

La creatividad en el territorio

Compilador: Econ. Arnaldo Vergara-Romero, Mgtr.



LA CREATIVIDAD EN EL TERRITORIO.

COMPILADOR:

Arnaldo Vergara-Romero, Mgtr.

2021

TÍTULO

LA CREATIVIDAD EN EL TERRITORIO.

COMPILADOR:

Arnaldo Vergara-Romero, Mgtr.

AUTORES:

Arnaldo Vergara-Romero, Mgtr.

Fidel Márquez-Sánchez, Ph.D.

Katherine Coronado Blum, Econ.

Rafael Sorhegui-Ortega, Ph.D.

Stefania Baidal Chang, Mgtr.

AÑO

2021

EDICIÓN

Econ. César Augusto Pozo Estupiñán - Departamento de Publicaciones

Mgtr. Nadia Aurora González Rodríguez - Coedición

Universidad ECOTEC

ISBN

978-9942-960-57-3

NO. PÁGINAS

117

LUGAR DE EDICIÓN

Samborondón - Ecuador

DISEÑO DE CARÁTULA

Ing. Annabell Esperanza Aguilar Muñoz - Departamento de Relaciones
Públicas y Marketing. Universidad ECOTEC

NOTA EDITORIAL: Los trabajos que conforman los capítulos del presente libro son resultado de investigaciones de titulación de estudiantes de grado y posgrado, que tributan a la Línea de Investigación "Teoría y Desarrollo económico", en colaboración con los docentes de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad ECOTEC. El compilador de esta obra tuvo la responsabilidad de seleccionar dichas investigaciones científicas, tomando en consideración el impacto y relevancia de la información, en virtud de la difusión del conocimiento.

CONTENIDO

Índices de Tablas	3
Índices de Figuras.....	5
DATOS DEL COMPILADOR	6
PRESENTACIÓN.....	7
CAPÍTULO 1: ECONOMÍA CREATIVA, TERRITORIO Y POLÍTICAS PÚBLICAS	9
Autores:	9
Arnaldo Vergara-Romero, Mgtr.	9
Fidel Márquez-Sánchez, Ph.D.	9
1.1. Introducción	9
1.2. Economía creativa	10
1.3. Fuentes de economía creativa	15
1.4. Territorio y las ciudades creativas	18
1.5. Ciudades creativas y clúster creativo	20
1.6. Economía creativa y políticas públicas	23
1.7. Reflexiones finales.....	28
1.8. Referencias bibliográficas	29
CAPITULO 2: LA ECONOMÍA CREATIVA PARA EL FORTALECIMIENTO DEL DESARROLLO TERRITORIAL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL-ECUADOR.	37
Autores:	37
Katherine Coronado Blum, Econ.....	37
Rafael Sorhegui Ortega, Ph.D.....	37
2.1. Introducción	37
2.2. Marco metodológico	42
2.3. Análisis de resultados	44
2.4. Propuesta	54
2.5. Conclusiones	57
2.6. Recomendaciones	58

2.7. Referencias bibliográficas	59
2.8. Anexos del capítulo	64
CAPÍTULO 3: DISEÑO DE UNA INDUSTRIA CREATIVA PARA EL DESARROLLO TERRITORIAL DEL CANTÓN YAGUACHI.....	72
Autores:	72
Stefania Baidal Chang, Mgtr.	72
Rafael Sorhegui-Ortega, Ph.D.....	72
3.1. Introducción	72
3.2. Marco metodológico y diagnóstico del cantón	74
3.3. Análisis de los resultados	90
3.4. Propuesta	107
3.5. Conclusiones	113
3.6. Recomendaciones	114
3.7. Referencias bibliográficas	115

Índices de Tablas

Tabla 1. Áreas para evaluar las industrias creativas.....	20
Tabla 2. Estrategia de crecimiento de la economía creativa.....	255
Tabla 3. Metas y estrategias para la economía creativa.....	266
Tabla 4. Actividades creativas que contribuyen al desarrollo local de Guayaquil.	466
Tabla 5. Dimensión política, parte 1.....	477
Tabla 6. Dimensión política, parte2.....	488
Tabla 7. Dimensión entorno digital, parte 1.	499
Tabla 8. Dimensión asociación con la Sociedad Civil, parte 1.	499
Tabla 9. Dimensión asociación con la Sociedad Civil., parte 2.....	50
Tabla 10. Dimensión asociación con la Sociedad Civil, parte 3.	51
Tabla 11. Dimensión desarrollo territorial, parte 1.	51
Tabla 12. Dimensión desarrollo territorial, parte 2.	52
Tabla 13. Dimensión desarrollo territorial, parte 3.	53
Tabla 14. Dimensión desarrollo territorial, parte 4.	53
Tabla 15. Dimensión desarrollo territorial, parte 4.	55
Tabla 16. Matriz de las principales actividades productivas del territorio según participación en la PEA.	788
Tabla 17. Matriz de uso del suelo de cantón Yaguachi.....	799
Tabla 18. Matriz de principales cultivos en el cantón Yaguachi.	80
Tabla 19. Matruz de establecimientos económicos existentes en el cantón Yaguachi.	81
Tabla 20. Instituciones educativas del cantón Yaguachi por sostenimiento y por área.	84
Tabla 21. Niños y niñas de 5-14 que asisten a establecimientos de enseñanza regular del cantón san Jacinto de Yaguachi por parroquia.	855
Tabla 22. Porcentaje de analfabetismo de población del cantón Yaguachi por parroquia y por sexo.....	86
Tabla 23. Análisis de la pregunta No 1.	102
Tabla 24. Análisis de la pregunta No 2.	103
Tabla 25. Análisis de la pregunta No 3.	104
Tabla 26. Análisis de la pregunta No 4.	105

Tabla 27. Análisis de la pregunta No 5.	106
Tabla 28. Comparación de Resultados en las entrevistas y encuestas No 1.	108
Tabla 29. Comparación de Resultados en las entrevistas y encuestas No 2.	1099
Tabla 30. Comparación de Resultados en las entrevistas y encuestas No 3.	1100
Tabla 31. Comparación de Resultados en las entrevistas y encuestas No 4.	11111
Tabla 32. Comparación de Resultados en las entrevistas y encuestas No 5.	113

Índices de Figuras

Figura 1. Tipos de creatividad.	122
Figura 2. Componentes de la Economía creativa.	144
Figura 3. Actividades que se consideran creativas en Guayaquil.	45
Figura 4. Relieve del cantón San Jacinto de Yaguachi.	755
Figura 5. Ubicación cantón San Jacinto de Yaguachi.	766
Figura 6. Implementar una industria creativa.	9191
Figura 7. Estructura cultural.	9191
Figura 8. Cabildo e implementación de una industria creativa.	9292
Figura 9. Potencial de Desarrollo Económico y Social.	93
Figura 10. Talleres de capacitación.	94
Figura 11. Industria creativa.	94
Figura 12. Productos de mayor demanda.	95
Figura 13. Espacio físico.	96
Figura 14. Industrias creativas.	96
Figura 15. Triangulación de Información.	102

DATOS DEL COMPILADOR

ARNALDO VERGARA-ROMERO, MGTR.

Economista con mención en Economía Internacional, Universidad de Guayaquil, Ecuador y Contador Público Autorizado, Universidad de Especialidades Espíritu Santo, Ecuador.

Magister en Economía mención en Desarrollo Económico y Políticas Públicas, Universidad Ecotec, Ecuador.

Doctorando en Ciencias Sociales y Jurídicas, Universidad de Córdoba, España. Experto en Metodologías para la Investigación, Universidad de Córdoba, España.

Diplomado en Desarrollo de Competencias Gerenciales, Tecnológico de Monterrey, México.

Experiencia Profesional

- Gerente General, Esnobis S. A., 2010-2018.
- Socio Gerente, Axios Research, 2019-actualidad.
- Docente tiempo parcial, Universidad Ecotec, 2020.
- Docente-Investigador, Centro de Estudios para el Desarrollo Sostenible de la Universidad Ecotec, 2020-actualidad.

PRESENTACIÓN

En el último quindenio, el concepto de economía creativa ha ganado popularidad en el ámbito gubernamental, académico y empresarial, ya que ven el potencial de desarrollo económico en el desarrollo de la creatividad y la propiedad intelectual. La creatividad también se está convirtiendo en una fuente de valor económico.

En este sentido, la relación entre el desarrollo de la economía creativa y la innovación es de especial interés. Se evidencia periodos de cambio estructural a nivel global en economías caracterizadas por un crecimiento constante de las industrias creativas como fuente de empleo, exportaciones y valor agregado.

Mediante el concepto de economía creativa se extiende el paradigma para el futuro de la economía y el futuro de la sociedad en su conjunto, y la creatividad combinada con el conocimiento se considera el recurso económico más importante del mundo con una población en crecimiento.

Es así como las industrias creativas influyen en la actividad innovadora de la economía de varias maneras. Partiendo que, las principales fuentes de ideas innovadoras se encuentran en las industrias creativas, esto contribuye a la creación de nuevos productos, servicios y el potencial de innovación de la economía.

De igual manera, las industrias creativas, al ofrecer sus servicios a otros sectores, contribuyen a las actividades de innovación de otras empresas. Un gran ejemplo de este encadenamiento se refleja en que, la creación de productos y servicios creativos, el sector creativo a menudo necesita nuevas tecnologías, proporcionando impulsos innovadores para los fabricantes de tecnologías.

La Creatividad en el Territorio

El primer capítulo aborda el concepto de economía creativa, industrias creativas y su relación en la ciudad creativa con las políticas públicas por implementar sea a nivel gubernamental o territorial.

El segundo capítulo evalúa la economía creativa como una propuesta viable para el fortalecimiento del desarrollo económico territorial en la ciudad de Guayaquil y el tercer capítulo determina la contribución de las industrias creativas al desarrollo territorial del cantón Yaguachi.

El Compilador

CAPÍTULO 1: ECONOMÍA CREATIVA, TERRITORIO Y POLÍTICAS PÚBLICAS

Autores:

Arnaldo Vergara-Romero, Mgtr.

<https://orcid.org/0000-0001-8503-3685>

Magister en Economía. (Ecuador).

Docente investigador del Centro de Estudios para el Desarrollo Sostenible de la

Universidad Ecotec, Ecuador.

avergara@ecotec.edu.ec

Fidel Márquez-Sánchez, Ph.D.

<https://orcid.org/0000-0003-1856-4464>

Doctor en Ciencias Económicas (Cuba).

Docente investigador del Centro de Estudios para el Desarrollo Sostenible de la

Universidad Ecotec, Ecuador.

fmarquez@ecotec.edu.ec

1.1. Introducción

En el mundo actual, la economía creativa se ha convertido en una fuerza transformativa activa. A partir de la globalización, los avances tecnológicos y distribución de productos culturales, el termino de industria creativa tiene su origen en la creatividad, la habilidad y el talento individual (Muniz Junqueira & dos Anjos, 2019), ya que tiene potencial de crear empleo y riqueza a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual convirtiendo al capital humano en un recurso central, conformando un sector con gran potencial de crecimiento económico en donde se ve articulada la cultura con el desarrollo económico internacional (Thompson, 2019).

El desarrollo de las industrias y la economía creativa presenta un desafío para las estructuras gubernamentales (Namyślak, 2020), ya que abarca un conjunto de áreas vinculadas con la política económica y social, el desarrollo económico, la planificación urbana y en comercio internacional.

En las últimas décadas se ha dado una profusión de estudios que ponen su acento en la importancia de la llamada economía creativa en el crecimiento económico y el desarrollo territorial, especialmente en ciudades que habían pasado por un proceso de reconversión económica en la década de los setenta en Europa y que requerían nuevos modelos de desarrollo para recobrar su dinamismo (Gruia et al., 2019).

En Latinoamérica es necesario determinar la contribución de las actividades creativas, Argentina es el país con mayor grado de contribución por parte de las actividades creativas. A partir de esto, es posible observar el grado de injerencia de dicho sector tanto en la producción de riqueza a nivel nacional como internacional en relación a otros países, dejando entrever un gran potencial de desarrollo futuro.

1.2. Economía creativa

La centralidad de la economía todavía sigue orientando en el hombre, siendo el capital humano el principal recurso del desarrollo económico y este a su vez no puede prescindir de la tecnología de la información, que cambia y facilita potenciales en el campo de varias disciplinas científicas (Kumar, 2020).

Para Bernard & Danko (2020), el capital humano se refiere tradicionalmente a la combinación de conocimientos, habilidades utilizadas para satisfacer las diversas necesidades del hombre y de la sociedad en su conjunto.

Es importante que para este estudio se considere el capital humano como una cantidad de habilidades, conocimientos y experiencias (Rodrigues & Franco, 2019). Por lo tanto, el capital humano se equipará con el talento y las habilidades humanas. Este talento y habilidades humanas pueden ser percibidos como creatividad.

La Creatividad en el Territorio

En el sentido moderno, la creatividad se basa en las capacidades convencionales, todas las habilidades, así como en la experiencia y competencia, que se utilizan para obtener beneficios económicos y de otros tipos de beneficios (Mazilu, 2020). Bajo este mismo sentido, la relación entre creatividad y economía tiene un resultado interesante.

Asimismo, el término creatividad se utiliza para definir creativo o potencial creativo. Esto se debe probablemente al hecho de que el término se percibe más fácilmente (Pereda, 2014). La creatividad se refiere a la formulación de nuevas ideas y la aplicación de estas ideas para crear obras de arte y culturas originales, desarrollos funcionales, invenciones científicas e innovaciones tecnológicas. La palabra está asociada con la novedad, la imaginación, la inspiración, el ingenio y en algunos casos la artesanía (Cockshut et al., 2020).

El concepto de creatividad ha sido conocido durante mucho tiempo, sin embargo, durante el siglo XX ha fortalecido la relación entre creación, cultura, ciencia y economía. Bajo este mismo sentido, la relación entre creatividad y economía tiene un resultado interesante, dando así impulso al desarrollo de la economía creativa (Márquez Sánchez & Sorhegui-Ortega, 2018).

Uno de los pioneros en describir la esencia de la creatividad fue el psicólogo E. Paul Torrance en 1974, define el término creatividad como un proceso de aparición de la sensibilidad a los problemas, déficit o falta de armonía de los conocimientos disponibles, que obliga a las personas a buscar la mejor forma de resolverlos (Bart et al., 2017).

En la actualidad, el concepto de creatividad ha dejado de ser puramente psicológico y sólo para los individuos, convirtiéndose en una característica de un sistema holístico como lo es la economía (Friel, 2020).

La Creatividad en el Territorio

La creatividad se la puede distinguir en 4 tipos: (ver figura 1)

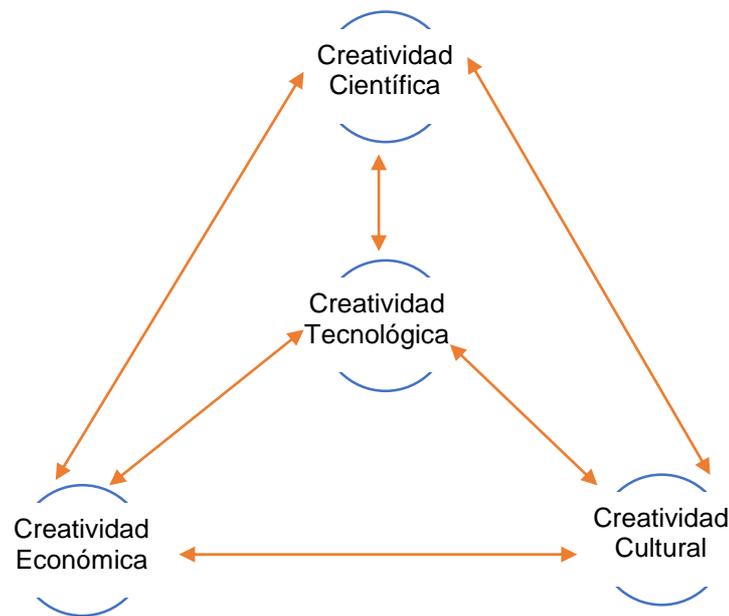


Figura 1. Tipos de creatividad.

Fuente: Elaborado por los autores

- La creatividad científica significa la capacidad de utilizar la curiosidad y crear nuevas ideas, ver nuevas conexiones, encontrar nuevas formas de resolver problemas (Barrado-Timón et al., 2020).
- La creatividad cultural se refiere a la capacidad de utilizar la imaginación y crear ideas originales y nuevas formas de interpretar el mundo expresado en texto, sonido e imagen (Barandiaran et al., 2020).
- La creatividad económica se refiere en un proceso dinámico que conduce a la innovación en tecnología, prácticas empresariales, marketing, etc., y está estrechamente ligado a la ventaja competitiva (Vierira de Jesus, 2020).
- La creatividad tecnológica es una combinación de otros tipos de creatividad (Farias da Silva et al., 2020).

Evaluar la creatividad cultural es difícil, por lo que se evaluarán tres tipos de creatividad que conforman la economía creativa. La Conferencia de las Naciones Unidas sobre comercio y desarrollo ofrece una definición clara de economía creativa. La economía creativa es un concepto en desarrollo donde la base de

La Creatividad en el Territorio

esa economía son los activos creativos, a través de los cuales se lleva a cabo el crecimiento económico y el desarrollo (Naciones Unidas, 2008).

La economía creativa también contribuye a la generación de ingresos, la creación de empleo y los ingresos de exportación, contribuyendo a la adaptación social, la diversidad cultural y el desarrollo humano (Márquez Sánchez, 1998).

Es destacable mencionar que la economía creativa abarca los aspectos económicos, culturales y sociales, así como el desarrollo tecnológico y las cuestiones de propiedad intelectual (Druzhynina et al., 2020). Este tipo de economía está unida al desarrollo de proyectos estratégicos interdisciplinarios innovadores. El desarrollo económico depende cada vez más del fortalecimiento de la relación entre el desarrollo de la innovación en la tecnología y los contenidos creativos (Vlassis & De Beukelaer, 2019).

Los medios de producción en la economía creativa son los recursos intelectuales, la capacidad de los sujetos para resolver problemas mediante métodos no estándar. El desarrollo conceptual empezó su fundamentación en los trabajos académicos del economista y sociólogo Richard Florida, y el experto del Banco Mundial Charles Landry, donde se enmarca y se orienta en que la creatividad considera un atributo del desarrollo exitoso de una nueva economía (Lee, 2020).

Según los estudios de los dos autores mencionados en el párrafo anterior, es posible describir la economía creativa como un sistema que consta de tres elementos: la ciudad creativa, la clase creativa y las industrias creativas. (Ver figura 2).

El concepto de ciudad creativa pertenece al trabajo de Charles Laundry donde menciona: una ciudad creativa con un método de planificación urbana que da la gente la oportunidad de pensar creativamente y actuar, haciendo que las ciudades sean más resilientes e impulsa la imaginación y el talento (Bernard & Texeira, 2020).

La Creatividad en el Territorio

La ciudad creativa afirma su creatividad a través de todos los medios de comunicación; por ejemplo, la comunicación directa, a través de materiales impresos y ahora través de los sitios web.

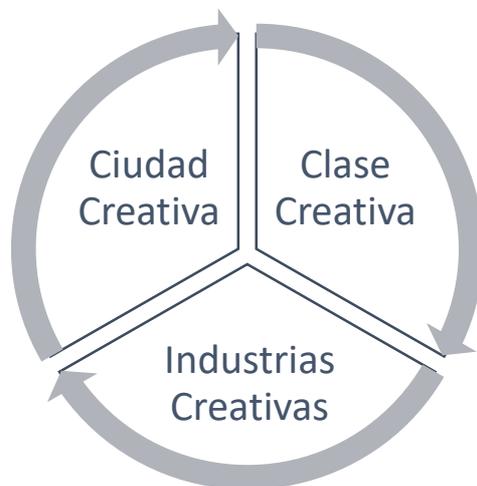


Figura 2. Componentes de la Economía creativa.

Fuente: Elaborado por los autores

Richard Florida en su libro describe la clase creativa dividiéndola en dos partes. El núcleo de la clase creativa está formado por personas dedicadas a los campos científico y técnico, la arquitectura, el diseño, la imagen, el arte, la música y el entretenimiento, cuya función económica es crear nuevas ideas, nuevas tecnologías y nuevos contenidos creativos (Parlack & Baycan, 2020).

Para Vitalisova et al. (2020), menciona todos los aspectos y todas las manifestaciones de la creatividad - tecnológicos, culturales y económicos - están interrelacionados e inseparables. La clase creativa se caracteriza por el pensamiento independiente, la educación superior, es decir, alto nivel de capital humano (Rodríguez Monteagudo & Olivares Delgado, 2019). Para esas personas, es necesario expresar sus pensamientos y crear algo nuevo.

John Hawkins en su libro, intentó rastrear la influencia de las industrias creativas a escala regional, el cual identificó 15 industrias creativas, incluyendo programación, investigación y diseño, así como industrias de contenido creativo como el cine y la música (Levickaitė, 2011).

Estas industrias producen propiedad intelectual en forma de patentes, derechos de autor, marcas y desarrollo originales. Las industrias creativas crean, producen y distribuyen bienes y servicios. La principal diferencia con las industrias tradicionales es que la creatividad y el capital intelectual se utilizan como recursos (Skujina & Loots, 2020). Las industrias creativas producen bienes materiales y servicios intelectuales o culturales intangibles.

1.3. Fuentes de economía creativa

La economía moderna es esencialmente una economía creativa. La esencia de la economía creativa, que se ocupa de las ideas intangibles y los derechos intelectuales, es producir una nueva idea y marcar su singularidad (Li, 2020).

La acumulación de estas ideas o innovaciones se acumulan en el territorio que se denominará ciudad creativa. Bajo esta conceptualización se define y aborda 3 fuentes para desarrollar una ciudad creativa.

Ciudad creativa: Clusterización (especialidad)

Cuando una industria en particular se agrupa, se puede crear un clúster de innovación industrial que está asociada con redes de industrias, expertos y patrones de consumo igual o relacionado.

El economista británico Marshall señaló que “la atmósfera de innovación industrial es rampante en la estación” con la formación de grupos de trabajo especializados y calificada, división de trabajo entre empresas formadas por agrupaciones industriales (Márquez Sánchez et al., 2013).

Las industrias locales tradicionales, el patrimonio cultural, entre otros, son recursos que otras regiones no tienen o imitan fácilmente, y se utilizan como elementos clave de la estrategia creativa de una ciudad (Majdúchová & Barteková, 2020).

La Creatividad en el Territorio

Como ejemplo se puede nombrar a la región de Bolonia en Italia, en esta región se buscó asegurar un poder competitivo mediante la construcción de una red entre las pymes locales, como la joyería, la artesanía, la moda y los interiores centrados en los artesanos creativos.

Este ejemplo se fortalece a través de la construcción de redes horizontales entre industrias, creando una especialización flexible en campos específicos, como la tecnología y conocimiento (De Figueiredo & de Jesus, 2020). Es importante resaltar que los gobiernos centrales y locales deben crear sistemas de apoyo para apoyar la red entre las empresas pymes, así como la ayuda en términos de fiscalidad, información y desarrollo tecnológico (Fazlagić & Szczepankiewicz, 2020).

Ciudad creativa: Redes (Diversidad)

La creatividad de la red se basa en el argumento de que cuanto más diversa y abierta la red de ciudades, mayor será el rendimiento socioeconómico. La alta diversidad industrial y jerárquica de la ciudad clave aumenta el número de combinaciones para la resolución de problemas y amplía las posibilidades de acción creativa. En la ciudad creativa, las discusiones sobre las posibilidades de hacer puertas son activas a través de la convivencia de varias personas, que también está abierta al exterior (Rybarova, 2020).

El éxito de los clústers industriales tanto nacionales como extranjeros es clave para la formación de una red de diversos componentes, incluidas universidades, instituto de investigación y capitales de riesgo (Paulsen et al., 2020).

Las ciudades creativas en red básicamente aumentan la vitalidad y la eficiencia de una ciudad al asegurar la apertura al entorno externo y la diversidad social y cultural, y proporciona nuevas conexiones y redes (Casadei & Lee, 2020).

Los talentos creativos valoran los diversos estilos de vida y comodidades de la ciudad, al igual que la combinación de creatividad e instalaciones de ocio

La Creatividad en el Territorio

cotidianas a menudo produce un resurgimiento local (Domaresky Ruiz, 2019). Para una buena visualización de esta fuente se tiene a Soho Street en Nueva York, el distrito SoMa de San Francisco y Pioneer Square en Seattle.

Ciudad creativa: Orientación al valor

Al identificar y complementar los problemas de la sociedad moderna, es posible implementar una ciudad verdaderamente creativa a través de un enfoque orientado a nuevo valor futuro; por ejemplo, la estrategia de economía creativa del Reino Unido, está orientada a la industria de las artes y cultura, también internamente está orientada a un nuevo valor para la resolución de las puertas de la era de industrialización, como producción en masa, desempleo y falta de educación (Borén et al., 2020).

La ciudad de Friburgo en Alemania, se transformó en una ciudad verde ideal mediante la adopción de una política de transporte sostenible y una estrategia de industrialización ecológica, ya que los bosques fueron destruidos debido a la industrialización (Lerena y Orozco, 2020).

Con el desarrollo de la industria de alimentos orgánicos ecológicos utilizando materiales locales, la industria artesanal hecha por artesanos locales y la industria del turismo sostenible, ha logrado la regeneración local, de esta manera el gobierno alemán como capital ambiental (Vergara-Romero y Moreno Silva, 2019).

Es muy intuitivo que para escapar de la era de la búsqueda de imitación de los países desarrollados es necesario establecer un valor agregado y una estrategia para resolver los problemas planteados en nuestra sociedad (Pacherres Nolivos et al., 2020). De esta forma se desarrollará la oportunidad de una economía creativa, promoviendo la comunicación de ideas en el campo de la ciencia y la tecnología. Asimismo, es necesario realizar esfuerzos para resolver conjuntamente cuestiones como el desempleo juvenil, la calidad de los servicios sociales y la calidad de las personas de la tercera edad (Boal-San Miguel & Herrero Prieto, 2020).

1.4. Territorio y las ciudades creativas

El término territorio en un principio solo se refería al espacio jurídico de un país, con el tiempo, la idea de territorio se fue involucrando en el área social, estableciendo una relación social entre los seres humanos en los ámbitos: culturales, sociales, políticos y económicos (Vergara-Romero y Sorhegui-Ortega, 2020). Asimismo, se da la relación de con la empresa, ya que ella se establece en un local o región dentro del territorio. La evolución de la globalización ha hecho que los mercados exijan mayor eficiencia a las empresas, de tal forma que estén en la capacidad de competir (Vergara-Romero y Rojas Dávila, 2019).

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

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

Para la presente investigación se denominará al desarrollo territorial como aquel “espacio geográfico administrativo (nacional, regional, local, municipal), que incorpora la diversidad y la diferencia como elementos centrales de su estrategia” (Peroni, 2013, p. 62), que tiene la facultad reconocer y emplear eficientemente los recursos locales y oportunidades externas.

La Creatividad en el Territorio

Los objetivos del desarrollo territorial son: crecimiento de la producción, generar empleo, mejorar la calidad de vida y optimizar la productividad local; en combinación con una gestión pública territorial adecuada que proporcione en las empresas locales competitividad.

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

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

La organización de la industria creativa está conformada principalmente por PYMES, organizaciones y artistas individuales. Además, de las características particulares de las PYMES (capacidad de emprendimiento, innovación y adaptación a los cambios), las industrias creativas proveen un vínculo entre el espacio local y sus manifestaciones simbólicas. Según la UNESCO, las industrias creativas tienen las siguientes características:

- Intersección entre la economía, la cultura y el derecho.
- Incorporan la creatividad como componente central de la producción.
- Contenido artístico, cultural o patrimonial.
- Bienes, servicios y actividades frecuentemente protegidas por la propiedad intelectual – derecho de autor y los derechos conexos.

La Creatividad en el Territorio

- Doble naturaleza: económica (generación de riqueza y empleo) y cultura (generación de valores, sentido e identidades) Innovación y re-creación.
- Demanda y comportamiento de los públicos difícil de anticipar.

Para el establecimiento de los indicadores del presente proyecto de investigación, se tomarán en consideración las áreas de seguimiento de la UNESCO. (ver tabla 1)

Tabla 1

Áreas para evaluar las industrias creativas.

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

Fuente: Tomado de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 2016.

1.5. Ciudades creativas y clúster creativo

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

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

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

Una ciudad creativa es aquella que, además de desarrollar las actividades de las economías creativas... da soluciones ingeniosas, innovadoras, a sus problemas fundamentales en lo económico, social, ambiental y cultural; transforma en oportunidades ciertas características que pudieran entenderse como negativas; genera inclusión social, participación y hace un uso razonable de los recursos naturales (PNUD, 2013).

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

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

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

La Creatividad en el Territorio

- Riqueza cultural y/o creativa del entorno.

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

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

Hoy en día es común que las ciudades estén más interesadas en la contribución de las industrias creativas al desarrollo local en manera de clúster, “en tal medida, pueden ser útiles a la hora de recuperar áreas en decadencia, diversificar la economía local y replantear la identidad de un área en particular” (BOP Consulting, 2010).

El clúster, es un pequeño espacio geográfico concentrado de negocios basados en la economía creativa donde se explotan sus ventajas naturales. Estos negocios incentivan la innovación y favorecen la prosperidad de los mercados laborales locales (Gasparin & Quinn, 2020).

Los clústeres creativos han existido en las ciudades hace mucho tiempo, como en el caso de Hollywood, distrito de la ciudad de Los Ángeles que concentra la industria del cine norteamericano y funciona desde 1911. Otros ejemplos son el Barrio Chino en Sao Paulo, Broadway en Nueva York, Cinecittà en Roma, Soho

en Londres y el Centro Metropolitano de Diseño en Buenos Aires. En Latinoamérica, los países (Argentina, Colombia, Brasil y Chile) que han logrado con éxito estos espacios, sirven como estrategia de desarrollo para las propias industrias e incluso encajan con la estrategia de marca-país.

1.6. Economía creativa y políticas públicas

La economía creativa y la ciudad creativa son conceptos teóricos y al mismo tiempo políticos. Sin embargo, las teorías y las políticas están interrelacionadas, pero se separan analíticamente (Ezquerro Quintana et al., 2016). En Occidente, el concepto de creatividad y la discusión de una economía creativa o una ciudad creativa basada en él no es una teoría estandarizada en el mundo académico, sino como una estrategia política para promover la revitalización económica y el crecimiento urbano (especialmente la regeneración urbana) en el mundo político (Coll-Martínez & Méndez-Ortega, 2020).

En otras palabras, la economía creativa y las políticas de la industria creativa se basan en la economía cultural o la economía basada en el conocimiento, y el país o ciudad se reestablece de la recesión económica debido a la contracción de la industria manufacturera basada en la producción de materiales en varios países avanzados de Europa y América del Norte. Se puede decir que apareció según la necesidad de un plan para activarlo.

En el caso del Reino Unido, la política y el discurso de la economía creativa comenzaron con un estudio del Equipo de Trabajo de la Industria Creativa dentro del Ministerio de Cultura, Medios y Deportes (DCMS) establecido en 1997. Intentó revitalizar la creatividad y las industrias culturales relacionadas que se enfatizaron en el proceso de elección renombrándolas como industrias creativas después del lanzamiento. En ese momento, el Reino Unido se enfrentaba a un declive en la industria manufacturera y un estancamiento relativo en la industria financiera, y el gobierno del Partido Laborista recién surgido necesitaba una reforma de la conciencia nacional y una mejora estructural de la economía nacional. En esta situación, las industrias creativas mostraron tasas de

crecimiento relativamente altas como áreas industriales que incluyen I+D, industrias culturales y otras industrias de servicios (Borén & Young, 2020).

Siguiendo el ejemplo del Reino Unido, que sus políticas continuaron promoviendo las industrias creativas para reconocerlas como nuevos impulsores del crecimiento económico que pueden resolver problemas como el bajo crecimiento y el desempleo (Belfiore, 2020).

Sin embargo, a pesar del hecho de que industria cultural e industria creativa pueden entenderse ampliamente en el mismo contexto, incluso si las definiciones conceptuales y los sectores compositivos son algo diferentes, la idea de industria creativa fue una investigación estratégica de la economía creativa y su aplicación en las políticas públicas (Casey & O'Brien, 2020).

A nivel internacional la economía creativa y la política de ciudades creativas también pueden centrarse en cómo se aborda esta política macro. Por ejemplo, Prince adoptó una perspectiva de ensamblaje sobre la transferencia de políticas y considerar cómo se configura el propósito de la directiva transferida en diferentes lugares (Vitalisova, 2020).

Se asume que la composición de los objetivos de la política mediante técnicas específicas se lleva a cabo de forma universal que se puede aplicar a más de un lugar a través del caso de la transferencia del concepto de política de industria creativa. Sin embargo, es casi imposible pasar a una forma universal, ya que el propósito de algunas políticas debe fusionarse en un nuevo país o región en una nueva combinación de otras políticas (Dudek-Mańkowska & Grochowski, 2019).

En otras palabras, el trabajo de ensamblaje es el proceso de mover una política requiere una serie de trabajos diversos que incluyen la alineación de varios motivos políticos, la traducción de diferentes pensamientos, el diseño de nuevos conceptos y programas (Comunian & England, 2020).

La Creatividad en el Territorio

La economía creativa está entre los principales objetivos de muchos países y en la retórica política de dichos gobiernos. Para García-Flores y Palma Martos (2019), la política y el discurso de la economía creativa en la actualidad se brinda como una receta para revivir la socioeconómica de los países. Al incorporar la imaginación y la creatividad en todos los campos y crear nuevos empleos y valor agregado fomentando la convergencia entre las industrias, se está tomando un enfoque de política en las capacidades políticas (ver tabla 2).

Tabla 2

Estrategia de crecimiento de la economía creativa.

	Estrategia de Economía tradicional	Estrategia de Economía Creativa
Modelo de crecimiento	Los países en desarrollo persiguen un tipo de crecimiento.	Crecimiento líder en el mercado mundial.
Centro de crecimiento	Crecimiento total (centrado en la tasa de crecimiento económico)	Crecimiento centrado en las personas (orientado a la tasa de empleo)
Proceso de crecimiento	Crecimiento cuantitativo centrado en insumos como trabajo y capital.	Crecimiento cualitativo orientado a la productividad.
Efecto de crecimiento	Exportación de bienes y servicios.	Crecimiento equilibrado entre sectores mediante la mejora de la productividad de los sectores vulnerables.

Fuente: Elaboración propia

Siguiendo el mismo lineamiento de economía creativa, esta se nota como una nueva estrategia económica que combina la imaginación y la creatividad de las personas con la ciencia, la tecnología y las TIC, creando nuevas industrias, mercados y fortaleciendo las industrias existentes para crear buenos empleos (Da Silva Santos et al., 2019).

El abordaje de un ecosistema económico, se diversifica donde individuos y empresas intercambian y/o comunican sus investigaciones y desarrollos

La Creatividad en el Territorio

fusionando la ciencia, tecnología y las TIC para crear activos creativos (tecnología y conocimiento).

Mediante la conexión de los activos creativos a las empresas emergentes o la combinación de productos y servicios existentes para crear nuevas industrias y mercados, o el fortalecimiento de la competitividad de las industrias existentes (Games & Rendi, 2019), también se entiende como un proceso o sistema en el que las pequeñas empresas y las grandes empresas entran en el mundo en cooperación con ganar-ganar y crear mejores puestos de trabajo (Abrantes Fioravante & Emmendoerfer, 2019).

Esta estrategia de crecimiento de la economía creativa se describe como una estrategia de crecimiento equilibrada y en la que se ganan en beneficio con las empresas de riesgo y las empresas pymes basadas en la industria de software y servicios, armoniza el crecimiento, el empleo y el bienestar basados en la creatividad, en comparación con las estrategias de crecimiento existentes (Rosyadi et al., 2020). A partir de estos propósitos se visibiliza metas y estrategias para la promoción de la economía creativa, tal como se describe en la siguiente tabla 3:

Tabla 3

Metas y estrategias para la economía creativa.

Metas	Estrategias
Creación de un ecosistema donde la creatividad se recompensa con justicia y el emprendimiento es fácil.	Expansión de la inversión en ideas y tecnologías creativas.
	Creación de condiciones comerciales fáciles.
	Promoción de la propiedad intelectual, protección y utilización de ideas y tecnologías.
	Activación de la función catalizadora para la comercialización de activos creativos.
	Establecimiento de una red de seguridad para empresas emergentes que pueden ser desafiadas.

La Creatividad en el Territorio

Mejora de la economía creativa y el avance global de las pymes de riesgo.	Establecimiento de un punto de apoyo para empresas pequeñas y emprendedoras.
	Apoyo a emprendimientos y empresas pymes para desarrollar mercados globales.
	Promover la cooperación mutuamente beneficiosa entre grandes y pequeñas empresas.
	Aliviar dificultades como empresas y escasez de personal de pequeñas empresas.
Creación de motores de crecimiento para nuevas industrias y nuevos mercados.	Creación de una nueva estructura de crecimiento para las industrias existentes mediante la convergencia de la ciencia, la tecnología y las TIC.
	Creación de nuevas industrias basadas en internet e industrias de alto valor agregado.
	Crear un nuevo mercado a través de la innovación tecnológica centrada en las personas.
	Desarrollar nuevos mercados mediante el descubrimiento y el fomento de nuevas industrias prometedoras en el futuro.
	Promover la convergencia industrial y la creación de mercados mediante la racionalización regulatoria.
Fomentar talentos creativos globales con talentos y espíritu de desafío.	Entrenamiento de talento creativo de tipo convergencia.
	Difundir la educación para elevar el espíritu de desafío y espíritu empresarial.
	Activación de talentos creativos que ingresan en el extranjero y en el país.
Refuerzo de las capacidades de innovación de la ciencia, la tecnología y las TIC como base de la economía creativa.	Mejora del sistema I+D para expandir el potencial y fortalecer la comercialización.
	Fortalecimiento de las capacidades de innovación de las TIC para acelerar la economía creativa.
	Refuerzo de la industria, la academia, la investigación y la cooperación regional centrada en la creación de empleo.
	Fortalecimiento del papel de la ciencia, la tecnología y las TIC para resolver problemas globales.
Crear una cultura de economía creativa donde trabajen las personas y el gobierno.	Creación de una cultura creativa donde se pueda expresar la creatividad y la imaginación.
	Convergencia de los recursos públicos y las ideas de las personas a través del Gobierno 3.0
	Innovación en la forma en que trabaja el gobierno para realizar una economía creativa.

Fuente: Elaboración propia

Resumiendo, el análisis de algunos aspectos de la economía creativa y las posibilidades de su funcionamiento en los territorios, cabe destacar que las industrias creativas se basan en el conocimiento interrelacionado de la naturaleza, las características culturales y la sinergia entre etnoeconomía, espíritu empresarial y liderazgo.

1.7. Reflexiones finales

Para la economía creativa territorial, existen dos escenarios potenciales para el buen desarrollo: un nuevo camino de la creatividad, la reestructuración regional, cuando el territorio desarrolla nuevas formas de competitividad o una disminución del componente creativo en la economía regional.

Entre los mecanismos más importantes que pueden conducir a la creación de un nuevo camino se encuentran los cambios científicos, institucionales, económicos y sociales que permitan la formación o implementación de nuevos conocimientos y prácticas.

Algunos de estos cambios ya se están produciendo en varios territorios, por ejemplo, la promoción del desarrollo sostenible, oportunidades tecnológicas, impacto de la globalización, la autodeterminación regional y la delegación del poder. Sin embargo, los agentes de transformación son un componente crítico y necesario del cambio.

Estos agentes de transformación pueden ser instituciones políticas, empresas u organizaciones no gubernamentales, pero al final, el motor de los cambios son los individuos y sus grupos que hacen la historia creativa de un territorio o región.

Muy importante resaltar que algunas peculiaridades de los territorios excluyen la posibilidad de transferir la experiencia creativa, es necesario crear una nueva síntesis de la experiencia territorial y mundial en el desarrollo de la economía creativa, por lo tanto, la economía creativa de un territorio debe tener en cuenta la reflexión sobre los desafíos y la disposición de las propias entidades territoriales.

1.8. Referencias bibliográficas

- Abrantes Fioravante, A. S. & Emmendoerfer, M. L. (2019). Indústrias Criativas: Reflexões a Luz da Microeconomia. *Revista Gestão e Desenvolvimento*, 16(2), 170-185. <https://doi.org/10.25112/rgd.v16i2.1835>
- Alburquerque, F. (2014). *Evolución del desarrollo territorial. Situación actual, crisis y perspectivas*. (G. d. Barcelona, Ed.) Elementos de Innovación y Estrategia (6), 1-22. <https://www1.diba.cat/liblioteca/pdf/54057.pdf>
- Barandiaran-Irastorza, X., Peña-Fernández, S. & Unceta-Satrústegui, A. (2020). The Archipelago of Cultural and Creative Industries: A Case Study of the Basque Country. *Economies*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.3390/economies8010021>
- Barrado-Timón, D., Palacios, A. & Hidalgo-Giralt, C. (2020). Medium and Small Cities, Culture and the Economy of Culture. A Review of the Approach to the Case of Spain in Light of International Scientific Scholarship. *Sustainability*, 12(18), 7321. <https://doi.org/10.3390/su12187321>
- Bart, W. M., Hokanson, B. & Can, I. (2017). An investigation of the factor structure of the Torrance Tests of Creative Thinking. *Educational Sciences: Theory & Practice*, 17(2).
- Belfiore, E. (2020). Whose cultural value? Representation, power and creative industries. *International Journal of Cultural Policy*, 26(3), 383-397. <https://doi.org/10.1080/10286632.2018.1495713>
- Bednar, P. & Danko, L. (2020). Coworking spaces as a driver of the post-fordist city: A tool for building a creative ecosystem. *European Spatial Research and Policy*, 27(1), 105-125. <https://doi.org/10.18778/1231-1952.27.1.05>
- Bernard, A.P. & Teixeira, C.S. Economia criativa no universo das startups. *Revista Tecnologia e Sociedade*, Curitiba, v. 16, n. 40, p. 1-12, abr/jun. 2020. <https://doi.org/10.3895/rts.v16n40.10079>
- Boal-San Miguel, I. & Herrero-Prieto, L. C. (2020). A Spatial–Temporal Analysis of Cultural and Creative Industries with Micro-Geographic Disaggregation. *Sustainability*, 12(16), 6376. <https://doi.org/10.3390/su12166376>

- BOP Consulting. (2010). *Guía práctica para mapear las Industrias Creativas*. British Council.
- Borén, T., Grzyś, P. & Young, C. (2020). Intra-urban connectedness, policy mobilities and creative city-making: national conservatism vs. urban (neo) liberalism. *European Urban and Regional Studies*, 0969776420913096. <https://doi.org/10.1177/0969776420913096>
- Borén, T. & Young, C. (2020). Policy mobilities as informal processes: evidence from “creative city” policy-making in Gdańsk and Stockholm. *Urban Geography*, 1-19. <https://doi.org/10.1080/02723638.2020.1735197>
- Buitrago, F. (2013). *La Economía Naranja. Una oportunidad infinita*. Banco Interamericano de Desarrollo. Punto aparte Bookvertising.
- Casadei, P. & Lee, N. (2020). Global cities, creative industries and their representation on social media: A micro-data analysis of Twitter data on the fashion industry. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 52(6), 0308518X20901585, 1195-1220. <https://doi.org/10.1177/0308518X20901585>
- Casey, E. & O'Brien, D. (2020). Sociology, Sociology and the Cultural and Creative Industries. *Sociology*, 54(3), 443-459. <https://doi.org/10.1177/0038038520904712>
- Cockshut, L., Brown, A. & Hardey, M. (2020). Social innovation and the university: the impact of intervention for the micro creative economy in North East England. *Social enterprise journal*, 16(2), 203-220. <https://doi.org/10.1108/SEJ-03-2019-0017>
- Coll-Martínez, E. & Méndez-Ortega, C. (2020). Agglomeration and coagglomeration of co-working spaces and creative industries in the city, *European Planning Studies*, <https://doi.org/10.1080/09654313.2020.1847256>
- Comunian, R. & England, L. (2020) Creative and cultural work without filters: Covid-19 and exposed precarity in the creative economy. *Cultural Trends*, 29(2), 112-128. <https://doi.org/10.1080/09548963.2020.1770577>
- Da Silva Santos, C. A., Gonçalves, M. T. & Simões, J. M. (2019). A gestão dos programas públicos de economia criativa no estado do Rio de Janeiro.

- Revista Ciências Administrativas ou Journal of Administrative Sciences*, 25(2). <https://doi.org/10.5020/2318-0722.2019.7953>
- Domaresky Ruiz, T. C., Horodyski, G. S. & Carniatto, I. V. (2019). A Economia Criativa e o Turismo: Uma Análise do Projeto Soucuritiba, de Curitiba-Paraná-Brasil. *Revista Gestão e Desenvolvimento*, 16(2), 145-169. <https://doi.org/10.25112/rgd.v16i2.1831>
- Dudek-Mańkowska, S. & Grochowski, M. (2019). From creative industries to the creative place brand: some reflections on city branding in Poland. *Place Branding and Public Diplomacy*, 15(4), 274-287. <https://doi.org/10.1057/s41254-019-00141-7>
- Druzhynina, V., Viedienina, Y., Sakun, L. & Likhonosova, G. (2020). Creative Analysis of Innovation as a Catalizer of Socialization of Structural Change. *European Journal of Sustainable Development*, 9(2), 349-349. <https://doi.org/10.14207/ejsd.2020.v9n2p349>
- Ezquerria Quintana, G., Gil Mateos, J. E. & Márquez Sánchez, F. (2016). Educación para el desarrollo sostenible, su dimensión ambiental.: Una visión desde y para las universidades en América. *Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 4(3), 72-81.
- Farias da Silva, A. D., Fernandes da Cunha, O. L., de Paiva Júnior, F. G., Medeiros, J. J. & Monteiro Fernandes, N. D. C. (2020). Conversion of an Information and Communication Technology Cluster to a pole of Creative Economy: An Analysis from the perspective of Sérgio Alves' multidimensional-reflexive Model of Organization. *Journal on Innovation and Sustainability RISUS*, 11(3), 83-99. <https://doi.org/10.23925/2179-3565.2020v11i3p83-99>
- Fazlagić, J. & Szczepankiewicz, E. I. (2020). The Role of Local Governments in Supporting Creative Industries—A Conceptual Model. *Sustainability*, 12(1), 438. <https://doi.org/10.3390/su12010438>
- De Figueiredo, J. L. & de Jesus, D. S. V. (2020). Economia Criativa: Oportunidades e Gargalos para o seu Fortalecimento na Cidade do Rio de Janeiro. *Geo UERJ*, (36), 47276. <https://doi.org/10.12957/geouerj.2020.47276>

- Friel, M. (2020). Crafts in the Contemporary Creative Economy. *Aisthesis* 13(1), 83-90. <https://doi.org/10.13128/Aisthesis-11599>
- Games, D. & Rendi, R. P. (2019). The effects of knowledge management and risk taking on SME financial performance in creative industries in an emerging market: the mediating effect of innovation outcomes. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 4. <https://doi.org/10.1186/s40497-019-0167-1>
- García-Flores, V. y Palma Martos, L. (2019). Innovación social: Factores claves para su desarrollo en los territorios. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 97, 245-278. <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.97.14148>
- Gasparin, M. & Quinn, M. (2020). Designing regional innovation systems in transitional economies: A creative ecosystem approach. *Growth and Change*. <https://doi.org/10.1111/grow.12441>
- Gruia, K. A., Dobrea, R. C., Simion, C. P., Dima, C., Grecu, A., Hudea, O. S., ... & Peptenatu, D. (2019). The Use of Sholl and Kolmogorov Complexity Analysis in Researching on the Sustainable Development of Creative Economies in the Development Region of Bucharest–Ilfov, Romania. *Sustainability*, 11(22), 6195. <https://doi.org/10.3390/su11226195>
- Herrera-Medina, E., Molina-Prieto, L. F. & Bonilla-Estevez, H. (2013). Ciudades creativas: ¿paradigma económico para el diseño y la planeación urbana? *Bitácora Urbano Territorial*, 22 (1). <https://revistas.unal.edu.co/index.php/bitacora/article/view/11-20>.
- Kumar, V. (2020). When Heritage Meets Creativity: A Tale of Two Urban Development Strategies in Kampong Glam, Singapore. *City & Community*, 19(2), 398-420. <https://doi.org/10.1111/cico.12427>
- Lee, H. K. (2020). Making creative industries policy in the real world: differing configurations of the culture-market-state nexus in the UK and South Korea. *International Journal of Cultural Policy*, 26(4), 544-560. <https://doi.org/10.1080/10286632.2019.1577401>
- Li, F. (2020). The digital transformation of business models in the creative industries: A holistic framework and emerging trends. *Technovation*,

- 2020(92-93), p. 102012.
<https://doi.org/10.1016/j.technovation.2017.12.004>
- Lerena, N. y Orozco, H. (2020). Economías creativas y renovación urbana. Nuevos usos y usuarios en Parque Patricios, Buenos Aires. *Revista INVI*, 35(98), 1-44. <https://doi.org/0.4067/S0718-83582020000100001>
- Levickaitė, R. (2011). Four approaches to the creative economy: general overview. *Business, Management and Education*, 9(1), 81-92.
- Majdúchová, H. & Barteková, M. K. (2020). Innovations in the Creative Industry Entities. In *SHS Web of Conferences* (Vol. 74, p. 02009). EDP Sciences. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20207402009>
- Márquez Sánchez, F. (1998). Linkage between Poverty and Environmental Degradation-A Profound Opinion. *Sustainable Development-Issues and Case Studies*, Concept Publishing Company, New Delhi, 98-111.
- Márquez Sánchez, F., Sorhegui Ortega, R. A. y Bayon Sosa, M. (2013). *Pensamiento Económico Universal preclásico*. Editorial Universidad Ecotec.
- Márquez Sánchez, F. y Sorhegui Ortega, R. (2018). La Globalización y los dilemas del Desarrollo [congreso]. *III Congreso Científico Internacional "Sociedad del Conocimiento: Retos y Perspectivas"*. Samborondón, Ecuador.
- Mazilu, S., Incaltarau, C. & Kourtit, K. (2020). The Creative Economy Through the Lens of Urban Resilience. An Analysis of Romanian Cities. *Transylvanian Review of Administrative Sciences*, 16(59), 77-103. <https://doi.org/10.24193/tras.59E.5>
- Muniz Junqueira, L. D. & dos Anjos, F. A. (2019). Características e Influências da Dimensão Econômica da Gastronomia Criativa do Ribeirão da Ilha, Florianópolis/sc, Brasil, para o Turismo Criativo Local: Estudo de caso de uma Cidade Criativa UNESCO da Fastronomia. *Revista Gestão e Desenvolvimento*, 16(2), 95-121. <https://doi.org/10.25112/rgd.v16i2.1826>
- Namyślak, B. (2020). Barriers to the development of creative clusters in Poland. *Regional Studies, Regional Science*, 7(1), 412-427. <https://doi.org/10.1080/21681376.2020.1814853>

- Naciones Unidas. (2008). Creative Economy Report 2008. https://unctad.org/system/files/official-document/ditc20082cer_en.pdf
- Pacherres Nolivos, S., Vergara-Romero, A. y Sorhegui-Ortega, R. (2020). Responsabilidad social corporativa y el turismo sostenible. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 7(2), 1-20. <https://doi.org/10.21855/ecociencia.72.340>
- Pacherres Nolivos, S., Vergara-Romero, A. y Sorhegui-Rodríguez, R. (2020). Repensando el concepto de arte a través del turismo: el turismo de arte callejero en Guayaquil. *Revista científica RES NON VERBA*, 10(2), 136-153.
- Parlak, M. & Baycan, T. (2020). The Rise of Creative Hubs in Istanbul. *European Spatial Research and Policy*, 27(1), 127-147. <https://doi.org/10.18778/1231-1952.27.1.06>
- Paulsen, R. J., Alper, N. & Wassall, G. (2020). Arts majors as entrepreneurs and innovators. *Small Business Economics*, 1-14. <https://doi.org/10.1007/s11187-020-00416-x>
- Pereda, C. (2014). Características de la industria creativa en Chile. Un sector con posibilidades de crecimiento y expansión. <http://www.innovacion.cl/reportaje/caracteristicas-de-la-industria-creativa-en-chile/>
- Peroni, A. (2013). Claves del buen desarrollo territorial. *Frontera norte*, 25(49), 57-86. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-73722013000100003
- PNUD. (2013). *Creative Economy Report 2013 Special Edition. Widening Local Development Pathways*. Ciudad de México, UNESCO. <http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/creativity/creative-economy-report-2013-special-edition>
- Rodrigues, M. & Franco, M. (2019). Composite Index to Measure the Performance of today's Creative Cities: A Holistic Perspective. *Journal of Urban & Regional Analysis*, 11(2), 113-157. <https://doi.org/10.37043/JURA.2019.11.2.2>

- Rodríguez Monteagudo, E. y Olivares Delgado, F. (2019). Gestión y comunicación de la cultura corporativa en empresas de las industrias creativas. Estudio de caso en el Arco mediterráneo en España. *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, (18), 155-198. <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2019.18.9>
- Rosyadi, S., Kusuma, A. S., Fitrah, E., Haryanto, A. & Adawiyah, W. (2020). The Multi-Stakeholder's Role in an Integrated Mentoring Model for SMEs in the Creative Economy Sector. *SAGE Open*, 10(4), 2158244020963604. <https://doi.org/10.1177/2158244020963604>
- Rybarova, D. (2020). Creative industry as a key creative component of the Slovak economy. In *SHS Web of Conferences* (Vol. 74, p. 03009). EDP Sciences. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20207403009>
- Thompson, M. (2019). Playing with the rules of the game: Social innovation for urban transformation. *International Journal of Urban and Regional Research*, 43(6), 1168-1192. <https://doi.org/10.1111/1468-2427.12663>
- Vergara-Romero, A. & Moreno Silva, A. (2019). Soberanía alimentaria en Ecuador: fundamentos teóricos y metodológicos para un modelo de medición. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 6, 1-18. <https://doi.org/10.21855/ecociencia.60.256>
- Vergara-Romero, A. y Rojas Dávila, M. A. (2019). Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente. En Márquez-Sánchez (Comp.), *Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente* (13-40). Samborondón, Ecuador: Universidad ECOTEC.
- Vergara-Romero, A. & Sorhegui-Ortega, R. (2020). Factores de desarrollo local desde el enfoque de la gestión organizativa. *Revista de la Universidad del Zulia*, 11(31), 86-96. <http://dx.doi.org/10.46925//rdluz.31.07>
- Vierira de Jesus, D. S. (2020). Tecnologia social e consumo consciente na economia criativa: o combate ao trabalho escravo no setor da moda. *Revista Tecnologia e Sociedade*, Curitiba, 16 (40), p. 1-15, abr/jun. 2020. <https://doi.org/10.3895/rts.v16n40.10035>.
- Skujiņa, R. & Loots, E. (2020). The intern economy in the cultural industry: an empirical study of the demand side. *Journal of Education and Work*, 33(5-6), 343-359, <https://doi.org/10.1080/13639080.2020.1820961>

Vitálišová, K., Vaňová, A. & Šúrová, J. (2020). How to Attract and Retain Creative Class. *NISPACEE Journal of Public Administration and Policy*, 13(1), 245-266. <https://doi.org/10.2478/nispa-2020-0010>

Vlassis, A. & De Beukelaer, C. (2019). The creative economy as a versatile policy script: exploring the role of competing intergovernmental organizations. *Media, Culture & Society*, 41(4), 502-519. <https://doi.org/10.1177/0163443718810913>

CAPITULO 2: LA ECONOMÍA CREATIVA PARA EL FORTALECIMIENTO DEL DESARROLLO TERRITORIAL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL-ECUADOR.

Autores:

Katherine Coronado Blum, Econ.

<https://orcid.org/0000-0001-6266-963X>

Economista (Ecuador)

Universidad Ecotec.

kcoronado@ecotec.edu.ec

Rafael Sorhegui Ortega, Ph.D.

<https://orcid.org/0000-0001-7882-5246>

Doctor en Ciencias Económicas (Cuba)

Centro de Estudios para el Desarrollo Sostenible.

Universidad Ecotec.

rsorhegui@ecotec.edu.ec

2.1. Introducción

Actualmente, en el tiempo de la globalización, con la tendencia de los mercados extendiéndose fuera de las fronteras, existe una diversidad de bienes y servicios, al mismo tiempo que la tecnología acelera a una velocidad impresionante.

La globalización da apertura a la sociedad del conocimiento, que gracias a las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) muchas actividades de la sociedad moderna se han ido desarrollando e innovando. Gracias a la sociedad del conocimiento se origina la economía del conocimiento, donde existe gran inversión en el capital intangible y la economía utiliza a la información como componente esencial para generar valor y riqueza.

El crecimiento económico moderno depende del incremento de la productividad, donde las sociedades se basan en el conocimiento debido a la dependencia de un conjunto de mecanismos físicos e instituciones culturales cuya producción y articulación demandan conocimientos.

La Creatividad en el Territorio

La economía creativa, es considerada el sector de la economía que abarca la generación de ideas y conocimiento avanzando hacia nuevas fronteras y no solo sobre bienes y servicios culturales, sino también de sectores fundamentales en la propiedad intelectual como: artes escénicas, software, cine y video, publicidad, editorial, música y diseño; todos aquellos sectores más la integración de la tecnología forman las industrias creativas.

Vergara-Romero y Sorhegui-Ortega (2020), han discutido el papel de la innovación, cultura y creatividad como un punto estratégico de desarrollo, debido a que genera interés, puesto que libera el sesgo de involucrar a la tecnología solo a la sociedad de la información y lo vincula con actividades culturales dándole importancia al capital intelectual como generador de valor económico.

Igualmente, la economía creativa ha sido de gran interés para posicionarla como motor de crecimiento para algunos organismos como la Conferencia de la Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, La Unión Europea y la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

Al impulsar la economía creativa lo que se pretende es la incorporación de nuevas dimensiones a la ya tradicional innovación, generando un mayor valor económico a las nuevas invenciones desarrolladas por las industrias de la economía creativa (Vergara-Romero y Rojas Dávila, 2019). Es así que, en los casos exitosos se destaca que la industria creativa ha ocasionado un giro en las economías locales en declive, generando nuevas actividades económicas y empleos sostenibles.

El objetivo del capítulo es evaluar la economía creativa como una propuesta viable para el fortalecimiento del desarrollo económico territorial en la ciudad de Guayaquil.

2.1.1. La Sociedad del Conocimiento y la economía del conocimiento

Es importante conocer los contextos que dieron apertura a la economía creativa, para así saber el origen del término. Se comenzará a describir a la globalización, que es el punto de partida para varias terminologías actuales que están siendo utilizadas por todas las naciones, entre la más conocida tenemos a las tecnologías de la información y la comunicación (Márquez Sánchez, 1998). Después, se manifestará como la sociedad del conocimiento dio origen a la economía del conocimiento.

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

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

Con el avance del proceso de la globalización, hoy, el comercio y servicios están cada vez más desarrollados e integrados. Debido a la información y al conocimiento, los distintos mercados podrían fomentar la eficiencia por medio de la competencia y la especialización de cada economía.

Entre las características de la globalización podemos mencionar las siguientes:

1. La globalización es un resultado histórico del desarrollo de las fuerzas productivas; resultados de la evolución del conocimiento humano, de su obra de creación técnica, científica y tecnológica.
2. “Disminución significativa del componente materia prima en los costos de producción, en correspondencia con el incremento progresivo de los costos de investigación-desarrollo como costos fijos de las empresas (lo que significa un aumento relativo y absoluto del componente conocimiento)” (Manjarrez y Fernández, 2014, p. 2).
3. Lo novedoso del proceso de globalización “radica en el crecimiento acelerado de industrias y ramas de la economía donde el recurso limitante, en lugar de ser la tierra, la materia prima o el capital, lo constituye el conocimiento” (Manjarrez y Fernández, 2014, p. 3).
4. El proceso de globalización es un proceso multidimensional donde las actividades relacionadas con la creatividad, la innovación, el conocimiento, y la cultura desempeñan un rol significativo en la creación de los bienes intangibles con mayor valor agregado (Pacherres Nolivos, Vergara-Romero y Sorhegui-Ortega, 2020)

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

Así, por ejemplo, el sociólogo Peter F. Drucker pronosticó la emergencia de una nueva capa social de trabajadores de conocimiento (Drucker, 1959) y la tendencia hacia una sociedad de conocimiento (Drucker, 1969). Este tipo de sociedad está caracterizada por una estructura económica y social, en la que el conocimiento ha substituido al trabajo, a las materias primas y al capital como fuente más importante de la productividad, crecimiento y desigualdades sociales (Drucker, 1994).

La Creatividad en el Territorio

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

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

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

Según Steinmueller (2014) La expresión “la economía basada en los conocimientos” capta una diferencia cualitativa en la organización y conducta de la vida económica moderna (p. 4). Los que utilizan la expresión y conducta de la vida económica moderna. Los que utilizan la expresión sostienen que los

determinantes del éxito de las empresas y del conjunto de la economía de un país, dependen cada vez más de su efectividad para generar y utilizar conocimientos (Márquez Sánchez, Sorhegui-Ortega y Bayón Sosa, 2013).

En pocas palabras, el conocimiento contribuye a la economía sosteniendo los aumentos de productividad, la formación y el crecimiento de nuevas industrias, y los cambios organizacionales necesarios para aplicar eficazmente nuevos conocimientos (Pacherres Nolivos, Vergara-Romero y Sorhegui-Rodríguez, 2020).

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

2.2. Marco metodológico

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

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

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

Variables:

- La economía creativa
- Desarrollo territorial

En función al universo que se empleará para la presente investigación, se considerara a los habitantes de la ciudad de Guayaquil, la cual es 2.350.915 habitantes según datos del último censo poblacional realizado en el 2010 por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). Para la muestra se delimitará únicamente a personas mayores de 18 años, lo cual da una población total de 2.349.988 personas.

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

Donde:

N: Tamaño de la población

E: Error muestral

P: Proporción de éxito

Q: Proporción de fracaso

Z: Valor para confianza

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

Ilustración 2. Cálculo de la muestra

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

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

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

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

2.3. Análisis de resultados

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

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

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

La Creatividad en el Territorio

que es la economía creativa y no conocen que son las industrias creativas. Los expertos encuestados están involucrados en las siguientes actividades:

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

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

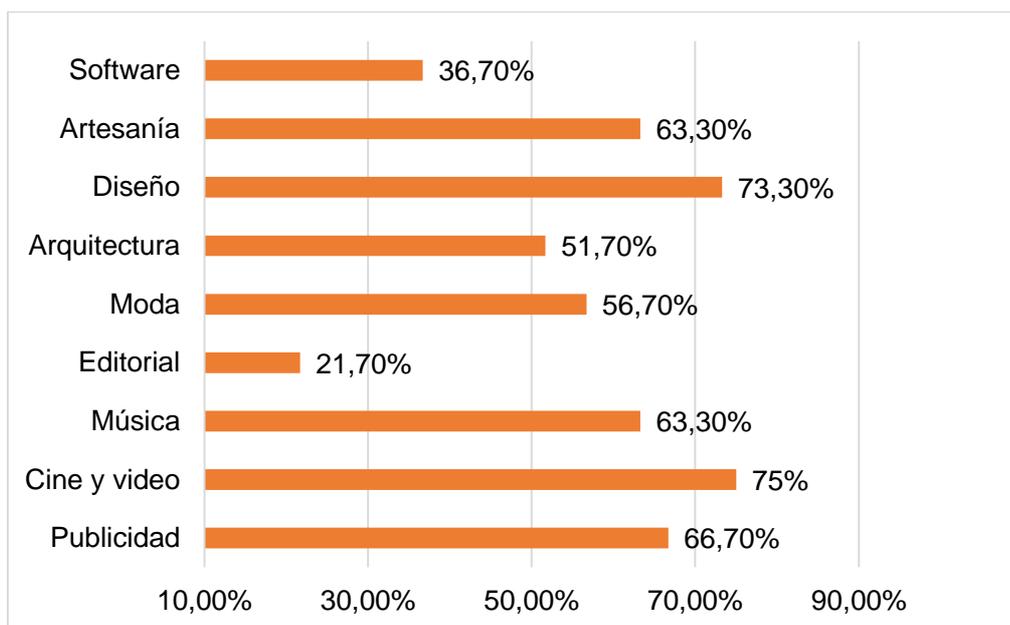


Figura 3. Actividades que se consideran creativas en Guayaquil. Fuente: Elaborado por los autores.

En el figura 3, se muestran las actividades creativas, de las cuales: diseño, cine y video, moda, música y publicidad son las que el público general considera creativas con una puntuación del más del 55%. En cuanto a los expertos, además de las actividades anteriormente mencionadas, también consideran

La Creatividad en el Territorio

actividades creativas a la publicidad, artes escénicas y arquitectura con más del 60% de puntuación.

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

En la tabla 4, se puede observar que las personas encuestadas incluyendo a los expertos consideran en gran parte con una puntuación de más del 50% a las siguientes actividades creativas como contribuyentes al desarrollo local de la ciudad de Guayaquil: artesanía, artes escénicas, música, arquitectura y publicidad.

Tabla 4

Actividades creativas que contribuyen al desarrollo local de Guayaquil.

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

Fuente: Elaborado por los autores

2.3.1. Resultados por dimensiones

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

1. Políticas

Tabla 5

Dimensión política, parte 1.

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

Fuente: Elaborado por los autores

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

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

Tabla 6

Dimensión política, parte 2.

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

Fuente: Elaborado por los autores

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

Algunos expertos consideran que no todas las políticas culturales benefician a los artistas, una de las trabas que más afecta a los artistas para que inicien sus actividades culturales y creativas es el impuesto que deben pagar por iniciar una de aquellas actividades como un festival musical; este impuesto solo se da en la ciudad Guayaquil. También, consideran que comenzando desde las autoridades no existe la importancia al patrimonio cultural. Por otro lado, los expertos si consideran que los artistas están protegidos por medio de las leyes de propiedad intelectual y derecho de autor; sin embargo, no todas las empresas reconocen la creación de los artistas, por ejemplo, en diseño gráfico y software.

2. Entorno Digital

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

Tabla 7

Dimensión entorno digital, parte 1.

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

Fuente: Elaborado por los autores

En la tabla 7 referente a la dimensión de entorno digital se puede observar que más del 50% de los encuestados no están de acuerdo que las artesanías, artes escénicas y diseño se difundan de manera suficiente por los medios de comunicación digitales en la ciudad de Guayaquil; en el caso del cine menos del 50% consideran que no se difunden de manera adecuada. Al contrario, los expertos concuerdan que las artes escénicas y el diseño son las actividades creativas que mejor se difunden por los medios digitales en la ciudad de Guayaquil.

3. Asociación con la Sociedad Civil

¿Entre sus gastos mensuales incluye actividades creativas y culturales?

En la tabla 8, se puede contemplar que más del 60% de los encuestados no incluye entre sus gastos mensuales actividades relacionadas con museos, teatro y festivales musicales, solo un 42% invierte sus gastos mensuales en cine.

Tabla 8

Dimensión asociación con la Sociedad Civil, parte 1.

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

La Creatividad en el Territorio

Festivales musicales	32%	30%	18%	15%	5%
----------------------	-----	-----	-----	-----	----

Fuente: Elaborado por los autores

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

Tabla 9

Dimensión asociación con la Sociedad Civil., parte 2.

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

Fuente: Elaborado por los autores

Se puede observar en la tabla 9 que solo un 31,70% de los encuestados incluyendo a los expertos consideran que en las escuelas y colegios de la ciudad de Guayaquil se promueven apropiadamente las actividades culturales y un 35% consideran que no se promueve oportunamente.

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

Como se puede observar en la tabla 10, más del 50% del público general considera que las universidades donde se imparten las carreras de artes escénicas, cine, diseño y moda no cuentan con la adecuada infraestructura para la formación y apreciación para la formación de profesionales en las áreas mencionadas.

Tabla 4

Dimensión asociación con la Sociedad Civil, parte 3.

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

Fuente: Elaborado por los autores

De igual forma, solo un 30% del público general está de acuerdo que el software y el diseño en las universidades cuentan con una adecuada infraestructura para la formación y apreciación de estas actividades creativas en universidades. Para los expertos solo un 15% considera que las artes escénicas, software y diseño cuentan con una adecuada infraestructura para la formación y apreciación de las universidades de la ciudad de Guayaquil.

4. Desarrollo Territorial

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

Tabla 5

Dimensión desarrollo territorial, parte 1.

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

Fuente: Elaborado por los autores

La Creatividad en el Territorio

En la tabla 11 más del 50% del público general opina que no existen los suficientes espacios de museos y festivales musicales; un 37% está de acuerdo que existen los suficientes cines en la ciudad de Guayaquil y más del 50% de los expertos consideran que existen los espacios adecuados de cine. Por último, para un 41,94% del público general le es indiferente el número de teatros en la ciudad.

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

Tabla 6

Dimensión desarrollo territorial, parte 2.

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

Fuente: Elaborado por los autores

Se puede contemplar en la tabla 12 que más del 40% pero menos del 50% del público en general considera que las actividades de editorial, artes escénicas, software y artesanía no generan beneficios económicos en la ciudad de Guayaquil, sin embargo, los expertos consideran que la publicidad, cine y video generan beneficios económicos.

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

Tabla 7

Dimensión desarrollo territorial, parte 3.

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

Fuente: Elaborado por los autores

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

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

Tabla 8

Dimensión desarrollo territorial, parte 4.

	1 Muy en desacuerdo	2 En desacuerdo	3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4 De acuerdo	5 Muy de acuerdo
Publicidad	19.35%	32.26%	27.42%	14.52%	6.45%
Cine y Video	20.97%	33.87%	33.87%	8.06%	3.23%
Editorial	19.35%	37.10%	29.03%	9.68%	4.84%
Artes escénicas	22.58%	40.32%	30.65%	4.84%	1.61%
Diseño	19.35%	30.65%	30.65%	12.90%	6.45%
Artesanía	22.58%	51.61%	17.74%	4.84%	3.23%
Software	19.35%	30.65%	27.42%	16.13%	6.45%

Fuente: Elaborado por los autores

Según resultados de la tabla 14, los encuestados en un más 50% consideran que todas las actividades creativas expuestas en la pregunta no son bien remuneradas en la ciudad de Guayaquil y para más del 30% les es indiferente si el cine y video, artes escénicas y diseños son bien remunerados.

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

2.4. PROPUESTA

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

A pesar que Ecuador cuenta con políticas culturales, en la ciudad de Guayaquil las personas consideran que no benefician ni a las actividades culturales ni a las creativas, debido a esto como punto de partida las políticas culturales deben especificar que se considera a la economía creativa un motor de desarrollo existiendo un fomento a las industrias creativas. Se propone nuevas ideas dentro de las políticas culturales en dos dimensiones (tabla 15), la primera enfocándose en la economía en general (políticas horizontales), y la segunda hacia una inclinación de un sector específico y/o clúster creativo (políticas verticales).

Tabla 9.

Dimensión desarrollo territorial, parte 4.

	Políticas Horizontal	Políticas Vertical
Insumos del Estado	<ul style="list-style-type: none"> • Programas de capacitación formales a nivel nacional. • Protección y cuidado del patrimonio cultural • Incentivos a nuevos empresarios en las industrias creativas. • Eventos nacionales y/o regionales para fomentar las industrias creativas. • Estrategias para que nuevas generaciones conozcan el patrimonio cultural. • Apoyo dirigido a los artistas con alguna discapacidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Programas de capacitaciones específicas en los sectores de las industrias creativas. • Centros de investigación en las industrias creativas (cine, artes escénicas y diseño) • Servicios de información. • Concursos con premiación.
Intervención del mercado	<ul style="list-style-type: none"> • Incentivos para las actividades culturales y creativas menos concurridos. • Incentivos fiscales • Medidas financieras para inversión en tecnología. 	<ul style="list-style-type: none"> • Incentivos tributarios para los sectores más olvidados. • Incentivos para la demanda en los sectores de las industrias culturales. • Eliminar el impuesto del GAD de Guayaquil hacia las actividades recreativas

Fuente: Elaborado por los autores

Para la propiedad intelectual y los derechos de autor, se propone que las empresas den a conocer a sus colaboradores la ley sobre propiedad intelectual y que entre sus políticas se especifiquen si las ideas de los creadores se tendrán que ceder a la empresa o llevará una autoría para el creador; esto se debe analizar con más profundidad en el sector de diseño gráfico debido que es sector que menos está informado y no se siente protegido como artista. Así mismo, se debe fomentar la protección del patrimonio cultural de la ciudad de Guayaquil.

Se sugiere que el Municipio de la ciudad dé más importancia a las edificaciones culturales, repararlas si es que están en mal estado, tener un inventario sobre patrimonio cultural; darles vida con recorridos turísticos con guías especializados.

La Creatividad en el Territorio

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

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

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

Para que las personas en la ciudad de Guayaquil consideren más actividades creativas como generadoras de beneficios económicos se debería promover a los creadores que inicien emprendimientos para que existan nuevas plazas de empleos, debido a que existe una escasez de empleos y una sobre oferta.

También se debería regular los salarios, debido a que muchas personas que trabajan en estos sectores piensan que entre la remuneración y la carga de trabajo no existe un punto de equilibrio.

Por último, se recomienda desarrollar una herramienta que compare las ciudades de Ecuador, compuesto por cuatro áreas: actividad cultural, actividad creativa, características del entorno que haga que la ciudad sea atractiva hacia las actividades creativas y remuneración de empleos.

2.5. CONCLUSIONES

Al sistematizar la teoría relacionada con la economía creativa y el desarrollo territorial, se puede concluir que la economía creativa genera beneficios que originan desarrollo y aparición de nuevos talentos, creando oportunidades de negocios utilizando en conjunto a las tecnologías y la idea de innovación. También, se evidencia que los sectores de las industrias creativas son oportunidades donde aprovechando la globalización y la era digital se origina un camino a un desarrollo territorial en las ciudades, las cuales llegan a ser reconocidas por su cultura y especialización en una o en varias actividades creativas.

Además, a la mano del impulso de industrias creativas deben ir políticas adecuadas que protejan a la propiedad intelectual y den importancia a los productos intangibles y al capital intelectual como fuente de beneficio económicos y generación de negocios innovadores sostenibles.

Mediante el uso de encuesta enfocada en las cuatro dimensiones, con preguntas cerradas al público general y a expertos en la ciudad de Guayaquil se pudo diagnosticar la situación actual de las industrias creativas en la contribución al desarrollo económico a escala territorial en la ciudad.

Gracias a la información de la encuesta aplicada se revela que desafortunadamente, más del 50% de los encuestados no conocen lo que es la economía creativa y las industrias creativas, por ende, no conocen los beneficios

que la ciudad de Guayaquil puede adquirir con ello. Se llega a la conclusión que el tema de economía creativa y ciudad creativa recién está queriendo tener un puesto dentro de la ciudad; el hecho que se deba profundizar en el tema no deja a un lado que, si existe infraestructura, conocimiento de actividades creativas entre los ciudadanos de la ciudad; por ello con buenas propuestas, Guayaquil en un futuro no tan lejano puede utilizar las industrias creativas como un representante de la ciudad.

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

2.6. RECOMENDACIONES

Se debe aumentar los estudios referentes a las industrias creativas dentro de la ciudad de Guayaquil, artículos científicos, libros y proyectos de investigación acerca de la importancia de las actividades creativas. Estos estudios se pueden basar en un sector específico y/o comparación con otras ciudades. De esta forma se genera fuentes de información para consultas de personas no expertas en la temática, para que se instruyan sobre el tema y quieran participar en una de las actividades creativas que brinda la ciudad de Guayaquil. Se recomienda observar que otras ciudades del país están haciendo dentro de las actividades creativas, se puede analizar el caso de Quito, Cuenca y Chordeleg. Analizar cada caso, conocer lo que piensas sus ciudadanos y como estas ciudades han ido tomando espacio como referente en Ecuador de ciudades creativas o actividades únicas creativas que se realizan en cada ciudad.

También se recomienda informarse acerca de ofertas universitarias y el perfil de ellas para fomentar que los adolescentes se interesen en estas carreras para que sean referentes y próximos generadores de empleo en los sectores de las industrias creativas.

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

2.7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albuquerque, F. (2014, junio). Evolución del desarrollo territorial. Situación actual, crisis y perspectivas. (G. d. Barcelona, Ed.) *Elementos de Innovación y Estrategia* (6), 1-22.
<https://www1.diba.cat/l1breria/pdf/54057.pdf>
- Andersson, Á. (1985). *Kreativitet, storstadens framtid*. Prisma.
- Arbonés, Á. (2006). *Conocimiento para innovar. Cómo evitar la miopía en la gestión de conocimiento* (Segunda Ed.). Editorial Díaz de Santos, S.A.
<https://books.google.com.ec/books?id=a4d2kpPHTWQC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=true>
- Armstrong, G., y Kotler, P. (2013). *Fundamentos de marketing*. Ciudad de México: Pearson Educación.
- Balart, C., y Cortés, S. (2018, agosto 22). Una mirada histórica del impacto de las TIC en la sociedad del conocimiento en el contexto nacional actual. *Contextos: Estudios De Humanidades Y Ciencias Sociales* (41), 1-19.
<http://revistas.umce.cl/index.php/contextos/article/view/1386>
- Blanco, C., Bernal, C., Camacho, F., y Díaz, M. (2018). Industrias Creativas y Culturales: Estudio desde el Enfoque de la Gestión del Conocimiento. *Información Tecnológica*, 29(3), 15'28. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642018000300015>

- BOP Consulting. (2010). *Guía práctica para mapear las Industrias Creativas*. British Council.
- Buitrago, F. (2013). *La Economía Naranja. Una oportunidad infinita*. Banco Interamericano de Desarrollo. Puntoaparte Bookvertising.
- Carrión, J. (2007). *Estrategia, de la visión a la acción*. ESIC Editorial. https://books.google.com.ec/books?id=8_PwloGOa6QC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=true
- Flores, J. D., Bartelotty, A., López, G., Chamba, V., Flores, S., Matehus, A., y Cárdenas, J. (2015). *Caracterización de los sectores de las industrias culturales*. Dirección de Información del Sistema Nacional de Cultura.
- Fondo Monetario Internacional, La globalización: ¿Amenaza u oportunidad? (2000, abril). *Retrieved from Fondo Monetario Internacional*. <https://www.imf.org/external/np/exr/ib/2000/esl/041200s.htm>
- Ginsburgh, V., y Throsby, D. (2006). *Handbook of the Economics of Art and Culture, 1*. United Kingdom: North-Holland.
- Gomez, M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Brujas.
- Herrera, E., Bonilla, H., y Molina, L. F. (2013). Ciudades creativas: ¿Paradigma económico para el diseño y la planeación urbana? *Bitácora*, 22, 11-20.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la investigación* (6 ed.). McGRAW-HILL.
- Landry, C. (2000). *The creative city*. Comedia.
- Manjarrez, N., y Fernández, L. (2014). Reflexiones sobre el concepto de capital humano desde la Teoría Económica: valoración. *Contribuciones a la Economía*, 1-12. <http://eumed.net/ce/2014/2/potencial-humano.html>
- Márquez Sánchez, F. (1998). Linkage between Poverty and Environmental Degradation-A Profound Opinion. *Sustainable Development-Issues and Case Studies, Concept Publishing Company, New Delhi*, 98-111.
- Márquez Sánchez, F., Sorhegui Ortega, R. A., y Bayon Sosa, M. (2013). *Pensamiento Económico Universal preclásico*. Editorial Universidad Ecotec.
- Márquez Sánchez, F. y Sorhegui Ortega, R. (2018). La Globalización y los dilemas del Desarrollo [congreso]. *III Congreso Científico Internacional*

- “*Sociedad del Conocimiento: Retos y Perspectivas*”. Samborondón, Ecuador.
- Matadamas, L., Hernández, V., Regino, J., Cruz, B., y García, J. (2017). Caracterización y contribución de la economía creativa a Oaxaca. In [Memorias del Congreso Internacional de Investigación Academia Journals Celaya], IX, 3996-4001. *Academia Journals*. https://www.researchgate.net/publication/325370304_CHARACTERIZACION_Y_CONTRIBUCION_DE_LA_ECONOMIA_CREATIVA_A_OAXACA
- Montayo, J. D. (2018). Actividades Económicas. *Retrieved*, septiembre 5, 2019. <https://www.actividadeseconomicas.org/2018/09/economia-naranja.html>
- Olmedo, S. (2016). Modelos de negocios de la economía creativa. Un análisis a través de emprendimientos paraguayos. *IV Congreso Internacional de Emprendimiento - AFIDE*.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2016). *Repensar las políticas culturales*. Ciudad de México: UNESCO.
- Pacherres Nolivos, S., Vergara-Romero, A. y Sorhegui-Ortega, R. (2020). Responsabilidad social corporativa y el turismo sostenible. *Revista científica ECOCIENCIA*, 7(2), 1-20. <https://doi.org/10.21855/ecociencia.72.340>
- Pacherres Nolivos, S., Vergara-Romero, A. & Sorhegui-Rodríguez, R. (2020). Repensando el concepto de arte a través del turismo: el turismo de arte callejero en Guayaquil. *Revista científica RES NON VERBA*, 10(2), 136-153.
- Palma, L. A., y Aguado, L. F. (2010). Economía de la cultura. Una nueva área de especialización de la economía. *Revista De Economía Institucional*, 12(22), 129-165. <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/ecoins/article/view/386>
- Pereda, C. (2014). Características de la industria creativa en Chile. Un sector con posibilidades de crecimiento y expansión. Obtenido de <http://www.innovacion.cl/reportaje/caracteristicas-de-la-industria-creativa-en-chile/>

- Peroni, A. (2013). Título. *Frontera norte*, 25(49), 57-86.
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-73722013000100003
- PNDVB. Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. *Toda una Vida*.
<https://www.gobiernoelectronico.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/09/Plan-Nacional-para-el-Buen-Vivir-2017-2021.pdf>
- PNUD. (2013). *Creative Economy Report 2013 Special Edition. Widening Local Development Pathways*. Ciudad de México: UNESCO.
<http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/creativity/creative-economy-report-2013-special-edition>
- Prada, J., y Jiménez, Í. (2014). La economía creativa en Ecuador: una aproximación a sus lógicas espaciales a partir del censo nacional económico de 2010. *Entorno geográfico*, 10, 110-135.
<https://doi.org/10.25100/eg.v0i10.3652>
- Ramírez, H., y Rodríguez, L. (2018). *Desarrollo de la Propiedad Intelectual como pilar de la Economía Creativa en la Economía Colombiana*. Universidad Católica de Colombia.
<https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/15979/1/Econom%C3%ADa%20Creativa%20-%202018.pdf>
- Sarur, M. S. (2013). La importancia del capital intelectual en las Organizaciones. *Ciencia Administrativa* (1), 39-45.
- Slusarczyk, M., y Sorhegui, R. (2014). Los retos del Ecuador para enfrentar los dilemas de la sociedad del conocimiento. *Revista científica RES NON VERBA*, (5). <http://resnonverba.ecotec.edu.ec/articulo.php?id=252>
- Steinmueller, E. (2002). Las Economías basadas en el conocimiento y las tecnologías de la información y la comunicación. *Revista Internacional de Ciencias Sociales*.
https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000125500_spa
- Steinmueller, E. (2014, 12 de mayo). Las economías basadas en el conocimiento y las tecnologías de la información y la comunicación.
<https://www.slideshare.net/gbelen93/sociedad-del-conocimiento-34593736>

- Terán, F. E. (2018). Sociedad del Conocimiento y la Economía. *Revista San Gregorio*, 46-55.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6591753>
- Towse, R. (2003). *A handbook of cultural economics*. Edward Elgar Publishing Limited.
- Vergara-Romero, A. y Rojas Dávila, M. A. (2019). Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente. En F. Márquez-Sánchez (Comp.), *Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente* (13-40). Editorial Universidad ECOTEC.
- Vergara-Romero, A. y Sorhegui-Ortega, R. (2020). Factores de desarrollo local desde el enfoque de la gestión organizativa. *Revista de la Universidad del Zulia*, 11(31), 86-96. <http://dx.doi.org/10.46925//rdluz.31.07>

2.8. ANEXOS DEL CAPÍTULO

Anexo 1

Encuesta: Economía Creativa. Caso: Ciudad de Guayaquil.

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

PARTE I

INFORMACIÓN SOCIODEMOGRÁFICA

GÉNERO

Mujer _____ Hombre _____

EDAD

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

EN QUE SECTOR DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL RESIDE

Norte _____ Sur _____ Centro _____

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

Publicidad	
Cine y Video	
Música	
Editorial	
Artes escénicas	

Moda	
Arquitectura	
Diseño	
Artesanía	
Software	

PARTE II. CUESTIONARIO

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

1. CONCEPTUALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA CREATIVA

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

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

- ¿Conoce usted que es la economía creativa?

Sí ___ No ___

- ¿Conoce usted que son Industrias Creativas?

Sí ___ No ___

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

	Si	No
Artesanía		
Artes escénicas		
Cine		
Música		
Moda		
Arquitectura		
Publicidad		

INSTRUCCIONES:

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

2. POLÍTICAS

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

1 ___ 2 ___ 3 ___ 4 ___ 5 ___

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

1 ___ 2 ___ 3 ___ 4 ___ 5 ___

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

1 ___ 2 ___ 3 ___ 4 ___ 5 ___

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

	1	2	3	4	5
Lugares históricos					
Piezas arqueológicas					
Edificaciones culturales					

3. ENTORNO DIGITAL

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

	1	2	3	4	5
Artesanías					
Cine					
Artes escénicas					
Diseño					

4. ASOCIACIÓN CON LA SOCIEDAD CIVIL

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

	1	2	3	4	5
Museos					
Cine					
Teatro					
Festivales musicales					

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

1 ___ 2 ___ 3 ___ 4 ___ 5 ___

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

	1	2	3	4	5
Artes escénicas					
Cine					
Software					
Diseño					
Moda					

5. DESARROLLO TERRITORIAL

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

	1	2	3	4	5
Cine					
Museos					
Teatros					
Festivales musicales					

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

La Creatividad en el Territorio

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

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

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

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

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

Anexo 2

Expertos que colaboraron en la encuesta del proyecto de investigación.

Experto 1

Nombre: Andrés Zerega

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

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

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

Experto 2

Nombre: Carlos Choez Mendieta

Título: Ingeniero en Sistemas

Experiencia: 10 años. Elaboración de software

Cargo actual: Programador de la Universidad Tecnológica ECOTEC

Experto 3

Nombre: Bruno Chavarría Neira

Título: Ingeniero en Sistemas

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

Cargo actual: Programador de la Universidad Tecnológica ECOTEC

Experto 4

Nombre: Karen Baquedano Vallejo

Título: Ingeniera civil

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

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

Experto 5

Nombre: Annabell Aguilar Muñoz

Título: Ingeniera en Diseño Gráfico y Producción Audiovisual

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

Cargo actual: Diseñadora gráfica de la Universidad Tecnológica ECOTEC.

Experto 6

Nombre: Leonardo Carrión Bajaña

Título: Diseñador Gráfico

Experiencia: 10 años como diseñador gráfico

Cargo actual: Jefe de Diseño Gráfico en CTP Bramor

Experto 7

Nombre: César Santana Moncayo

Título: Magister en Docencia, Licenciado en Turismo

Experiencia: 25 años. Coordinador de Playas para el Ministerio de Turismo.

Consultor para el estudio de Capacidad de Carga para el Refugio de Vida

Silvestre Manglares el Morro. Técnico especialista en Turismo para el

Programa de Manejo de Recursos Costeros.

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

Experto 8

Nombre: Nadia González Rodríguez

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

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

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

Experto 9

Nombre: Alejandro Varas Hinojosa

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

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

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

CAPÍTULO 3: DISEÑO DE UNA INDUSTRIA CREATIVA PARA EL DESARROLLO TERRITORIAL DEL CANTÓN YAGUACHI

Autores:

Stefania Baidal Chang, Mgtr.

Magister en Economía (Ecuador)
Graduado.

Universidad Ecotec.

sbaidal@mgs.ecotec.edu.ec

Rafael Sorhegui-Ortega

<https://orcid.org/0000-0001-7882-5246>

Doctor en Ciencias Económicas (Cuba)
Centro de Estudios para el Desarrollo Sostenible.

Universidad Ecotec.

rsorhegui@ecotec.edu.ec

3.1. INTRODUCCIÓN

Es indudable que en esta localidad de la provincia del Guayas como es el cantón Yaguachi es una zona atractiva para el establecimiento de las llamadas industrias creativas, ya que presenta ventajas por su ubicación y al aspecto logístico, al contar con un mercado de consumo, así como grandes cantidades de fuerzas de trabajo dedicada a las actividades que se enmarca en las industrias creativas (Vergara-Romero y Sorhegui-Ortega, 2020).

Esta investigación se justifica y es estudiada de diferentes puntos de vista. Desde el punto de vista práctico, ya que la misma propone al problema planteado una estrategia de acción, que contribuirá a resolverlo (Vergara-Romero y Rojas Dávila, 2019). Desde el punto de vista teórico, esta investigación genera reflexión y discusión tanto sobre el conocimiento económico, como dentro del ámbito del desarrollo económico territorial, local, endógeno y el comercio creativo (Pacherres Nolivos, Vergara-Romero y Sorhegui-Ortega, 2020). Desde el punto de vista metodológico, este estudio está generando la aplicación de métodos

La Creatividad en el Territorio

(entrevistas, encuestas, fotos, etc.) confiables y conocimientos válidos (Márquez Sánchez, Sorhegui-Ortega y Bayón Sosa, 2013).

Se utilizará diferentes procedimientos, métodos y técnicas para poder llegar a los objetivos planteados. Para ello se realizará una revisión básica y necesaria de los aspectos metodológicos de la economía creativa y del desarrollo local para dicha investigación, así como también la definición de comercio creativo y las llamadas “Industrias Creativas” (Márquez Sánchez y Sorhegui Ortega, 2018). Se empleará los estadísticos descriptivos con la fiabilidad correspondiente a los datos representativos de la población objeto de estudio, para caracterizar los factores que han impedido un crecimiento económico en el cantón.

Se lleva a cabo una investigación exploratorio-descriptiva debido a que el tema de investigación no ha sido abordado antes en la localidad al objeto de estudio, y lo que se quiere es describir la situación problema, además de determinar la contribución al desarrollo territorial del cantón Yaguachi al diseñar las industrias creativas. Para el desarrollo de este cometido, tendremos que hacer uso de distintos métodos, técnicas, procedimientos de investigación, estudios y análisis relacionados con hechos y procedimientos hipotéticos y observaciones. Así como también la incorporación de Anexos como encuestas, entrevistas. Que servirán para realizar un mejor estudio y poder plantear propuestas que ayuden al desarrollo económico y local del cantón.

La investigación utiliza diferentes fuentes de información, a saber: bases de datos, entrevistas a los habitantes del cantón, documentos y estadísticas relacionadas con la investigación. Para la recopilación se habla de dos tipos de fuentes de la recolección de información como son: las fuentes primarias entrevistas a los habitantes del cantón y representantes del GAD Municipal. Como fuente secundaria el INEC y datos estadísticos del Banco Central del Ecuador.

El interés en situar a la economía creativa como motor de crecimiento ha sido incluso objeto de atención de organismos supranacionales como la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), la Unión Europea, o la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

El cantón Yaguachi no cuenta con zonas industriales que dinamice su economía, que genere fuente de empleo a su población. El propósito de esta investigación tiene como finalidad implementar y diseñar industrias creativas en el cantón que va a dinamizar su economía, analizando de qué forma la creación de centros o ferias artesanales de manera permanente y sostenibles en el tiempo, en el cantón ayudara a su desarrollo y a la vez conseguir un crecimiento económico que le permita al mismo ser competitivo.

Además de analizar elementos a favor o en contra, en la creación de estas industrias, considerando aspectos económicos, sociales y medioambientales, que me va a permitir evaluar cuan viable es la creación de esta industria teniendo como fin perseguir y fomentar el desarrollo económico (Pacherres Nolivos, Vergara-Romero & Sorhegui-Rodriguez, 2020), dotando de infraestructuras sus regiones productivas y generando beneficios de orden social, identificando quienes serán los beneficiados de forma directa e indirecta en el funcionamiento de dicha zona (Márquez Sánchez, 1998). Partiendo desde este antecedente formulo mi pregunta de investigación: ¿Cómo el fomento de las industrias creativas puede contribuir al desarrollo territorial del cantón Yaguachi?

El objetivo del capítulo es determinar la contribución de las industrias creativas al desarrollo territorial del cantón Yaguachi.

3.2. MARCO METODOLÓGICO Y DIAGNÓSTICO DEL CANTÓN

3.2.1. Características Geográficas

El cantón Yaguachi se encuentra en una llanura aluvial reciente, cuya extensión geográfica es plana o ligeramente ondulada, con altitudes menores a 20 m, pero

La Creatividad en el Territorio

El cantón San Jacinto de Yaguachi está conformado por 3 cabeceras parroquiales: Yaguachi Viejo o Cone, Pedro J. Montero y Virgen de Fátima; y la cabecera cantonal (Yaguachi Nuevo), con un total de 90 recintos y 18 caseríos.



Figura 5. Ubicación cantón San Jacinto de Yaguachi.

Fuente: Tomado del Plan de desarrollo y ordenamiento territorial 2014-2019.

3.2.2. Recursos Naturales y Medio Ambiente

El ecosistema del cantón San Jacinto de Yaguachi se encuentra altamente intervenido por los usos de suelos urbanos y rurales. Los asentamientos humanos existentes en el territorio impactan el ecosistema ya que realizan descargas directas de sólidos o líquidos sin o con poco tratamiento, careciendo de normativa de control y protección al respecto. Es significativa la explotación agrícola de cultivos permanentes de caña de azúcar, banano y cacao (monocultivos) y estacionales de arroz, maíz, frutales (mango, cítricos, etc.), hortícolas (pimiento, pepino, tomate, cebolla, verduras y plantas medicinales), que han copado todo su ecosistema original.

La vegetación actual del cantón, está constituida por muy pocas especies arbustivas y no se evidencian grandes extensiones de bosques. Se advierte la presencia de algunos árboles pequeños de hojas deciduas con marcada diferencia en su vigor, es decir, en función de la dinámica del clima.

La Creatividad en el Territorio

Entre la flora existente dentro del cantón, a continuación, se mencionan los nombres científicos de las siguientes especies de la región:

- Caña de azúcar
- Banano
- Guayacán
- Balsa
- Guachapelí
- Niguito
- Roble
- Cañafietolo
- Mamey
- Palo prieto
- Guaba
- Guácimo
- Guarumo
- Achiote
- Palma africana
- Teca

No puede dejar de señalarse el turismo como uno de los sectores con mayor potencialidad de la economía del cantón San Jacinto de Yaguachi, lo planteamos como tal, como una potencialidad. Empecemos por identificar los atractivos reconocidos como tales:

- La Catedral de San Jacinto de Yaguachi
- La festividad religiosa de San Jacinto de Yaguachi.
- La Gruta de la Virgen María y la Cripta de San Jacinto, a la entrada de la ciudad.
- Complejo Ecoturístico, espacio para el deporte y la recreación
- El Mini Centro de Interpretación Ruta del Libertador
- Parque Central de la ciudad.
- La estación del tren.
- Hito de la batalla de Cone, en la parroquia de Cone, Obelisco.
- Complejo turístico Rey Park, un complejo de sistemas de piscinas y espacios recreativos.
- Cabañas turísticas, ubicadas en el malecón de la ciudad de San Jacinto de Yaguachi.
- El club Aguamarina, en el recinto El Deseo.
- El club Campestre de la Policía Nacional y Rancho Javier, en la Parroquia Virgen de Fátima
- Balnearios de agua dulce en diferentes parroquias.

La Creatividad en el Territorio

- Rutas religiosas, del cacao y del café, realizado por la prefectura del Guayas con involucramiento del GAD Cantonal de San Jacinto de Yaguachi.

Pero el turismo no son solo atractivos con su puesta en valor, es un conjunto de factores que tienen que conjugarse a efectos de que la potencialidad se realice, intervienen áreas como servicio al cliente, una cultura de servicio, que tenemos que reconocer que faltan por desarrollar; otro aspecto importante y básico es el de la seguridad, factor que pasa por una infraestructura adecuada, una gastronomía amigable, un sistema de salud de atención oportuna y un sistema de información y protección que garantice al turista un seguro retorno a su punto de origen; dichos aspectos deben desarrollarse.

3.2.3. Producción

Según el Censo de Población y Vivienda, la población económicamente activa del Cantón se concentra mayoritariamente en las actividades agrícolas, pecuarias y de pesca llegando a constituir el 42% en relación al total de la PEA. Sigue en orden de importancia, las personas que pueden dedicarse a actividades de comercio con el 14%. En tercer lugar, está las personas dedicadas a servicios comunales, sociales y personales.

Tabla 10

Matriz de las principales actividades productivas del territorio según participación en la PEA.

ACTIVIDAD	NÚMERO	%
Manufactura	1.444	7%
Comercio	7.549	34%
Agropecuaria	9.370	42%
Otras actividades	3.816	17%
Total	22.179	100%

Fuente: INEC - Censo de Población y Vivienda.

En el cantón Yaguachi, predominan los cultivos transitorios (ejemplo: arroz). Situación que se observa en los últimos años.

La Creatividad en el Territorio

En orden de importancia de los productos, por la magnitud de la superficie sembrada, es la siguiente: 1. Arroz, 2. Caña de Azúcar, 3. Cacao; y 4. Banano. Por lo tanto, dentro del apoyo de los actores públicos y privados que se daría a la actividad de agricultura y ganadería; se debería enfatizar en el fomento de la producción del arroz, cacao, caña de azúcar y banano.

La fisonomía económica del cantón está marcada por su actividad agropecuaria; se han conformado zonas productoras de una gran variedad de cultivos, aunque el recurso hídrico está presente durante todo el año, es fundamentalmente las bananeras y el ingenio azucarero las que tienen actividad permanente, los agricultores con graves problemas de acceso al riego, crédito y asistencia técnica mantienen producciones cuando el temporal de lluvias es 1 000 mm al año (meses de diciembre a marzo y hasta abril).

De acuerdo a la información del III Censo Agropecuario, el cantón tiene un total de 4.475 Unidades de Producción Agropecuarias (UPAS) las cuales se traducen en 43.995 has, que se distribuyen de la siguiente forma:

Tabla 11

Matriz de uso del suelo de cantón Yaguachi.

USO DEL SUELO	% UPAS	NUM. UPAS	% HAS	HECTÁREAS
Cultivos Permanentes	24.26%	2.113	21.15%	9.307
Cultivos Transitorios y Barbecho	36.04%	3.139	45.91%	20.197
Descanso	7.98%	695	6.13%	2.695
Pastos Cultivados	2.88%	251	6.65%	2.926
Pastos Naturales	1.95%	170	9.13%	4.016
Páramos	0%	0	0%	0
Montes y Bosques	2.69%	234	4.77%	2.100
Otros Usos	24.20%	2.108	6.26%	2.754
Total	8.710	8.710	43.995	43.995

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial 2014-2019

La Creatividad en el Territorio

El territorio está influenciado por el desarrollo de los cultivos de la caña de azúcar y de banano, los que, por el uso indiscriminado de agroquímicos, generan altos niveles de contaminación de los recursos suelo, agua y aire. Dado el hecho de ser parte de la sabana de la cordillera, comparte especies del bosque tumbesino, ecosistema de importancia en el contexto internacional por la diversidad de flora y fauna que se encuentra en él; se cultiva arroz, maíz, los frutales, hortalizas como son pimiento, pepino, tomate, cebolla, verduras entre otras, y plantas medicinales. En los relieves bajos el denominador común es el cultivo de arroz; se está incrementando en la zona el cultivo de cacao.

En cantidades pequeñas existen cultivos de: pimiento, tomate, sandía, melón, equivalentes al 3,5% del total de la superficie del cantón, también luego de muchos años de ausencia, el algodón se encuentra en mínimas superficie en los sectores.

Tabla 12

Matriz de principales cultivos en el cantón Yaguachi.

CULTIVO	NUM. UPAS	% UPAS	SUPERFICIE SEMBRADA	% SUPERFICIE
Algodón	59	1%	61	0%
Arroz	2.235	45%	20.011	72%
Maíz Duro	402	8%	526	2%
Sandía	21	0%	32	0%
Tabaco	29	1%	84	0%
Banano	39	1%	2.592	9%
Cacao	1.865	38%	3.660	13%
Café	16	0%	1	0%
Caña de Azúcar	19	0%	225	1%
Mango	26	1%	335	1%
Plátano	251	5%	297	1%
TOTAL	4.962	100%	27.824	100%

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial 2014-2019

Se evidencia que el giro de los establecimientos económicos, se concentra en los establecimientos comerciales que representan el 57% del total de establecimientos existentes en el Cantón.

La Creatividad en el Territorio

Es llamativo que, en el Cantón Yaguachi, no existiera un establecimiento que tuviera como giro la venta de la producción agrícola o de insumos agropecuarios; como se determina en el cuadro siguiente “Establecimientos Económicos Existentes: Cantón Yaguachi”

Tabla 13

Matruz de establecimientos económicos existentes en el cantón Yaguachi.

ESTABLECIMIENTO ECONÓMICO SEGÚN ACTIVIDAD PRINCIPAL	NÚMERO	%	TIPO ESTABLECIMIENTO
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.			
Explotación de minas y canteras.			
Industrias manufactureras.	62	6,28%	Manufactura
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado.			
Distribución de agua; alcantarillado, gestión de desechos y actividades	2	0,20%	Servicios
Construcción.	1	0,10%	Manufactura
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos	561	56,78%	Comercio
Transporte y almacenamiento.	2	0,20%	Servicios
Actividades de alojamiento y de servicio de comidas.	140	14,17%	Comercio
Información y comunicación.	37	3,74%	Servicios
Actividades financieras y de seguros.	2	0,20%	Comercio
Actividades inmobiliarias.			
Actividades profesionales, científicas y técnicas.	8	0,81%	Servicios
Actividades de servicios administrativos y de apoyo.	6	0,61%	Servicios
Administración pública y defensa; planes de seguridad social.	17	1,72%	Servicios
Enseñanza.	31	3,14%	Servicios
Actividades de atención de la salud Humana y de asistencia social.	21	2,13%	Servicios
Artes, entretenimiento y recreación.	18	1,82%	Comercio
Otras actividades de servicios.	80	8,10%	Servicios
Actividades de los hogares como empleadores			
Actividades de organizaciones y Órganos extraterritoriales.			
TOTAL	988	100,00%	

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial 2014-2019

La Creatividad en el Territorio

Según el Censo de Población y Vivienda, la población económicamente activa (PEA) del Cantón es de 22.179 personas de un total de 60.958 habitantes que tiene el Cantón Yaguachi. Es decir, la PEA constituía el 36% en relación al total de la población.

Dentro de la PEA, el potencial o la “capacidad y disponibilidad para dedicarse a la producción de bienes y servicios” de las personas del Cantón Yaguachi se dirige fundamentalmente a la Agricultura, Ganadería, Pesca y Manufactura. En ese sentido los actores públicos y privados deberían considerar programas y proyectos que beneficien el desarrollo de esta actividad económica.

La mayoría de la población económicamente activa se concentra en el sector primario identificado con las actividades agrícolas, pecuarias y de pesca; llegando al 48%, siguiendo en orden de importancia el sector terciario que es el sector comercial y que estaría poniendo en el mercado y a los consumidores los productos que ofrecen o demandan los sectores primario y secundario de la economía del Cantón Yaguachi.

La ciudad de Yaguachi se considera parte de la conurbación de Guayaquil y está situada a 40 km de la ciudad capital provincial Guayaquil, también está dentro del área de influencia de Durán.

El suelo para uso industrial al interior de la ciudad es mínimo, se expresa mayoritariamente en la ubicación de talleres artesanales, automotrices, carpinterías, lubricadoras, piladoras, y otros.

Considerando la ubicación estratégica de la ciudad de Yaguachi con las ciudades intermedias de Durán a 11,5 km y a 13 kilómetros de Milagro, así mismo a 25 minutos de la ciudad de Guayaquil nodo principal metrópoli y puerto de la costa ecuatoriana, Yaguachi ofrece ventajas comparativas y competitivas para que el sector industrial privado desarrolle su potencial de productos y servicios para la provincia del Guayas y al país, y consecuentemente la generación de empleo para Yaguachi y sus centros poblados aledaños.

La Creatividad en el Territorio

En ese sentido, las autoridades locales, en especial la Alcaldía del GAD Municipal de Yaguachi en consenso con los sectores productivos proyectan un futuro prometedor para Yaguachi, considerando la ubicación estratégica para la inversión industrial y el potencial del territorio, y la cercanía a mercados locales y nacionales.

El GAD Municipal de Yaguachi en su política territorial aprobó la ordenanza especial para suelo industrial para dar facilidades a nuevas inversiones y atraer la inversión privada. Esta resolución se convierte en un complemento al proyecto de país en el cambio de la matriz productiva, en el marco del Código Orgánico de la Producción con los beneficios tributarios para los industriales, El GAD Yaguachi crea así el Parque Industrial de Acopio y Distribución Yaguachi (PIADY) con doscientas hectáreas de superficie con una inversión de cincuenta millones de dólares que se invertirá en su primera etapa, configurando la zona industrial en el cantón Yaguachi.

El GAD Municipal en su política territorial también proyecta a futuro incrementar el uso de suelo industrial para complementar el PIADY y facilitar las inversiones industriales en el cantón. Infraestructura y acceso a servicios básicos, déficit, cobertura, calidad: agua potable, electricidad, saneamiento, desechos sólidos. Establecimiento del déficit en coberturas y requerimientos de los sistemas de agua potable, alcantarillado, energía eléctrica y desechos sólidos.

3.2.4. Educación

El cantón San Jacinto de Yaguachi tiene un total de 100 instituciones educativas, de las cuales el 75% son fiscales, 1% fiscomisionales, 3% municipales y 21% particulares. El 39% de las instituciones educativas se encuentran en el área urbana¹⁷ y el 61% en el área rural.

La Creatividad en el Territorio

Tabla 14

Instituciones educativas del cantón Yaguachi por sostenimiento y por área.

Tipo de sostenimiento	Urbana		Rural		Total	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Fiscal	28	71,79	47	77,05	75	75
Fiscomisional	1	2,56	0	00,00	1	1
Municipal	1	2,56	2	3,28	3	3
Particular	9	23,09	12	19,67	21	21
Total	39	100	61	100	100	100

Fuente: Ministerio de Educación y Cultura, Archivo maestro de Instituciones Educativas.

La ciudadanía participante en los talleres territoriales identifica los siguientes problemas:

- a) En la zona central de la cabecera cantonal se encuentran concentradas la mayor cantidad de instituciones educativas fiscales.
- b) Los centros educativos que ofrecen hasta el nivel de bachillerato son insuficientes en el cantón, por ejemplo, la Parroquia Rural Virgen de Fátima, no cuenta con una institución educativa fiscal que lo tenga.
- c) Las diferencias cualitativas entre las instituciones educativas del área urbana con la rural. Si bien en ambos casos, tienen problemas de insuficiencia de maestros/as, de infraestructura; los inconvenientes en la zona rural son de mayor proporción.
- d) Pocos espacios de educación inicial, lo que incide en que un porcentaje de niños y niñas tengan dificultades en acceder a la educación básica.

Estos problemas influyen de gran manera en la calidad de la educación sobre todo del área rural. Las familias que tienen recursos económicos suficientes prefieren enviar a sus hijos e hijas a estudiar a la cabecera cantonal, congestionando estas instituciones educativas y dejando abandonadas algunas escuelas del área rural.

La Creatividad en el Territorio

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de San Jacinto de Yaguachi cuenta con algunos servicios de apoyo a la educación como son: escuelas y colegios, bibliotecas (una en la cabecera cantonal y otra en la cabecera de la parroquia Pedro J. Montero) y los cybers (ubicados en: la cabecera cantonal, cabeceras parroquiales y en la comunidad El Deseo de la parroquia Cone).

Según la información proporcionada por INEC, el 91,74% de los niños, niñas y adolescentes entre los 5 a 14 años del cantón San Jacinto de Yaguachi asisten a un establecimiento de enseñanza regular. Este porcentaje es menor que el provincial que es de 93,58% y del nacional de 94,22%. Es decir, el cantón está a casi 3 puntos porcentuales por debajo de la media nacional.

En el cuadro a continuación podemos observar diferencias respecto a este indicador entre las diferentes parroquias y por sexo. Las niñas de este rango de edad tienen porcentajes de asistencia a establecimientos de educación regular más altos que los niños en todas las parroquias del cantón. Siendo esta brecha, especialmente notoria en la parroquia Virgen de Fátima.

Tabla 15

Niños y niñas de 5-14 que asisten a establecimientos de enseñanza regular del cantón San Jacinto de Yaguachi por parroquia.

Parroquia	Hombres				Mujeres			
	Si Asisten Casos %		No Asisten Casos %		Si Asisten Casos %		No Asisten Casos %	
Yaguachi Nuevo	2771	91,69	251	8,31	2762	93	208	7
General Pedro J Montero	869	90,33	93	9,67	830	92,22	70	7,78
Yaguachi Viejo (Cone)	1293	91,51	120	8,49	1179	91,54	109	8,46
Virgen de Fátima	1497	89,37	178	10,63	1495	92,91	114	7,09
Total	6430	90,92	642	9,08	6266	92,6	501	7,4

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial 2014-2019

La Creatividad en el Territorio

En el análisis se reconocen que hay niños y niñas del cantón que no asisten a la educación básica. Se identifican como factores para esta situación: la pobreza de algunas familias, el trabajo que realizan algunos niños y niñas y que dificulta su permanencia en la escuela (trabajo agrícola, empacadores en bananeras, comercio, trabajo doméstico), entre otros.

Se reconocen también como problemas la alta incidencia de violencia al interior de las familias y dificultades en el aprendizaje.

Según INEC, el analfabetismo en el cantón San Jacinto de Yaguachi es de 9,2%, mientras que a nivel nacional es de 6,8%; en la provincia del Guayas este indicador es del 5%. Se concluye que el cantón San Jacinto de Yaguachi tiene un porcentaje de analfabetismo mayor que la media provincial y nacional.

En el cuadro a continuación podemos observar algunas brechas en lo que se refiere a analfabetismo. Es notoria la brecha existente entre hombres y mujeres. En todas las parroquias la tasa de analfabetismo es mayor en las mujeres, siendo el caso de Yaguachi Nuevo donde la diferencia está más acentuada, pues mientras entre los hombres hay una tasa de 7,37% de analfabetismo, entre las mujeres es del 10,71%.

Tabla 16.

Porcentaje de analfabetismo de población del cantón Yaguachi por parroquia y por sexo.

Parroquia	Hombres		Mujeres	
	Casos	%	Casos	%
Yaguachi Nuevo	640	7,37	958	10,71
General Pedro J Montero	229	9,25	278	9,8
Yaguachi Viejo (Cone)	362	9,62	438	10,76
Virgen de Fátima	366	8,18	398	8,36

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial 2014-2019

También podemos observar que la parroquia Yaguachi Viejo (Cone) tiene el porcentaje de analfabetismo más alto en hombres y mujeres. La población participante en los talleres territoriales considera que un factor que dificulta la alfabetización de la población de la parroquia es la existencia de un solo centro, que resulta muy distante para los habitantes de algunos de los recintos.

3.2.5. Salud y nutrición

En el cantón San Jacinto de Yaguachi existen diversos prestatarios de salud, siendo los principales: el Ministerio de Salud Pública, el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), voluntarias de salud, practicantes de medicina tradicional (curanderos, comadronas, sobadores).

En lo que se refiere al Ministerio de Salud Pública, el cantón San Jacinto de Yaguachi pertenece al Área de Salud No 32 de la provincia del Guayas y cuenta con las siguientes unidades de salud:

- Hospital Básico “Dr. José Cevallos Ruiz”, ubicado en la cabecera cantonal.
- Sub-centro de Salud Vuelta Larga.
- Sub-centro de Salud Yaguachi Viejo (Cone), ubicado en la parroquia del mismo nombre.
- Sub-centro de Salud Gral. Pedro J. Montero, ubicado en la parroquia del mismo nombre.
- Sub-centro de Salud Virgen de Fátima, ubicado en la parroquia del mismo nombre.

El Instituto ecuatoriano de Seguridad Social mantiene 4 Dispensarios del Seguro Social Campesino ubicados en La Clementina, San Fernando, El Deseo y Buena Fe. También están presentes en el cantón: la Cruz Roja, promotoras de salud, médicos particulares y prestatarios de salud tradicionales.

La Creatividad en el Territorio

Se identifican una serie de dificultades en la atención en salud del cantón, se señala que hay una brecha entre la atención que se brinda en el área urbana o en la rural. Consideran que los servicios están concentrados en la cabecera cantonal y que hay recintos que están a mucha distancia de un servicio de salud. En el área rural los horarios de atención son más limitados, no existen médicos asignados, así como suficientes de equipos e infraestructura. Respecto a este último aspecto, los sub-centros de las parroquias rurales Cone y Virgen de Fátima carecen de local propio y la población indica que donde funciona el sub-centro de Virgen de Fátima es de pésimas condiciones.

Este acentuado déficit en el área rural provoca que las personas se dirijan al hospital de la cabecera cantonal, ocasionando su congestión, por lo que no logra atender la demanda ya que la cantidad de médicos con los que cuenta resulta insuficiente para los habitantes del cantón. También faltan médicos especialistas, por lo que no responde a las necesidades de la población, en muchas ocasiones los pacientes deben ser enviados a hospitales de Guayaquil y Milagro.

3.2.6. Marco Metodológico

La presente investigación es de tipo exploratoria-descriptiva a fin de conocer las potencialidades de la industria creativa en el cantón Yaguachi, además de determinar la contribución de dicha industria al desarrollo territorial del cantón.

La investigación utiliza diferentes fuentes de información, a saber: bases de datos, entrevistas a los habitantes del cantón, documentos y estadísticas relacionadas con la investigación. Para la recopilación se habla de dos tipos de fuentes de la recolección de información como son: las fuentes primarias encuestas a los habitantes del cantón pertenecientes a los mercados creativos y representantes del GAD Municipal. Como fuente secundaria el INEC y EL Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón San Jacinto de Yaguachi. También se realizarán entrevistas a tres expertos en desarrollo territorial: Actor Social, Actor Político y Actor Académico

La Creatividad en el Territorio

Se ha determinado un enfoque cuali-cuantitativo mediante la elaboración de encuesta a partir de una muestra poblacional. Además, se logrará identificar diferentes perspectivas a partir de los criterios de expertos a fin de conocer y analizar los criterios de los actores del desarrollo desde diferentes espacios y actividades.

Para determinar el número de los encuestados a obtener, se utiliza el muestreo probabilístico mediante la fórmula para la población finita, cuya aplicación es utilizada cuando se conoce la totalidad de observaciones que la integran y que esté alineada a los artesanos del cantón San Jacinto de Yaguachi. Para ello se forma de referencia la siguiente fórmula. Donde:

- N = Total de la población
- $Z= 1.96$ al cuadrado (confianza del 95%)
- p = Proporción aproximada de fenómeno en estudio en la población de referencia (en este caso $5\%=0.05$)
- q = Proporción de la población de referencia que no se presenta el fenómeno en estudio (en este caso $1-0.95= 0.95$)
- d = precisión (5%)

Por lo tanto, se cuenta con una muestra de 70 artesanos que se encuentran dispersos en el cantón y ofrecen sus productos de manera informal. El diseño de recolección de datos está distribuido de la siguiente forma:

- Análisis Cuantitativo
 - Técnica: Documentación oficiales
 - Instrumentos: Encuestas a la muestra poblacional.
 - Preguntas Cerradas: Dicotómicas estableciendo dos tipos de respuesta "SÍ" o "NO".
 - Opciones Múltiples: En estas preguntas el encuestado podrá seleccionar su respuesta dentro de un grupo sugerido de alternativas.
 - Anexo 1.- Diseño de la encuesta

- Análisis Cualitativos
 - Técnica: Búsqueda de información por medio de expertos de desarrollo territorial e industrias creativas.
 - Instrumentos: Entrevistas semi-estructuras

A fin de proponer una triangulación de criterios sobre la implementación y diseño de industrias creativas en el cantón Yaguachi que dinamice su economía, analizando de qué forma la creación de centros o ferias artesanales de manera permanente y sostenibles en el tiempo, ayudara a su desarrollo y a la vez conseguir un crecimiento económico que le permita al mismo ser competitivo. Se han seleccionado a tres expertos con identidad anónima, en las áreas y sus respectivos cargos.

- Actor Político: El alcalde, ejerce un cargo público de elección popular con su conocimiento en desarrollo territorial, con propuestas o proyectos encaminado al beneficio de la ciudadanía.
- Actor Social: Representante de los Artesanos del cantón, como vocero de este grupo social económico, que buscan desarrollar su potencial y contribuir con el desarrollo local, con la finalidad de mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.
- Actor Académico: Profesor de Economía, por su conocimiento en desarrollo territorial y Política Pública, nos aporta con los conceptos y estrategias para poder llevar a cabo la investigación.

3.3. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

La muestra total está conformada por 70 artesanos del cantón Yaguachi, obteniendo los siguientes datos.

3.3.1. Análisis Cuantitativo

1. ¿Considera usted que se debería implementar una industria creativa en el Cantón?

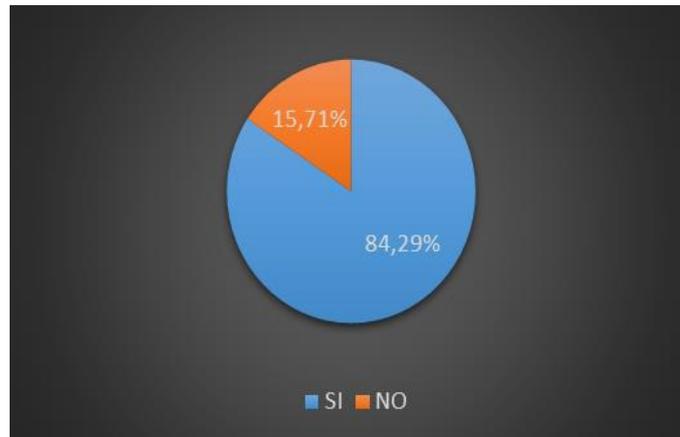


Figura 6. Implementar una industria creativa.

Fuente: Elaborado por los autores

En la figura 6, se puede observar que el 84.29% de los encuestados consideran que si se debe implementar una industria creativa en el cantón. Ya que afirman que estas contribuyen al desarrollo social inclusivo, al diálogo y entendimiento de los pueblos, este es uno de los sectores económico que ha tenido una expansión rápida a nivel mundial. Genera puestos de trabajo y mejora la calidad de vida de los ciudadanos.

2. ¿Considera usted que la estructura cultural del Cantón aportaría en el crecimiento de los mercados creativos?



Figura 7. Estructura cultural.

Fuente: Elaborado por los autores

La Creatividad en el Territorio

En la figura 7, se puede observar que el 77.14% de los encuestados consideran que la estructura cultural del Cantón aportaría en el crecimiento de los mercados creativos. Su estructura cultural se ve reflejada en la tradición de los feligreses al visitar la Catedral de San Jacinto, ya que el cantón es reconocido por sus fiestas patronales conocida como la Ruta de la fe. También se tiene uno de los patrimonios históricos que significa el escenario de la batalla de Cone, que fue el centro donde se defendió la independencia de Guayaquil. La cultura es a la vez un catalizador y un motor del desarrollo que produce nuevas ideas que permiten a las personas estimular la innovación y la creatividad, que impulsan un crecimiento integrador y sostenible.

Mientras que el 22.86% de los encuestados consideran que el cantón no cuenta con atractivos turísticos y culturales, ya que ellos afirman que no se ha cuidado del patrimonio cultural, por ende, el turista no se siente atraído por visitar al cantón o regresar al mismo.

3. ¿Cree usted que el cabildo municipal debería de participar en la organización e implementación de una industria creativa?

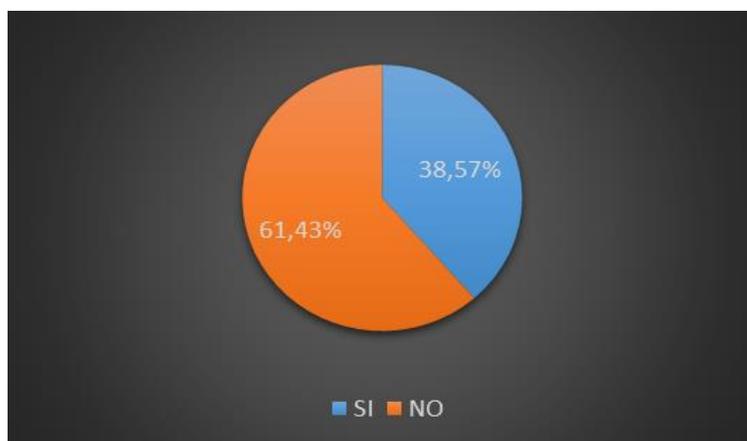


Figura 8. Cabildo e implementación de una industria creativa.

Fuente: Elaborado por los autores

En la figura 8, se puede observar que el 61.43% de los encuestados consideran que el cabildo municipal no debería de participar en la organización e implementación de una industria creativa. Por el temor de alinearse a Ordenanzas establecidas por el cabildo, luego de ser partícipe de la organización, acotando que esta debería de implementarse por medio de

inversión privada o asociaciones gremiales. Mientras el 38.57% de los encuestados consideran factible la participación del cabildo municipal, ya que afirman que será de gran ayuda para su organización y poder fortalecer sus capacidades, patrocinando programas y proyectos que beneficien a los artesanos como talleres gratuitos que puede otorgar el municipio en conjunto con instituciones educativas, y que le ayude a la especialización de sus habilidades y poder contar con un espacio en donde promocionar sus productos.

4. ¿Cree usted que las industrias creativas se han convertido en el enorme potencial como impulsadoras de desarrollo económico y social?

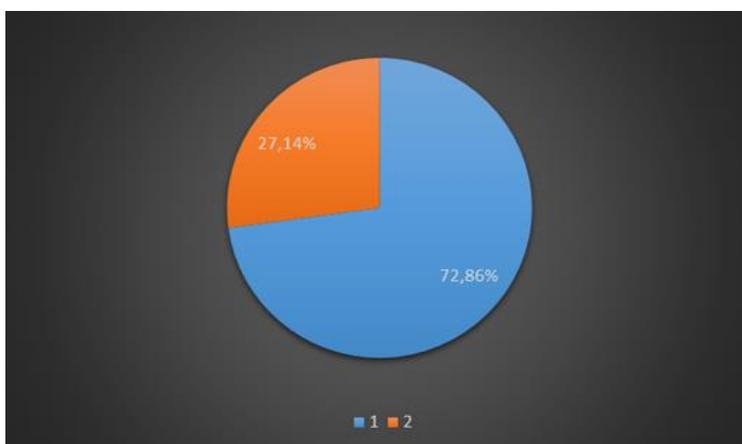


Figura 96. Potencial de Desarrollo Económico y Social.

Fuente: Elaborado por los autores

En la figura 9, se puede observar que el 72, 86% de los encuestados consideran que las industrias creativas se han convertido en el enorme potencial como impulsadoras de desarrollo económico y social, este sector es altamente transformador en términos de generación de ingresos, de creación de empleo y de ganancias, el cual permite a las personas responsabilizarse de su propio desarrollo estimulando la innovación y la creatividad, Haciendo de la cultura un motor y facilitador de los procesos de desarrollo económico, social y medioambiental a escala territorial.

5. ¿Cree usted que deberían de realizarse talleres de capacitación a la ciudadanía para potenciar la economía creativa como fuente de generación de riqueza?

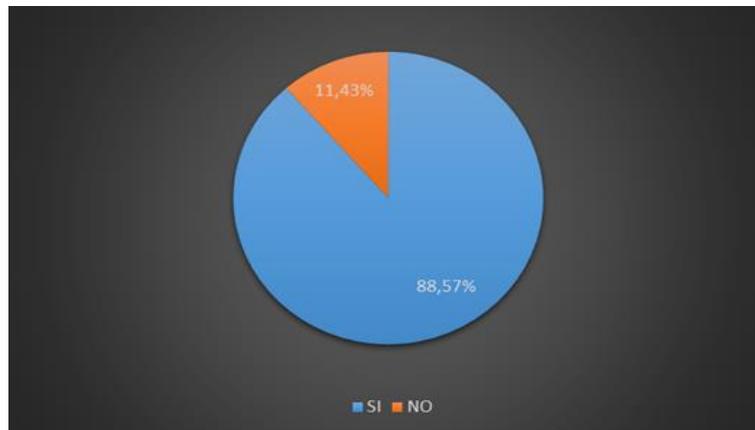


Figura 70. Talleres de capacitación.

Fuente: Elaborado por los autores

En la figura 10, se puede observar que el 88.57% de los encuestados consideran que deberían de realizarse talleres de capacitación a la ciudadanía para fomentar la participación en la industria creativa, con vista a garantizar el desarrollo socioeconómico del Cantón. Participar en cooperación facilita un aprendizaje mutuo provechoso y a la vez fundamenta los programas y proyectos para el desarrollo. Ya que al invertir en el aumento de capacidades a nivel local potencia a los emprendedores y empresarios culturales, a los funcionarios de la administración y a las empresas del sector privado.

6. Como productor, ¿A qué sector de la industria creativa pertenece usted?

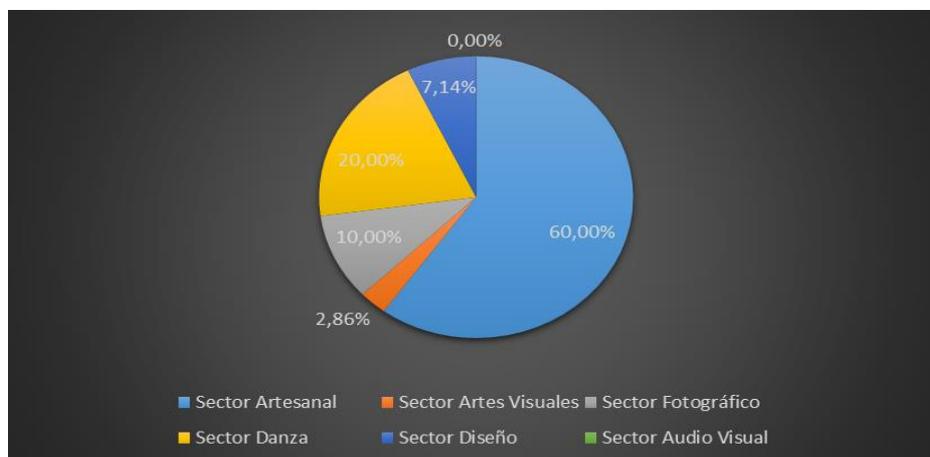


Figura 81. Industria creativa.

Fuente: Elaborado por los autores

La Creatividad en el Territorio

Como podemos observar en la figura 11, el 60% de los encuestados pertenecen al sector artesanal. Ya que la mayor parte de los encuestados elaboran sus artes a mano, con baja división social del trabajo y con predominio de la energía humana, física y mental. La mayoría de los artesanos se dedican a elaborar adornos en cerámicas, bisutería trabajada a mano, sombreros, hamacas, adornos en madera de balsa, elaboración de instrumentos musicales como el Bombo, la flauta, maracas, así como también predomina la gastronomía.

7. En su consideración ¿Cuáles son los productos de mayor demanda dentro de la industria creativa?



Figura 92. Productos de mayor demanda.

Fuente: Elaborado por los autores

En la figura 12, se puede observar que el 59.52% de los encuestados consideran que las artesanías son los productos de mayor demanda en la industria creativa, ya que muchos de estos se desenvuelven en la elaboración de accesorios artesanales hechos a mano, seguido por productos de sesiones fotográficas con el 15.71%, en el cantón existen 3 estudios fotográficos, sin embargo hay profesionales que prefieren salir del cantón a ciudades más grandes, donde pueden desempeñarse como tal, ya que les representa mayor ingresos y notoriedad.

8. ¿Le gustaría formar parte de un espacio físico organizado donde puedan ofrecer sus productos?

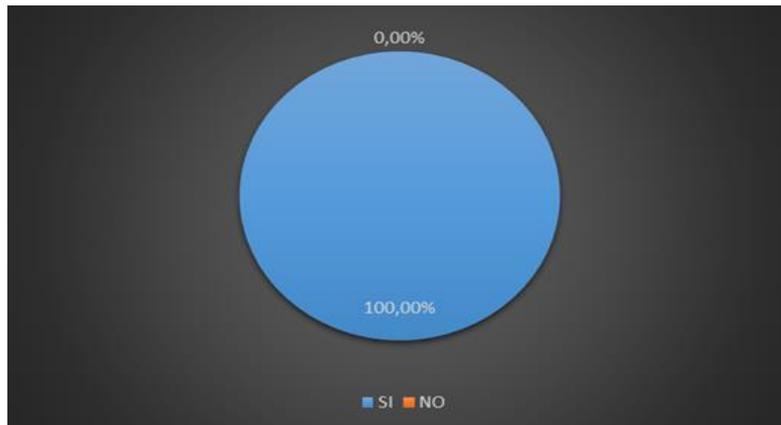


Figura 103. Espacio físico.

Fuente: Elaborado por los autores

En la figura 13, se puede observar que el 100% de los encuestados les gustaría formar parte de un espacio físico organizado donde puedan ofrecer sus diversos productos, ya que ellos coinciden, que falta organización y que muchos de ellos se encuentran dispersos, el cual no les permite a los mismos poder mostrar sus productos. Además, nos indica que este será una oportunidad para identificar los activos de la economía creativa, si existe una buena conexión entre los sectores formal e informal para elaborar políticas de desarrollo.

9. ¿Qué productos de las industrias creativas estaría dispuesto a comercializar?

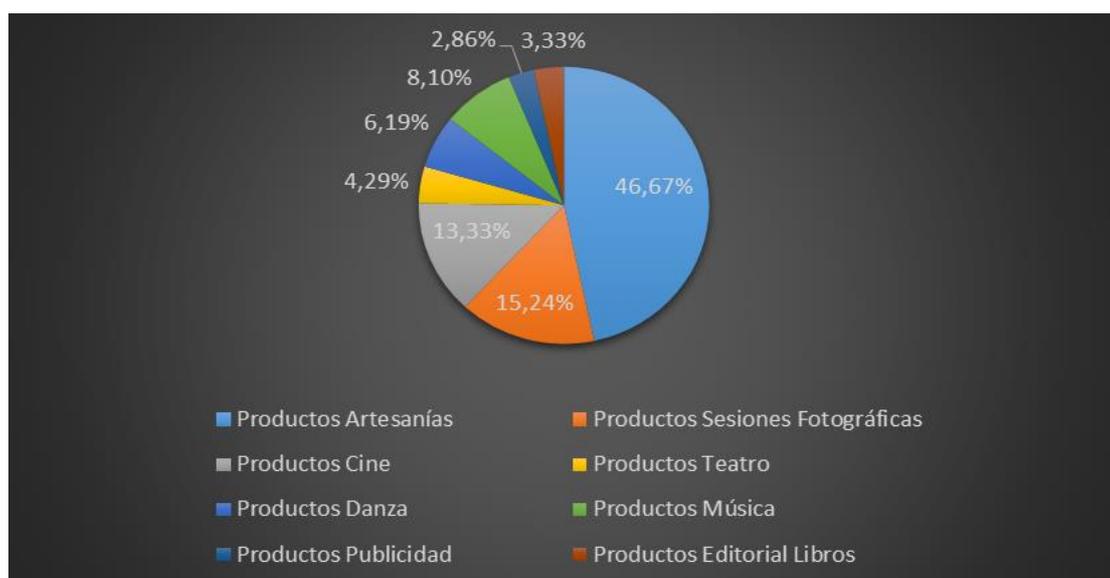


Figura 114. Industrias creativas.

Fuente: Elaborado por los autores

En la figura 14, se observa que los productos que estarían dispuestos a comercializar, las artesanías fueron unas de las favoritas con un 46.67%, ya que la pluriculturalidad de un país y las tradiciones de sus diversas etnias se pueden reflejar en detalles tan propios como las artesanías, en las que se conoce de cerca la mano de obra, técnica y materiales que se emplean para la elaboración de estos artículos, por la experiencias vividas durante las fiestas patronales del cantón, los turistas prefieren llevar de recuerdo las artesanías elaboradas a mano.

Conclusión del Análisis Cuantitativo

Analizando la encuesta se concluye, que la estructura cultural del cantón, permite la implementación de mercados creativos, debido a la gran aceptación que tiene la ciudadanía con este tipo de emprendimiento (77.14%), sin embargo los encuestados prefieren que el cabildo Municipal no intervenga en la creación de Industrias creativas, acotando que esta debería de implementarse, por medio de inversión privada o asociaciones gremiales. Mientras que el 38.57% de los artesanos encuestados consideran factible la participación del cabildo municipal, ya que ellos afirman que será de gran ayuda para su organización, fortaleciendo sus capacidades y especializándose mediante talleres y programas realizados en convenios con instituciones educativas.

Los encuestados consideran que estos mercados creativos tienen un gran potencial económico, ya que cantones aledaños han implementado este tipo de industrias, generando mayores ingresos y oportunidades laborales para los emprendedores locales, alcanzando mejores índices de desarrollo económico y social.

En cuanto a lo observado, el mercado artesanal tiene la mayor aceptación dentro de nuestro cantón, ya que la mayoría de emprendedores se identifican como artesanos profesionales, aseguran que la pluriculturalidad de un país y las tradiciones de sus diversas etnias se pueden reflejar en detalles tan propios como las artesanías. Sin embargo, nuestros artesanos requieren de un espacio

público y organizado para ofrecer sus diversos productos y dar a conocer sus artes a la ciudadanía tanto local como visitantes, impulsando el turismo en el cantón y que este no solo sea visitado por sus festividades patronales, sino que sea reconocido por los diferentes productos y actividades que se puedan ofrecer en el mismo.

3.3.2. Opinión de expertos

El objetivo general de la entrevista es evaluar los criterios de expertos sobre la implementación y diseño de una industria creativa para alcanzar el desarrollo económico y local en el cantón San Jacinto de Yaguachi.

Los objetivos específicos de la entrevista son:

- Aumentar la validez de los resultados de la investigación.
- Comparar los criterios de expertos, a partir del área en donde desarrollan sus actividades.
- Comprender de forma profunda y clara el escenario de la problemática estudiada en el presente trabajo de investigación.

Pregunta N°1: En relación a las políticas públicas ¿Considera usted que Yaguachi como cantón cuenta con políticas pública que fomente el desarrollo de la industria creativa a fin de generar crecimiento económico en el cantón? Argumente su respuesta.

Actor Político: En la actualidad, no contamos con programas y proyectos encaminados al fortalecimiento y apoyo a los pequeños artesanos y emprendedores; no obstante, en la actualización del PD-OT (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial), nos hemos enfocado, en plasmar programas que beneficien al desarrollo de los emprendedores locales, mejorando la calidad de vida de nuestros ciudadanos.

Actor Social: No, porque no existen actividades a través de las cuales las ideas se transformen en bienes y servicios a favor de la comunidad. Otro problema importante es el desajuste entre, por un lado, el conocimiento y las habilidades necesarias para tener éxito en las industrias creativas y, por otro, la educación formal y capacitación que se imparten.

La Creatividad en el Territorio

Actor Académico: No he escuchado información sobre políticas públicas aplicadas en el municipio, no obstante, deseo recalcar que los GAD's aun teniendo autonomía ellos no tienen la facultad de implantar leyes, sin embargo, pueden establecer ordenanzas que deben estar sujetas a lo que establecen las leyes orgánicas creadas por la asamblea.

Pregunta N° 2 ¿Qué políticas públicas encaminadas a dinamizar la economía creativa, considera fundamentales para alcanzar mejores índices de desarrollo económico local?

Actor Político: En la actualidad contamos con un programa de exoneración de impuestos, (impuesto verde), para las empresas ubicadas en la zona industrial PIADY. No obstante, se tiene contemplado implementar programas y proyectos, que beneficien a los Artesanos locales, a los emprendedores a crear sus productos, que ocupen un espacio físico, otorgado por el municipio.

Actor Social: Una política pública que ayude a dinamizar la economía sería, las exoneraciones fiscales (impuestos), por parte del ente rector en los primeros años de funcionamiento de los establecimientos o emprendimiento, y por parte del sector privado, mejorar los programas de financiamiento (créditos) para nuevos negocios.

Actor Académico: Considero, que se debería segregar los requisitos entre la economía creativa y la economía industrial, mejorando los parámetros para que los productores tengan la facilidad de sacar sus productos al mercado. Apoyo financiero tanto directo como indirecto, Formación de capital humano (programas de capacitación y desarrollo de proyectos) Infraestructura regulatoria (especialmente ley de derecho de autor y de control de las industrias de imprenta y medios, incluyendo cuotas de televisión); y mecanismos para mejorar la circulación de información, tecnología y desarrollo del mercado.

Pregunta N° 3 En relación a los mercados creativos ¿Cuáles considera usted, como los principales potenciales de mercados para el cantón Yaguachi?

La Creatividad en el Territorio

Actor Político: Por lo general los referentes a comidas, bebidas, artículos para el hogar, tecnología, y sobre todo lo más representativo del Cantón las Artesanías elaboradas a mano.

Actor Social: Para mi apreciación como principales mercados sería la gastronomía y la joyería, pienso que estos atraen al turista, en cuanto a todos nos encanta degustar de los platos típicos de la zona, y llevar a nuestros familiares un recuerdo de lo visitado.

Actor Académico: En base a lo observado en cantones aledaños que han implantado la economía creativa, como polo de desarrollo local, sería factible en especializarnos en las Artesanías y Gastronomía de nuestra zona, y no esperar que la dinámica económica solo se vea reflejado en los tres días de fiestas Patronales que se celebran del 14 al 16 de agosto, para ofrecer nuestros productos, sino que esta sea una dinámica generada los 365 días del año.

Pregunta N° 4 En su experiencia ¿Qué factores afectan el desarrollo de los nuevos mercados o emprendimientos creativos? Relacionados con la economía creativa.

Actor Político: La falta de organizaciones y Programas que incentiven a los emprendedores y que beneficien dichos mercados. La dispersión en la que se encuentran es otra limitante, por carecer de espacios de promoción.

Actor Social: Los factores que afectan el desarrollo de los nuevos mercados creativos, es la falta de apoyo municipal. Uno de los factores es que las políticas muchas veces no están hechas a la medida de la industria creativa, sino que han sido adaptadas de contextos de políticas tradicionales. Y para fortalecer las bases es necesario un conjunto integral de políticas que promuevan el desarrollo de un ecosistema creativo.

Actor Académico: El exceso de burocracia e impuestos son algunos de los principales impedimentos, así como el lograr un buen alcance y contacto con clientes.

Pregunta N° 5 En base a su experiencia ¿Qué factores culturales y sociales influyen en el desarrollo de una industria creativa en el cantón Yaguachi?

La Creatividad en el Territorio

Actor Político: El desinterés o temor de los consumidores en los productos nuevos o entrantes, por lo cual implementar ferias o espacios de promoción generaría mayor apertura y un cambio socio-cultural en los consumidores.

Actor Social: El poder llegar a la ciudadanía a través de medios de comunicación, redes sociales, o de forma presencial, influye mucho en el desarrollo de las industrias. Así como también una de las fallas que existe es la mala coordinación entre la demanda de habilidades de la economía creativa y el sistema educativo.

La intervención pública a nivel general mantiene problemas de eficiencia y efectividad, y en algunos casos estos pueden ser tan graves que anulan por completo cualquier beneficio que puede acarrear la intervención en el desarrollo de la industria creativa.

Actor Académico: Poca apertura de las empresas privadas para promocionar los productos elaborados artesanalmente, por ejemplo, las cadenas de Supermercados, la falta de espacios públicos que permitan presentar los productos elaborados por emprendedores a los posibles consumidores.

Triangulación de información

En el presente trabajo de investigación aplicaremos el método de Triangulación de información, donde se pretende analizar los datos de manera independiente por cada uno de los investigadores y, posteriormente, someter estos análisis a comparación de los diferentes criterios de los expertos, sobre la implementación y diseño de industrias creativas en el cantón Yaguachi, analizando de qué forma la creación de centros o ferias artesanales de manera permanente y sostenibles en el tiempo, ayudará a su desarrollo y a la vez conseguir un crecimiento económico que le permita al mismo ser competitivo.

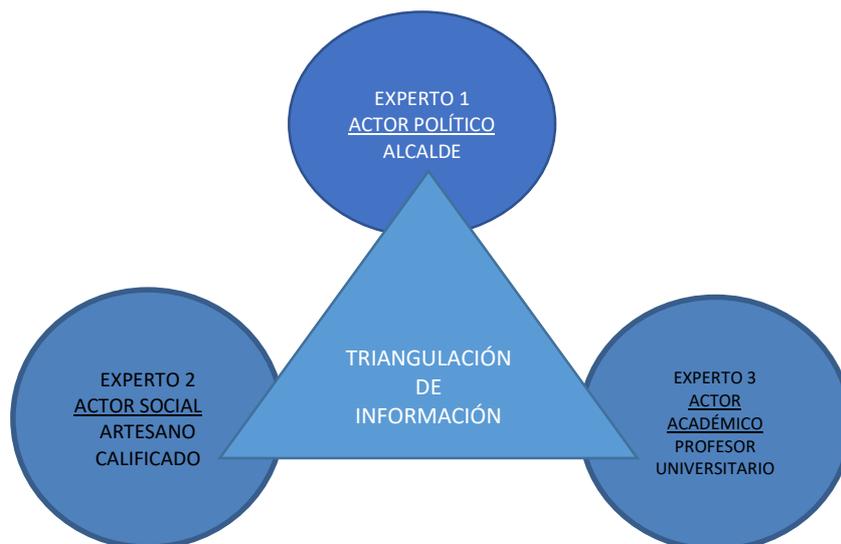


Figura 15. *Triangulación de Información.*

Fuente: Elaborado por los autores

En la figura 15, se da a conocer los expertos que intervienen, se han seleccionado a tres expertos con identidad anónima, en las áreas y sus respectivos cargos. Los actores político, social y académico coinciden en que no existen programas o proyectos que motiven al desarrollo de sectores económicos innovadores, ya que en la actualidad no se cuenta con políticas públicas que beneficien al desarrollo de los emprendedores locales. Una política destinada a fomentar las industrias culturales y creativas es, ante todo, un instrumento para dar sostenibilidad y difusión a las iniciativas creadoras de los individuos y las comunidades.

Tabla 17

Análisis de la pregunta No 1.

	Experto	Respuesta		Argumentación
		coincidencias	Discrepancia	
Pregunta N°1 En relación a las políticas públicas ¿Considera usted que Yaguachi como cantón cuenta con políticas pública que fomente el desarrollo de la industria creativa a fin de generar crecimiento económico en el cantón? Argumente su respuesta.	Actor Politico	x		En la actualidad, no contamos con programas y proyectos encaminados al fortalecimiento y apoyo a los pequeños artesanos y emprendedores.
	Actor Social	x		No, porque no existen actividades a través de las cuales las ideas se transformen en bienes y servicios a favor de la comunidad.
	Actor Academico	x		No he escuchado información sobre políticas públicas aplicadas en el municipio, no obstante deseo recalcar que los GAD's aun teniendo autonomía ellos no tiene la facultad de implantar leyes, sin embargo pueden establecer ordenanzas que deben estar sujetas a lo que establecen las leyes orgánicas creadas por la asamblea.

Fuente: Encuesta a Expertos.

La Creatividad en el Territorio

El actor académico indica que otro problema importante es el desajuste, por un lado, el conocimiento y las habilidades necesarias para tener éxito en las industrias creativas y, por otro, la educación formal y capacitación que se imparten.

Los actores político y social consideran que se debería de implementar una política tributaria en cuanto a la exoneración de impuestos, a fin de mejorar los primeros años de vida de los negocios de los emprendedores.

Mientras que el actor Académico considera, que se debería segregar los requisitos entre la economía creativa y la economía industrial, para que los productores tengan la facilidad de mostrar sus productos al mercado.

Tabla 18

Análisis de la pregunta No 2.

	Experto	Respuesta		Argumentación
		coincidencias	Discrepancia	
Pregunta N° 2 ¿Qué políticas públicas encaminadas a dinamizar la economía creativa, considera fundamentales para alcanzar mejores índices de desarrollo económico local?	Actor Político	x		En la actualidad contamos con un programa de exoneración de impuestos, (impuesto verde), para las empresas ubicadas en la zona industrial PIADY. No obstante, se tiene contemplado implementar programas y proyectos, que beneficien a los Artesanos locales, a los emprendedores a crear sus productos, que ocupen un espacio físico, otorgado por el municipio.
	Actor Social	x		Una política pública que ayude a dinamizar la economía sería, la exoneraciones fiscales (impuestos), por parte del ente rector en los primeros años de funcionamiento de los establecimientos o emprendimiento, y por parte del sector privado, mejorar los programas de financiamiento (créditos) para nuevos negocios.
	Actor Académico			Considero, que se debería segregar los requisitos entre la economía creativa y la economía industrial, mejorando los parámetros para que los productores tenga la facilidad de sacar sus productos al mercado.

Fuente: Encuesta a Expertos.

La Creatividad en el Territorio

También se debería de contar con el apoyo financiero tanto directo como indirecto, Formación de capital humano (programas de capacitación y desarrollo de proyectos) Infraestructura regulatoria (especialmente ley de derecho de autor y de control de las industrias de imprenta y medios, incluyendo cuotas de televisión); y mecanismos para mejorar la circulación de información, tecnología y desarrollo del mercado.

Tabla 19

Análisis de la pregunta No 3.

	Experto	Respuesta		Argumentación
		coincidencias	Discrepancia	
Pregunta N° 3 En relación a los mercados creativos ¿Cuáles considera usted, como los principales potenciales de mercados para el cantón Yaguachi?	Actor Politico	x		Por lo general los referentes a comidas, bebidas, artículos para el hogar, tecnología, y sobre todo lo más representativo del Cantón las Artesanías elaboradas a mano.
	Actor Social	x		Para mi apreciación como principales nichos de mercados sería la gastronomía y la joyería
	Actor Academico	x		Como polo de desarrollo local, sería factible en especializarnos en las Artesanías y Gastronomía de nuestro zona

Fuente: Encuesta a Expertos.

Los actores político, social y académico, coinciden que los nichos de mercado con mayor potencial sería el sector gastronómico y artesanal, ya que este juega un papel principal y prioritario para los destinos puesto que es un recurso turístico clave para el fomento del desarrollo económico local.

La Creatividad en el Territorio

Y es que la gastronomía representa un recurso que ofrece un abanico de potenciales, actividades llenas de contenido cultural e histórico para entretener al turista y proponerle una forma innovadora de disfrutar de experiencias en el territorio a través de un contacto multisensorial.

Tabla 20

Análisis de la pregunta No 4.

	Experto	Respuesta		Argumentación
		coincidencias	Discrepancia	
Pregunta N° 4 En su experiencia ¿Qué factores afectan el desarrollo de los nuevos mercados o emprendimientos creativos? Relacionados con la economía creativa	Actor Político		x	La falta de organizaciones y Programas que incentiven a los emprendedores y que beneficien dichos mercados. La dispersión en la que se encuentran es otra limitante, por carecer de espacios de promoción.
	Actor Social	x		Los factores que afectan el desarrollo de los nuevos mercados creativos, es la falta de apoyo municipal.
	Actor Académico	x		El exceso de burocracia e impuestos son algunos de los principales impedimentos, así como el lograr un buen alcance y contacto con clientes.

Fuente: Encuesta a Expertos.

Los actores social y académico coinciden en que la falta de apoyo municipal o exceso de burocracia afectan el desarrollo de los nuevos mercados o emprendimientos creativos, ya que al no existir programas o proyectos que beneficien al artesano estos nunca podrán explotar su potencial, y desarrollarse como tal en el Cantón.

Mientras que el actor político discrepa con dichos actores, aduciendo que no existe una organización por parte de los artesanos o emprendedores, que los regule y califiquen para promocionar sus productos, al no existir una organización, no existe una fuerza que ayude a respaldar sus propuestas y nuevas estrategias para poder llegar a la ciudadanía y ofrecer los diferentes productos que elaboran.

Los tres actores discrepan en cuanto a los factores sociales y culturales que influyen en el desarrollo de una industria creativa, ya que el actor político expone que existe desinterés o desconfianza por parte de la ciudadanía hacia los

La Creatividad en el Territorio

productos nuevos, mientras que el actor social nos indica que el factor que impide el desarrollo de los emprendimientos es la falta de promoción de los productos a través de los medios de comunicación, redes sociales o espacios de promoción, por otra parte el actor académico considera como limitante de desarrollo la poca apertura de las cadenas de supermercados a los emprendedores.

Tabla 21

Análisis de la pregunta No 5.

	Experto	Respuesta		Argumentación
		coincidencias	Discrepancia	
Pregunta N° 5 En base a su experiencia ¿Qué factores culturales y sociales influyen en el desarrollo de una industria creativa en el cantón Yaguachi?	Actor Político		x	El desinterés o temor de los consumidores en los productos nuevos o entrantes, por lo cual implementar ferias o espacios de promoción generaría mayor apertura y un cambio socio-cultural en los consumidores.
	Actor Social		x	El poder llegar a la ciudadanía a través de medios de comunicación, redes sociales, o de forma presencial, influye mucho en el desarrollo de las industrias.
	Actor Académico		x	Poca apertura de las empresas privadas para promocionar los productos elaborados artesanalmente, por ejemplo las cadenas de Supermercados, la falta de espacios públicos que permitan presentar los productos elaborados por emprendedores a los posibles consumidores.

Fuente: Encuesta a Expertos.

Análisis de la triangulación de expertos

- Desde el punto de vista de expertos en política pública y desarrollo territorial, se concluye que existe una marcada diferencia de criterios entre actores político, social y académico, quienes desde diferentes espacios y actividades perciben de modo distinto el Implemento y diseño de una industria creativa para el desarrollo territorial del cantón San Jacinto de Yaguachi.
- Desde la experiencia de los actores político y social, el Diseño de industrias creativas en cantones aledaños ha contribuido al desarrollo económico y local, lo cual, ha permitido generar bienestar y mejoramiento de la calidad de vida de los sectores más vulnerables.
- Desde el punto de vista académico, el diseñar una industria creativa, nos confirma que este ha sido el polo de desarrollo económico, en varios cantones, siempre y cuando se cuente con programas y proyectos que

beneficien al artesano, y que a la vez exista la ayuda de los entes reguladores, para poder desarrollarse en un espacio físico. Así como la formación de capital humano (programas de capacitación y desarrollo de proyectos) Infraestructura regulatoria (especialmente ley de derecho de autor y de control de las industrias de imprenta y medios de comunicación social); y mecanismos para mejorar la circulación de información, tecnología y desarrollo del mercado.

3.4. PROPUESTA

La presente propuesta ha sido creada considerando los resultados de la investigación tanto cualitativa como cuantitativa, el cual ha mostrado resultados a favor de las estrategias de generación de desarrollo social y crecimiento económico, se basa en proponer a la economía creativa como motor de fortalecimiento al desarrollo territorial en el cantón Yaguachi, de tal forma se le puede dar importancia y valor agregado al capital intelectual , dando como resultados propuestas innovadoras, mejoramiento en la calidad de vida y nuevas plazas de empleos.

A pesar que Ecuador cuenta con políticas culturales, en el Cantón Yaguachi las personas consideran que estas políticas no benefician ni a las actividades culturales ni a las creativas, debido a esto como punto de partida las políticas culturales deben especificar que la economía creativa es un motor de desarrollo existiendo un fomento a las industrias creativas. Se observa a continuación la matriz de comparación de resultado de entrevistas y encuestas en donde vamos a dar las posibles soluciones a cada uno de los problemas que se nos presenta:

En la tabla 28 en la matriz de comparación de resultados de entrevistas y encuestas se puede observar que la pregunta número 1 de las entrevistas a expertos guarda relación con las preguntas 1 y 4 de las encuestas elaboradas a los artesanos, donde se detecta el problema que el Cantón Yaguachi no cuenta con políticas públicas, programas o proyectos que motiven al desarrollo de sectores económicos creativos.

La Creatividad en el Territorio

Sin embargo los artesanos están de acuerdo en que se implemente una industria creativa en el cantón ya que estas se han convertido en el enorme potencial como impulsadoras de desarrollo económico y social, generando puestos de trabajo y mejorando la calidad de vida de los habitantes.

Tabla 22

Comparación de Resultados en las entrevistas y encuestas No 1.

Entrevista a Experto		Encuesta Artesanos	
	RESULTADOS		RESULTADOS
<p>Pregunta N°1 En relación a las políticas públicas ¿Considera usted que Yaguachi como cantón cuenta con políticas pública que fomenten el desarrollo de la industria creativa a fin de generar crecimiento económico en el cantón? Argumente su respuesta.</p>	<p>Los actores político, social y académico coinciden en que no existen programas o proyectos que motiven al desarrollo de sectores económicos innovadores, ya que en la actualidad no se cuenta con políticas públicas que beneficien al desarrollo de los emprendedores locales. Otro problema importante es el desajuste por un lado, el conocimiento y las habilidades necesarias para tener éxito en las industrias creativas y, por otro, la educación formal y capacitación que se imparten.</p>	<p>1.- ¿Considera usted que se debería implementar una industria creativa en el Cantón?</p>	<p>el 84,29% de los encuestados consideran que si se debe implementar una industria creativa en el cantón. Ya que afirman que estas contribuyen al desarrollo social inclusivo, al diálogo y entendimiento de los pueblos, este es uno de los sectores económico que ha tenido una expansión rápida a nivel mundial. Genera puestos de trabajo y mejora la calidad de vida de los ciudadanos.</p>
		<p>4.-¿Cree usted que las industrias creativas se han convertido en el enorme potencial como impulsadoras de desarrollo económico y social?</p>	<p>el 72, 86% de los encuestados consideran que las industrias creativas se han convertido en el enorme potencial como impulsadoras de desarrollo económico y social, este sector es altamente transformador en términos de generación de ingresos, de creación de empleo y de ganancias, el cual permite a las personas responsabilizarse de su propio desarrollo estimulando la innovación y la creatividad, Haciendo de la cultura un motor y facilitador de los procesos de desarrollo económico, social y medioambiental</p>

Fuente: Elaborado por los autores.

Por tanto, teniendo como objetivo lograr el dinamismo económico para el Cantón San Jacinto de Yaguachi e incrementar la recaudación de tributos generados por las diversas actividades comerciales, se propone que el GAD Municipal de San Jacinto de Yaguachi patrocine por medio de instituciones financieras, programas y proyectos encargados de dirigir, coordinar, diseñar, capacitar, implementar, evaluar y certificar las capacidades de cada ente social como una estrategia de política pública, brindándoles las herramientas necesarias para poder desarrollar sus habilidades y destrezas, generando el crecimiento del emprendimiento a través de convenios con instituciones financieras que permitan a los ciudadanos obtener créditos a corto plazo con bajos niveles de interés, que a su vez contribuirán al incremento proporcional de las recaudaciones del GAD generando el crecimiento de recursos propios que beneficiarían tanto a la administración pública como a la sociedad civil.

La Creatividad en el Territorio

En la tabla 29, la matriz de comparación de resultados de entrevistas y encuestas se puede observar que la pregunta número 2 de las entrevistas a expertos guarda relación con la pregunta 5 de las encuestas elaboradas a los artesanos, el cual se propone implementar como política pública al diseñar una industria creativa en el cantón, la exoneración de impuestos, a fin de mejorar los primeros años de vida de los negocios de los emprendedores, como también coinciden que debería de implementarse una política pública encaminada a la formación de capital humano, ya que al invertir en al aumento de capacidades a nivel local, potencia a los emprendedores y empresarios culturales.

Tabla 23

Comparación de Resultados en las entrevistas y encuestas No 2.

Entrevista a Experto		Encuesta Artesanos	
	RESULTADOS		RESULTADOS
<p>Pregunta N° 2 ¿Qué políticas públicas encaminadas a dinamizar la economía creativa, considera fundamentales para alcanzar mejores índices de desarrollo en el territorial local?</p>	<p>Los actores político y social consideran que se debería de implementar una política fiscal en cuanto a la exoneración de impuestos, a fin de mejorar los primeros años de vida de los negocios de los emprendedores.</p> <p>Mientras que el actor Académico considera, que se debería segregar los requisitos entre la economía creativa y la economía industrial, para que los productores tengan la facilidad de mostrar sus productos al mercado. También se debería de contar con el apoyo financiero tanto directo como indirecto, Formación de capital humano (programas de capacitación y desarrollo de proyectos) Infraestructura regulatoria y mecanismos para mejorar la circulación de información, tecnología y desarrollo del mercado</p>	<p>5.- ¿Cree usted que deberían de realizarse talleres de capacitación a la ciudadanía para potenciar la economía creativa como fuente de generación de riqueza?</p>	<p>El 88,57% de los encuestados consideran que deberían de realizarse talleres de capacitación a la ciudadanía para fomentar la participación en la industria creativa.</p> <p>Participar en cooperación facilita un aprendizaje mutuo provechoso y a la vez fundamenta los programas y proyectos para el desarrollo.</p> <p>Ya que al invertir en el aumento de capacidades a nivel local potencia a los emprendedores y empresarios culturales, a los funcionarios de la administración y a las empresas del sector privado.</p>

Fuente: Elaborado por los autores.

De la misma forma, como inicio de ejecución del proyecto antes mencionado y, de acuerdo a las atribuciones y competencias signadas a las áreas de Comunicación Social y a la Dirección de Acción Social y Económica del GAD, se difundirá la información a lo largo y ancho del territorio cantonal, incentivando a la población a ser ente activo de los distintos programas de desarrollo social el cual nos permita:

- Incentivar a nuevos empresarios en las industrias creativas.
- Protección y cuidado del patrimonio cultural
- Programas de capacitaciones específicas en los sectores de las industrias creativas.
- Apoyo dirigido a los artistas con alguna discapacidad

La Creatividad en el Territorio

Por lo tanto, a fin de contribuir al desarrollo social del cantón Yaguachi se propone el diseño, implementación y evaluación de una política pública orientada a dotar de conocimiento técnico a la población con el fin de promover la inclusión social y laboral de los sectores más vulnerables del cantón.

En virtud de contribuir con el desarrollo económico y social del cantón, dados los puntos antes expuestos, como incentivo final para la sociedad civil y como política pública, se propondrá la exoneración del pago de impuestos por los 3 primeros años de funcionamiento de los entes económicos creados a partir de los convenios pactados y, en los años 4 y 5 de funcionamiento, plantear la posibilidad de que se aplique un descuento proporcional en el pago de impuestos de acuerdo a las declaraciones de ingresos y gastos reportados en los respectivos organismos de control.

En la tabla 30 en la matriz de comparación de resultados de entrevistas y encuestas se puede observar que la pregunta número 3 de las entrevista a expertos guarda relación con las preguntas 6,7 y 9 de las encuestas elaboradas a los artesanos, en el que consideran como principales potenciales de mercado para el cantón y los que estarían dispuestos a comercializar los artesanos son las artesanía y la gastronomía, ya que afirman que estos son recursos económicos claves para el fomento de desarrollo local.

Tabla 24

Comparación de Resultados en las entrevistas y encuestas No 3.

Entrevista a Experto		Encuesta Artesanos	
Pregunta N° 3 En relación a los mercados creativos ¿Cuáles considera usted, como los principales potenciales de mercados para el cantón Yaguachi?	RESULTADOS		RESULTADOS
	Los actores político, social y académico, coinciden que los nichos de mercado con mayor potencial sería el sector gastronómico y artesanal, ya que este juega un papel principal y prioritario para los destinos puesto que es un recurso turístico clave para el fomento del desarrollo económico local. Y es que la gastronomía representa un recurso que ofrece un abanico de potenciales actividades llenas de contenido cultural e histórico para entretener al turista y proponerle una forma innovadora de disfrutar de experiencias en el territorio a través de un contacto multisensorial.	6.- Como productor, ¿A qué sector de la industria creativa pertenece usted?	El 60% de los encuestados pertenecen al sector artesanal. Ya que la mayor parte de los encuestados elaboran sus artes a mano, con baja división social del trabajo y con predominio de la energía humana, física y mental. La mayoría de los artesanos se dedican a elaborar adornos en cerámicas, bisutería trabajada a mano, sombreros, hamacas, adornos en madera de balsa, elaboración de instrumentos musicales como el Bombo, la flauta, maracas, así como también predomina la gastronomía.
		7. En su consideración ¿Cuáles son los productos de mayor demanda dentro de la industria creativa?	el 59.52% de los encuestados consideran que las artesanías son los productos de mayor demanda en la industria creativa, ya que muchos de estos se desenvuelven en la elaboración de accesorios artesanales hechos a mano, seguido por productos de sesiones fotográficas con el 15.71%
		9. ¿Qué productos de las industrias creativas estaría dispuesto a comercializar?	Se observa que los productos que estarían dispuestos a vender los encuestados, las artesanías fueron unas de las favoritas con un 46.67%, seguido por productos sesiones fotográficos con el 15.24%.

Fuente: Elaborado por los autores.

La Creatividad en el Territorio

El cual se propone Programa dirigido a estimular a los artesanos para producir objetos de calidad, utilizando técnicas tradicionales de manera original. Los artesanos que reciben este reconocimiento se benefician con un Certificado de Excelencia que garantiza la calidad y autenticidad de sus productos, reciben programas de capacitación profesional, participan en exposiciones artesanales y ferias comerciales y sus socios organizadores forman parte de las campañas de comunicación.

El objetivo es promover la inclusión social a través del desarrollo de actividades culturales, contribuir a la consolidación de la identidad cultural y generar oportunidades de empleo y capacitación, disminuyendo los índices de desigualdad social y de ingresos. Dotar a la población menos favorecida de conocimiento técnico necesario a fin de que se incorporen al mercado laboral en condiciones equitativas.

En la tabla 31, la matriz de comparación de resultados de entrevistas y encuestas se puede observar que la pregunta número 4 de las entrevistas a experto guarda relación con las preguntas 3 y 8 de las encuestas elaboradas a los artesanos, donde se plantea como problema, que los artesanos no cuentan con un espacio físico, ya que la falta de organización y que muchos de ellos se encuentran dispersos en el cantón, no les permiten ofrecer o dar a conocer sus productos.

Tabla 25

Comparación de Resultados en las entrevistas y encuestas No 4.

Entrevista a Experto		Encuesta Artesanos	
	RESULTADOS		RESULTADOS
Pregunta N° 4 En su experiencia ¿Qué factores afectan el desarrollo de los nuevos mercados o emprendimientos creativos? Relacionados con la economía creativa	Los actores social y académico coinciden en que la falta de apoyo municipal o exceso de burocracia afectan el desarrollo de los nuevos mercados o emprendimientos creativos. Mientras que el actor político discrepa con dichos actores, aduciendo que no existe una organización por parte de los artesanos o emprendedores, que los regule y califiquen para promocionar sus productos.	3.- ¿Cree usted que el cabildo municipal debería de participar en la organización e implementación de una industria creativa?	El 61.43% de los encuestados consideran que el cabildo municipal no debería de participar en la organización e implementación de una industria creativa. Por el temor de alinearse a Ordenanzas establecidas por el cabildo, luego de ser partícipe de la organización. El 38.57% de los encuestados consideran factible la participación del cabildo municipal, ya que afirman que será de gran ayuda para su organización y poder fortalecer sus capacidades, patrocinando programas y proyectos que beneficien a los artesanos como talleres gratuitos que puede otorgar el municipio en conjunto con instituciones educativas, y que les ayude a la especialización de sus habilidades y poder contar con un espacio en donde promocionar sus productos.
		8.- ¿Le gustaría formar parte de un espacio físico organizado donde puedan ofrecer sus productos?	El 100% de los encuestados les gustaría formar parte de un espacio físico organizado donde puedan ofrecer sus diversos productos, ya que ellos coinciden, que falta organización y que muchos de ellos se encuentran dispersos, el cual no les permite a los mismos poder mostrar sus productos. Además nos indica que este será una oportunidad para identificar los activos de la economía creativa, si existe una buena conexión entre los sectores formal e informal para elaborar políticas de desarrollo.

Fuente: Elaborado por los autores.

La Creatividad en el Territorio

El cual se propone que el cabildo municipal intervenga en la implementación y diseño de una industria creativa para el cantón. Esta propuesta será planteada en la presentación del presupuesto participativo del GAD, el mismo que es aprobado por el Concejo Cantonal y por representantes de la ciudadanía, donde se incluirá como propuesta la construcción de un espacio común de intercambio y fortalecimiento de capacidades que busca promover la articulación de redes asociativas y de trabajo en los sectores de las industrias culturales y creativas, que impulsen el dinamismo de la economía del cantón a lo largo del tiempo.

En la tabla 32 en la matriz de comparación de resultados de entrevistas y encuestas se puede observar que la pregunta número 5 de las entrevista a experto guarda relación con la pregunta 2 de las encuestas elaboradas a los artesanos, en donde claramente se observa que la estructura cultural del cantón, aporta en el crecimiento de los mercados creativos, ya que esta se ve reflejada en la tradición de los feligreses cuando visitan la catedral de San Jacinto de Yaguachi, el cual el cantón es reconocida por sus fiestas patronales que se celebran los días 14, 15 y 16 de Agosto de cada año, el cual atrae a mucho turistas a disfrutas de su gastronomía, artesanías, y otras variedades.

Sin embargo lo que se desea lograr es que estas visitas sean permanente en el cantón y no solo en los tres días de fiestas que se dinamiza su economía, por el cual se propone la creación de una industria creativa, que se cuente con un espacio físico y organizado, con las propuestas antes planteadas. Ya que la cultura es a la vez un catalizador y un motor del desarrollo que produce nuevas ideas que permiten a las personas estimular la innovación y la creatividad, que impulsan un crecimiento integrador y sostenible.

Tabla 26

Comparación de Resultados en las entrevistas y encuestas No 5.

Entrevista a Experto		Encuesta Artesanos	
	RESULTADOS		RESULTADOS
<p>Pregunta N° 5 En base a su experiencia ¿Qué factores culturales y sociales influyen en el desarrollo de una industria creativa en el cantón Yaguachi?</p>	<p>Los tres actores discrepan en cuanto a los factores sociales y culturales que influyen en el desarrollo de una industria creativa, ya que el actor político expone que existe desinterés o desconfianza por parte de la ciudadanía hacia los productos nuevos, mientras que el actor social nos indica que el factor que impide el desarrollo de los emprendimientos es la falta de promoción de los productos a través de los medios de comunicación, redes sociales o espacios de promoción, por otra parte el actor académico considera como limitante de desarrollo la poca apertura de las cadenas de supermercados a los emprendedores.</p>	<p>2.- ¿Considera usted que la estructura cultural del Cantón aportaría en el crecimiento de los mercados creativos?</p>	<p>El 77.14% de los encuestados consideran que la estructura cultural del Cantón aportaría en el crecimiento de los mercados creativos. Su estructura cultural se ve reflejada en la tradición de los feligreses al visitar la Catedral de San Jacinto, ya que el cantón es reconocida por sus fiestas patronales conocida como la Ruta de la fe. También se tiene uno de los patrimonios históricos que significa el escenario de la batalla de Cone, que fue el centro donde se defendió la independencia de Guayaquil. La cultura es a la vez un catalizador y un motor del desarrollo que produce nuevas ideas que permiten a las personas estimular la innovación y la creatividad, que impulsan un crecimiento integrador y sostenible.</p> <p>Mientras que el 22.86% de los encuestados consideran que el cantón no cuenta con atractivos turísticos y culturales.</p>

Fuente: Elaborado por los autores.

3.5. CONCLUSIONES

Se puede concluir que la economía creativa genera beneficios que motivan al desarrollo y aparición de nuevos talentos, instaurando oportunidades de negocios utilizando en conjunto a las tecnologías y la idea de innovación. Los sectores de las industrias creativas son oportunidades de aprovechar la globalización y la era digital, abriendo camino a un desarrollo territorial en las ciudades, las cuales llegan a ser reconocidas por su cultura y especialización en una o en varias actividades creativas.

A la mano del impulso de industrias creativas deben ir políticas propicias que protejan a la propiedad intelectual y den importancia a los productos sutiles y al capital humano como fuente de beneficio económicos y generación de negocios innovadores sostenibles.

Considerando los resultados obtenidos en las encuestas a los Artesanos y entrevistas realizadas a expertos en política pública y desarrollo territorial, se establece las siguientes conclusiones, alineadas a los objetivos de la investigación:

Se determinó que la contribución de la Industrias Creativas al desarrollo económico del cantón ha sido escasa, debido a la falta de implementación de políticas públicas encaminadas a promover el desarrollo de dicha industria como herramienta dinamizadora de la economía local.

El escaso desarrollo de la industria creativa en el cantón Yaguachi a consecuencia de la falta de implementación de política pública dirigidas a fortalecer dicho sector, no ha logrado contribuir eficientemente al desarrollo territorial local así, sino más bien ha generado un escaso dinamismo económico estacional en temporadas específicas tales como el aniversario del cantón.

Se propone promover alianzas estratégicas entre los actores sociales, GAD Municipal y GAD Provincial a fin de que se desarrolle propuestas de políticas públicas dirigidas a fortalecer la industria creativa en el cantón Yaguachi logrando así promover el crecimiento económico y desarrollo social de la población.

3.6. RECOMENDACIONES

La economía creativa genera beneficios que originan desarrollo y aparición de nuevos talentos, creando oportunidades de negocios utilizando en conjunto a las tecnologías y la idea de innovación. Los sectores de las industrias creativas son oportunidades de aprovechar la globalización y la era digital, abriendo camino a un desarrollo territorial en las ciudades, las cuales llegan a ser reconocidas por su cultura y especialización en una o en varias actividades creativas, por el cual se recomienda lo siguiente:

Diseñar política pública encaminada a promover el desarrollo de la industria creativa como herramienta dinamizadora de la economía local, de modo que se logre disminuir la falta de empleo y la desigualdad de ingresos de los habitantes y a la vez contribuir con el desarrollo económico local del cantón.

Desarrollar proyectos eficientes para la generación de emprendimientos, dirigidos a los artesanos y sectores socioeconómicos bajos, a través de la dotación de recursos para la creación nuevos espacios comerciales a fin de incluir a la población más vulnerable en los procesos de desarrollo territorial.

Diseñar, ejecutar e implementar políticas publicas dirigidas a fortalecer la industria creativa en el cantón, crear proyectos sociales como programas de capacitación para jóvenes y adultos que requieran desarrollar sus destrezas y artes que le permita generar ingresos, contando con un espacio físico en donde pueden ofrecer sus productos.

3.7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alburquerque Llorenc, F. (2014). Evolución del Desarrollo Territorial. Situación Actual, crisis y perspectivas. *Elemento de innovación y Estrategia*, 1-22.
- Alodia, A. A. (2006). Desarrollo territorial y desarrollo endogeno. *Economía y desarrollo*, 117.
- Balart Carmoa, C., y Cortés Fuentealba, S. (2018). Una mirada histórica del impacto de las TIC en la sociedad del conocimiento. *Contextos: Estudios de Humanidades y Ciencias Sociales*, 1-19.
- Bendassolli, P. F. (2009). Industrias Criativas: Definição, Limites e Possibilidades. *RAE-Revista de Administração e Empresas*.
- Blanco Valbuena, C., Bernal Torres, C., Camacho, F., y Díaz Olaya, M. (2018). Industrias Creativas y Culturales: Estudio desde el Enfoque de la Gestión del Conocimiento. *Información Tecnológica*, 15-28.
- BOP consulting. (2010). Guía práctica para mapear las industrias Creativas. Londres: British Council.
- Buitrago Restrepo, F. (2013). La Economía Naranja. Una oportunidad infinita. Puntoaparte Bookvertising.
- Buitrago Restrepo, F. (2013). La Economía Naranja. Una oportunidad Infinita. Puntoaparte Bookvertising.
- Fainholc, B. (2016). Presente y futuro latinoamericano de la enseñanza y el aprendizaje en entornos visuales referido a educación universitaria. *RED Revista de educación a Distancia*, 1-22.

- Flores, J., Bartelotty, A., López, G., Chamba, V., Flores, S., Matehus, A., y Cárdenas, J. (2015). Caracterización de los sectores de las industrias culturales.
- Gomez, M. M. (2006). Introducción a la metodología científica. Córdoba: Brujas.
- Guevara, C. (2013). *Economía del conocimiento y la Innovación (ECI)*. Fundación Omar Dengo, 13.
- INEC. (s.f.). Censo de Población y Vivienda 2010. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-nacional-economico/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censo. (2010). Censo Agropecuario 2000. Quito.
- Márquez Sánchez, F. (1998). Linkage between Poverty and Environmental Degradation-A Profound Opinion. Sustainable Development-Issues and Case Studies, Concept Publishing Company, New Delhi, 98-111.
- Márquez Sánchez, F., Sorhegui Ortega, R. A. y Bayon Sosa, M. (2013). Pensamiento Económico Universal preclásico. Editorial Universidad Ecotec
- Márquez Sánchez, F. y Sorhegui Ortega, R. (2018). La Globalización y los dilemas del Desarrollo [congreso]. *III Congreso Científico Internacional "Sociedad del Conocimiento: Retos y Perspectivas"*. Samborondón, Ecuador.
- MAGAP-SINAGAP. (2012). Inventario Agroindustrial. Guayaquil.
- Naciones Unidas/PNUD/UNESCO. (2013). Creative Economy Report. Widening Local Development Pathways.
- Pacherres Nolivos, S., Vergara-Romero, A. y Sorhegui-Ortega, R. (2020). Responsabilidad social corporativa y el turismo sostenible. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 7(2), 1-20. <https://doi.org/10.21855/ecociencia.72.340>
- Pacherres Nolivos, S., Vergara-Romero, A. & Sorhegui-Rodríguez, R. (2020). Repensando el concepto de arte a través del turismo: el turismo de arte callejero en Guayaquil. *Revista científica RES NON VERBA*, 10(2), 136-153.
- Plan de Desarrollo de Ordenamiento Territorial. (2014). PD-OT. Yaguachi.

- Ramírez Peñaloza, H., y Rodríguez Molina, L. (2018). *Desarrollo de Propiedad Intelectual como pilar de Economía Creativa en la Economía Conocimiento*. Bogota.
- Scott, J. A. (2000). "The cultural economy of Paris", *International Journal of Urban and Regional Research*. Joint Editors and Blackwell Publishers, Oxford, 567-582.
- Scott, J. A. (2004). Cultural-products industries and urban economic development, prospects for growth market contestation in global context. *Urban Affairs Review*, 461-490.
- Scott, J. A. (2010). Cultural economy and the creative field of the city. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 115-130.
- Throsby, D. (2008). Modeling the cultural industries, *International Journal of Cultural Policy*. Routledge, Taylor and Francis Group, 217-232.
- Vergara-Romero, A. y Rojas Dávila, M. A. (2019). Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente. En F. Márquez-Sánchez (Comp.), *Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente*, (pp.13-40). Editorial Universidad ECOTEC.
- Vergara-Romero, A. y Sorhegui-Ortega, R. (2020). Factores de desarrollo local desde el enfoque de la gestión organizativa. *Revista de la Universidad del Zulia*, 11(31), 86-96. <http://dx.doi.org/10.46925//rdluz.31.07>

La creatividad en el territorio

Compilador: Econ. Arnaldo Vergara-Romero, Mgtr.



ISBN: 978-9942-960-57-3



9 789942 960573

 Universidad
Ecotec