporto & Octubre, 2015) que el sistema educativo nacional tiene deficiencias para formar talento humano competente para la investigación, la innovación y el emprendimiento. Falencias que provienen del nivel escolar y secundario sobre todo en la enseñanza de matemáticas, lenguaje y ciencias y que luego se arrastran en la educación superior, donde prevalece una oferta académica anacrónica, con severas limitaciones para la producción científico tecnológica y muy poco orientada a la evolución del mercado laboral.

Fase 4: Modelos de las Industrias Creativas que explican su relación con la Economía

En base a modelo de los autores (Potts & Cunningham, 2010) establece en base a cuatro modelos representan cuatro posibles modos de interacción dinámica entre las industrias creativas y la economía ($CI = A.Y$).

- En el modelo 1, Y unidades CI mediante transferencias de recursos.
- En el modelo 2, las industrias creativas son sólo otra industria.
- En el modelo 3, CI unidades Y a través de las altas tasas de crecimiento.
- En el modelo 4, las industrias creativas evolucionan Y mediante la transferencia de conocimientos.

A través de una ecuación matemática, se muestra el valor económico de toda la economía se define como Y, el valor económico de las industrias creativas, CI, las industrias creativas comprenden alguna fracción dada (A) de toda la actividad económica lo que demuestra la ecuación 1:

$$(1) \quad CI=A.Y$$

el enfoque de cuatro modelos busca exponer que es un enfoque dinámico de importancia. En este enfoque, el análisis económico de la relación entre un sector de la industria y el resto de la economía en su lugar se construye en función de la interrelación dinámica, examinando los instantes de orden superior de nuestra ecuación (1): específicamente, cómo un cambio en la actividad de CI (ΔCI) afecta la actividad económica agregada (ΔY). Nuestro axioma de partida es que el cambio en la CI afecta a Y de alguna manera ($\Delta CI \leftrightarrow \Delta Y$). Los cuatro modelos propuestos son el conjunto de posibles interrelaciones dinámicas en las que un cambio en la actividad de la CI tiene un efecto negativo (modelo 1), neutral (modelo 2) o positivo (modelos 3 y 4) en la economía. Esto es visiblemente simplista, pero proponemos que ofrece un punto de partida útil para orientar tanto el análisis empírico como la discusión de políticas para que sea claro y explícito acerca de esta relación hipotética y su apoyo probatorio. Por conveniencia analítica, también asumimos que $dCI / dY = 0$, lo que significa que el crecimiento económico no afecta a las industrias creativas de otras industrias, o técnicamente que la elasticidad del ingreso es unitaria. Sospechamos que este no es el caso, sino que el crecimiento en el ingreso afecta de manera desmedida a la demanda de la producción de las industrias creativas. La política se analiza en términos de si el cambio en las industrias creativas cambia el bienestar agregado de la utilidad (o utilidad, U). De nuevo, suponemos que dU / dCI puede aumentar, disminuir o dejar la utilidad no afectada. Esta es todavía una formulación de modelado hondamente abstracta, pero nos permite discriminar de manera abstracta entre las diferencias básicas en los supuestos teóricos y las respuestas políticas.

Tabla 3. Modelo de bienestar de las industrias creativas y la economía

Modelo	Tipo/Modelo	Supuestos	Características	Descripción
Modelo 1	El modelo de bienestar	$H1: \frac{dY}{dCI} < 0; \frac{dU}{dCI} > 0$	Las IC tienen un impacto que consumen más recursos de los que producen.	Concentrándonos en el signo de dY / dCI y lo que significa decir que dY / dCI es negativo.

En el modelo, las industrias creativas son un derrame neto para la economía, ya que el efecto general es positivo para el bienestar. Esto se debe a la producción de productos de alto valor cultural creativo ($dU / dCI > 0$) pero bajo valor de mercado ($dY / dCI < 0$), ya que la producción es básicamente no rentable porque las curvas de demanda se encuentran en todas partes por debajo de las curvas de costo. La justificación económica se apoya en un argumento de falla del mercado, con una política apropiadamente medida a las estimaciones de este valor no de mercado. Sin embargo, la falla del mercado es una justificación adecuada para la intervención no nos concierne aquí, ya que es suficiente reconocer que si $dY / dCI < 0$, entonces la intervención de políticas puede justificarse solo si también es cierto que $dU / dCI > 0$. Si el modelo 1 es verdadero, entonces las órdenes de las políticas deberían centrarse en la reasignación de ingresos y recursos o en el mantenimiento del precio para proteger un activo intrínsecamente valioso como es la producción creativa cultural que está naturalmente y continuamente bajo amenaza en una economía de mercado.

Concretamente, significa que el crecimiento en las industrias creativas se produce al costo del crecimiento económico agregado, ya que su crecimiento no es lo que quiere el “mercado”, sino que debe ser obligado a apoyarlo mediante transferencias. Por lo tanto, la evidencia para el modelo 1 puede acumularse de varias maneras. Estos incluyen: altos niveles y tasas de ganancia negativa entre las industrias creativas; baja productividad total de los factores (TFPCI < TFPY); Ingreso siempre menor a los factores de producción en industrias creativas en comparación con otras industrias; y otras indicaciones de que la viabilidad económica de las actividades y organizaciones dentro de las industrias creativas depende de manera crítica de las transferencias de recursos del resto de la economía para mantener los precios, la demanda o la oferta. Si es positivo el modelo, esperaríamos observar no solo un sector económicamente parado o de bajo crecimiento, sino también uno con niveles de rendimiento más bajos (por ejemplo, rendimiento de la inversión, ingresos, etc.).

Fuente: Adaptado en base al modelo propuesto de (Potts & Cunningham, 2010)

Tabla 4. Modelo de Competición de las Industrias Creativas y la Economía

Modelo	Tipo/Modelo	Hipótesis	Características	Descripción
Modelo 2	El modelo de competición	$H2: \frac{dY}{dCI} = 0; \frac{dU}{dCI} = 0$	El impacto del crecimiento también es neutral, de modo que CI en conjunto no contribuirían más ni menos al cambio tecnológico, a la innovación o al crecimiento de la productividad que el promedio de otros sectores.	TFPCI = TFPY. De hecho, esto es lo que predeciría el análisis económico estándar en la sustitución competitiva de recursos en una economía basada en el mercado para lograr rendimientos equivalentes en el margen.

La teoría económica tipo predice el modelo 2, en el que las industrias creativas son normalmente competitivas, implica que el beneficio de bienestar marginal de la redirección de recursos basada en políticas a este sector es cero en conjunto. Es decir, no hay beneficios de bienestar económico para el tratamiento de políticas especiales. Esto supone de manera implícita que los bienes culturales / creativos son “bienes normales”, en el sentido de que, como varían en precio relativo, los consumidores racionales sustituirían entre ellos y los de otros sectores para igualar su utilidad marginal. En este caso, una expansión del sector de CI no tendría un beneficio de bienestar agregado distinto de la expansión de cualquier otro sector. Además, enfatiza como problemas para la gestión y oportunidades para empresarios, con grado, coordinación, incertidumbre, redes, etc. El “modelo normal” encuentra, que las CI tienen estadísticas de la industria comparables a las de otros sectores. De ello se deduce, entonces, que deben exigir adecuadamente el mismo tratamiento de políticas que otras industrias. Las CI, son solo otro segmento de la comunidad industrial, y con razón deben demandar “asistencia”. El reconocimiento de la existencia normal es suficiente y la “importancia” es notable. Si es así, las CI no piden una forma de políticas especial, de modo que cualquier privilegio que se extienda a una industria se extienda automáticamente a todas. El enfoque de la política de CI no debería ser sobre la reasignación de recursos, sino más bien con la petición de un tratamiento coherente de la política industrial y esencialmente con respecto al movimiento internacional de la propiedad laboral e intelectual. La evidencia del modelo normal provendría de la equivalencia de los indicadores económicos de las industrias creativas de competencia normal y empresa.

Fuente: Adaptado en base al modelo propuesto de (Potts & Cunningham, 2010)

Tabla 5. Modelo de crecimiento de las Industrias Creativas y la Economía

Modelo	Tipo/Modelo	Supuestos	Características	Descripción
Modelo 3	El modelo de crecimiento	$H3: \frac{dY}{dCI} > 0; \frac{dU}{dCI} \geq 0$	las industrias creativas son un “motor” del crecimiento agregada, $dY / dCI > 0$.	las industrias creativas son un “motor” del crecimiento

En el modelo 3, implica rápidamente a las CI en el crecimiento de la economía. Esto puede ocurrir de dos formas principales: lado de la oferta y lado de la demanda. La interpretación del lado de la oferta de este modelo enfatiza la exportación de nuevas ideas de CI a Y. La interpretación del lado de la demanda enfatiza cómo el crecimiento en Y provoca un aumento proporcional en la demanda de servicios de CI. En la práctica es difícil separar estas dos fuerzas sin apelar a técnicas microeconómicas avanzadas, que no se intentan aquí debido a limitaciones de datos. Por lo tanto, el modelo 3 puede ser cierto, pero con diferentes implicaciones de política dependiendo de si la causalidad se extiende predominantemente de CI a Y (el modelo impulsor del crecimiento del lado de la oferta) o de Y a CI (el modelo de inducción del lado de la demanda). en ambos casos, la política debe tratar adecuadamente a las CI como un “sector especial” que impulsa el crecimiento de otros sectores además de lo económico. Si el modelo 3 es verdadero, hay un caso económico claro para reorientar los recursos, no solo CI en sí, sino en beneficio de todos. Las CI, desde este punto de vista, son ganadores claros. La evidencia para este modelo provendría de la asociación de las industrias creativas con el crecimiento. Esto se acumularía no solo en empleos y productos básicos (como en el modelo 2), sino en nuevos tipos de trabajos y nuevos tipos de productos básicos y servicios. El Modelo 3 propone a CI como motores de crecimiento no debido a los multiplicadores del gasto operativo, sino a su papel en la adopción, retención y absorción de nuevas ideas y tecnologías. Se creería así que las CI crearían nuevas industrias y nichos de mercado y estabilizarían y desarrollarían las industrias existentes. Por lo tanto, sustenta que las CI son buenas para la economía porque introducen y procesan nuevas ideas que impulsan el crecimiento económico. Y eso, en consecuencia, es su importancia política y son un motor de crecimiento.

Fuente: Adaptado en base al modelo propuesto de (Potts & Cunningham, 2010)

Tabla 6. Modelo de Innovación de las Industrias Creativas y la Economía

Modelo	Tipo/Modelo	Supuestos	Características	Descripción
Modelo 4	El modelo de innovación	$H4: \frac{dY}{dCI} \text{ indefinido}; \frac{dU}{dCI} \text{ abierto}$	Este modelo rechaza efectivamente el maestro inicial de estática a dinámica.	conlleva la implicación política más radical: la posibilidad de un cambio de política de un compromiso económico con respecto al bienestar frente a un compromiso económico con respecto a la innovación.

las industrias creativas pueden no estar bien caracterizadas como una industria per se, sino como un elemento del sistema de innovación. de toda la economía. El modelo 4 plantea la hipótesis de la relación entre las industrias creativas y el resto de la economía de una manera diferente, se basa en la literatura de innovación contemporánea que proviene de la tradición schumpeteriana y se aplica principalmente en la literatura de negocios y estrategia. Este modelo rechaza efectivamente el maestro inicial de estática a dinámica.

ecuación $CI = A.Y$ y $\Delta Yt / \Delta CI$. Y además reconceptualiza las industrias creativas como un sistema de orden superior que opera en el sistema económico. Las industrias creativas, desde este punto de vista, originan y coordinan el cambio en la base de conocimiento de la economía. En consecuencia, tienen una importancia política crucial, no marginal.

La importancia de las industrias creativas no está en términos de su contribución relativa al valor económico (modelos 1–3), sino a su contribución a la coordinación de nuevas ideas o tecnologías y al proceso de cambio. Desde este punto de vista, las industrias creativas están mal definidas como una industria per se, y mejor modeladas como un sistema complejo en evolución que deriva su valor económico de la facilitación de la evolución económica y el proceso de innovación. Si el modelo 4 es verdadero, las CI son parte del sistema de innovación que impulsa y coordina el proceso de crecimiento del conocimiento que sustenta la evolución económica.

Fuente: Adaptado en base al modelo propuesto de (Potts & Cunningham, 2010)

Conclusiones

El fenómeno de la economía creativa se abre paso en la sociedad boliviana y, con ello, la formación de un ecosistema de emprendimiento creativo cultural que paulatinamente deja sentir su presencia, a pesar de sus carencias y debilidades. La naciente industria creativa es producto de ello, y a la vez uno de sus motores de expansión y desarrollo. De manera silenciosa pero consistente, va tomando forma un nuevo sector económico compuesto por una variedad de negocios, empresas y negocios de signo innovador, alrededor de las tecnologías de la información.

El artículo ha exhibido una síntesis teórica de la creatividad, evidenciando, encausar e intentar fortalecer una serie de fenómenos económicos que suceden actualmente en muchas ciudades del mundo, que contribuyen a modelarlas y definir las en sus aspectos físico espaciales.

Se ofrece conclusiones, pero que en general tienden a apoyar los modelos 3 y 4, hay sin duda buenas razones por las que deberíamos esperar que este tipo de crecimiento se de en las industrias creativas:

- (1) aumento de la riqueza, que desplaza el gasto agregado hacia las industrias creativas, como su elasticidad ingreso es mayor que la unidad;
- (2) el aumento relacionado en capital humano, lo que permite una mayor especialización;
- (3) el crecimiento en TIC, que es la base de la tecnología de las industrias creativas;
- (4) la globalización, como el acceso a los mercados mundiales, tanto en la demanda y la movilidad de los factores.

Lo que se ha examinado ampliamente compatible con el modelo que el crecimiento de las industrias creativas está impulsando la evolución económica y esto implica a los diseñadores de la política pública tener una perspectiva para ver crecer a las industrias creativas con políticas siguen directamente a partir del modelo 4 sobre la base de la política de innovación. Sin embargo, una apariencia consistente puede ser leída a partir del modelo 3, en el que las industrias creativas son mecanismos de crecimiento para el ajuste 'genérico' y la base de conocimientos de la economía. En este caso, la política tiene un papel visiblemente menos sustantivo para minimizar la interferencia distorsionador. Por lo que Modelos 3 y 4 alojan un compromiso sustancialmente diferencial de intervención pública (modelo 4) o de inversión (modelo 3).

Bajo el esquema de las consecuencias normativas sugiere la necesidad de una nueva teoría. Los modelos 2 y 3 es una invitación adecuadamente un tratamiento coherente de las industrias creativas, pero los modelos 1 y 4 invitan a la intervención pública considerable, aunque de diferentes maneras. Las industrias creativas son conductores, por lo tanto meritorios de crecimiento económico, esta distinción es importante, ya que la

política cultural, que se basa tradicionalmente en el modelo 1, puede ser necesaria una reorganización fundamental para adaptarse a lo que parece cada vez más a ser un modelo 4.

El estudio permitió identificar que existe grandes dificultades en cuanto a la información estadística, no revelan las particularidades sectoriales de cultura creativa y se debe realizar estudios, construir indicadores, elaborar marcos conceptuales y rediseñar las plataformas de las cuentas satelital y sistemas de información sobre creatividad y cultura es sin duda un desafío metodológico y operativa.

Para llevar adelante el desafío que Bolivia puede desarrollar, hace falta construir y llevar adelante, políticas económicas de corto plazo y de largo plazo. En el corto plazo se requiere la decidida participación del sector privado, Instituciones y el Estado.

Bolivia debe focalizarse en desarrollar el capital humano y apoyar el sector de las industrias creativas culturales y ayudar a fortalecer el aparato productivo nacional.

Las universidades del país apalearán a recorrer para transformarse en generadoras de talento e innovación, reorientando sus planes de estudio hacia una formación de calidad, integrando la investigación y generando el emprendimiento en esta área sobre las carreras de artes y desarrollo de tecnologías, etc.

Como resultado del presente trabajo de investigación se identificó la oportunidad que se tiene en esta área de estudio para continuar con la investigación académica, debido al vacío teórico, y de generar evidencia sobre este sector de la economía naranja.

No fue posible abarcar el conjunto de los factores que componen la creatividad, que se describen como limitantes al estudio: no se describió la marcada debilidad en los mecanismos de protección de la propiedad intelectual y que afecta de modo personal a los innovadores y empresas de creativas culturales. La mejora de las operaciones legales de protección de derechos de propiedad intelectual, son fundamentales para fortalecer el desarrollo de la industria cultural creativa boliviana.

Referencias

- (CGLU), O. M. C. y G. L. U. (2004). Agenda 21 de la Cultura: Un compromiso de las ciudades y los gobiernos locales.
- BID. (2017). Políticas públicas para la creatividad y la innovación: impulsando la economía naranja en América Latina y el Caribe.
- BID. (2018). Economía creativa en América Latina y el Caribe Economía creativa en América Latina y el Caribe Mediciones y desafíos.
- Borea, F. (2006). Innovación y desarrollo económico. *Hologramática*, 2(4), 1–17.
- Buitrago, F., & Duque, I. (2013). La economía naranja: Una oportunidad infinita, 1–244. Retrieved from [https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/3659/La economía naranja: Una oportunidad infinita.pdf](https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/3659/La%20economia%20naranja%20una%20oportunidad%20infinita.pdf)
- Ch. Landry, L. Greene, F. Matarasso, F. B. (2012). THE ART OF REGENERATION Urban Renewal through Cultural Activity By Charles Landry , Lesley Greene , Francois Matarasso ,.
- Correa-quezada, R., & Quinche, P. (2018). *Creatividad y clase creativa en Ecuador*. <https://doi.org/10.22201/crim.9786070295331e.2018.c16>
- Dalgleish, T., Williams, J. M. G. , Golden, A.-M. J., Perkins, N., Barrett, L. F., Barnard, P. J., ... Watkins, E. (2007). Potencialidades y riesgos para desarrollar una economía plural en Bolivia. *Journal of Experimental Psychology: General*, 136(1), 23–42.
- Florida R. (2002). the rise of the creative class.
- Fonseca Reis Ana Carla. (2008). Economía creativa como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo.
- Fundación Milenio. (2017). Informe de Milenio sobre la Economía Boliviana. *Journal of Experimental Psychology: General*, 136(1), 23–42. Retrieved from file:///C:/Users/Hael Saucedo/Downloads/Informe-de-Milenio-sobre-la-Economía-de-Bolivia-No.-39 (1).pdf
- Fundación Milenio. (2018). Capital social y tipos de economía 1, 2–3.
- Ghelfi, D. (2005). El motor de la creatividad en la economía creativa: entrevista a John Howkins. *International Institute of Communications*.
- Krueger, N. F. J. (2000). The cognitive infrastructure of opportunity emergence. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 24(3), 5–23.
- Krugman Paul. (1994). Competitiveness: A dangerous Obsession. Retrieved from [https://www.pauldeng.com/teaching/intecon/Krugman competitiveness a dangerous obsession.pdf](https://www.pauldeng.com/teaching/intecon/Krugman%20competitiveness%20a%20dangerous%20obsession.pdf)
- Madoery, O. (2007). *Otro desarrollo. El cambio desde las ciudades y las regiones*. Retrieved from http://www.dhl.hegoa.ehu.es/ficheros/0000/0299/Madoery_Otro_Desarrollo_El_cambio_desde_las_ciudades_y_las_regiones_2008.pdf
- Negrín, A. (2017). Un modelo para armar la nueva relación estratégica con Europa. *Comercio Exterior*, 9(2395–8324), 76–79. Retrieved from <http://www.bancomext.com/wp-content/uploads/2017/01/CEB-9.pdf>
- Oporto, H., & Octubre, G. E. (2015). La industrial digital naciente en Bolivia : Emprendimientos y modelos de negocios en el campo de la tecnología de la información Henry Oporto y José Gabriel Espinoza Octubre de 2015 Fundación Milenio, 1–45.
- Potts, J., & Cunningham, S. (2010). Four models of the creative industries. *Revue D'économie Politique*, 120(1), 163. <https://doi.org/10.3917/redp.201.0163>
- Querejazu, V., Zavaleta, D., & Mendizabal, J. (2014). *Reporte Nacional Bolivia 2014. Global Entrepreneurship Monitor*.
- UNCTAD. (2010). Economía creativa. Informe 2010. *English*, 392. Retrieved from <http://www.unctad.org/Templates/WebFlyer.asp?intItemID=5763&lang=1>
- UNESCO. (2007). *Nuestra diversidad Creativa*. (UNESCO, Ed.), *Journal of Experimental Psychology: General* (Vol. 136).
- UNESCO. (2010). INDICADORES UNESCO DE CULTURA PARA EL DESARROLLO, 44.
- UNESCO. (2013). *Informe sobre la economía creativa. 2013 Edición especial*. Retrieved from <https://es.unesco.org/creativity/informe-sobre-economia-creativa-2013>

Anexo No 1

Tipo/Modelo	Hipótesis	Características	Descripción
El modelo de bienestar	$H1: \frac{dY}{dCI} < 0; \frac{dU}{dCI} > 0$	Las IC tienen un impacto que consumen más recursos de los que producen.	Concentrándonos en el signo de dY / dCI y lo que significa decir que dY / dCI es negativo.
El modelo de competición	$H2: \frac{dY}{dCI} = 0; \frac{dU}{dCI} = 0$	El impacto del crecimiento neutral, basándose en la sustitución competitiva de recursos	TFPCI = TFPY. lograr rendimientos equivalentes en el margen.
El modelo de crecimiento	$H3: \frac{dY}{dCI} > 0; \frac{dU}{dCI} \geq 0$	las IC son “motor” del crecimiento agregada, $dY / dCI > 0$.	las industrias creativas son un “motor” del crecimiento
El modelo de innovación	$H4: \frac{dY}{dCI} \text{ indefinido}; \frac{dU}{dCI} \text{ abierto}$	Este modelo rechaza efectivamente el maestro inicial de estática a dinámica.	conlleva un cambio de política y compromiso económico con respecto a la innovación.

Fuente: Adaptado en base al modelo propuesto de (Potts & Cunningham, 2010)