

Universidad Autónoma de Baja California

Facultad de Economía y Relaciones Internacionales

Doctorado en Estudios del Desarrollo Global



Participación de la economía creativa en el desarrollo económico: los casos de la República de Corea, Reino Unido y México. Área de oportunidad para México.

**Presenta:**

Gilberto Guzmán Solano

**Director de Tesis:**

Dr. Santos López Leyva

Tijuana, Baja California. Agosto 2021

## **DEDICATORIA**

*Para Mariel.*

## AGRADECIMIENTOS

Ser investigador científico en México no sería posible sin todo un conjunto de instituciones, programas, políticas públicas, becas, etcétera. El sueño de los que tenemos como plan de vida, aportar con nuestros conocimientos y esfuerzo al mejoramiento de la calidad de vida de los seres humanos a través de la ciencia es difícil en los países en vías de desarrollo. Conlleva un gran compromiso, responsabilidad, recursos, pero sobre todo dedicación.

El compromiso del gobierno, universidades y centros de investigación de México con la ciencia, con sus pros, contras y críticas sigue en pie. Esto queda asentado al dar cuenta de la gran cantidad de futuros y presentes investigadores en las diversas áreas del conocimiento en nuestro país. Personas que salen de sus lugares de origen con el fin de llegar a ser expertos en diferentes disciplinas y formar parte de este grupo de la población.

Ser científico en un país en el cual el arraigo a la tradición y costumbres lejanas a la ciencia son las que rigen muchos de los aspectos de la vida es nadar a contracorriente. Y no solamente eso, el mismo sector ha propiciado gran elitismo y algunas veces hasta soberbia.

El mundo de la academia no está exento de actitudes que dañan el ánimo y la energía para seguir adelante. Sin embargo, son más los académicos y catedráticos en los que se encuentra la ayuda idónea, humildad y sobre todo consejo, a ellos mi agradecimiento.

Quiero agradecer al Gobierno de México, al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, a la Universidad Autónoma de Baja California, a la Facultad de Economía y Relaciones Internacionales Campus Tijuana y al Programa de Posgrado en Estudios del Desarrollo Global por que sin estas instituciones no hubiera logrado este proyecto de vida.

Agradezco a mis sinodales: Dra. Aida Alvarado, Dra. Martha Jaramillo, Dra. María Higuera y Dr. José Aguilar por su ayuda en el mejoramiento de este proyecto de investigación. Un agradecimiento muy especial a quien me ha ayudado a incorporarme y a comprender con gran paciencia, y sobre todo gran humildad, el área de la investigación científica, y a quien considero un ejemplo a seguir en este campo, mi tutor, el Dr. Santos López Leyva.

## **Índice**

|                                                                                                                                    |           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Justificación.</b>                                                                                                              | <b>15</b> |
| <b>Introducción.</b>                                                                                                               | <b>17</b> |
| <b>Capítulo 1. Planteamiento del problema.</b>                                                                                     | <b>20</b> |
| <b>1.1 Preguntas de Investigación.</b>                                                                                             | <b>22</b> |
| <b>1.2 Objetivos.</b>                                                                                                              | <b>23</b> |
| <b>1.2.1 Objetivo general.</b>                                                                                                     | <b>23</b> |
| <b>1.2.2 Objetivos específicos.</b>                                                                                                | <b>24</b> |
| <b>1.3 Hipótesis.</b>                                                                                                              | <b>24</b> |
| <b>Capítulo 2. Marco Teórico-Conceptual.</b>                                                                                       | <b>25</b> |
| <b>2.1 Antecedentes.</b>                                                                                                           | <b>25</b> |
| <b>2.2 Surgimiento del concepto.</b>                                                                                               | <b>26</b> |
| <b>2.3 El argumento histórico.</b>                                                                                                 | <b>28</b> |
| <b>2.3.1 Las ondas Kondratieff.</b>                                                                                                | <b>32</b> |
| <b>2.3.2 Las olas de Alvin Toffler.</b>                                                                                            | <b>33</b> |
| <b>2.3.3 Las Revoluciones industriales.</b>                                                                                        | <b>34</b> |
| <b>2.3.4 Las Eras de Hartley, Wen y Siling.</b>                                                                                    | <b>36</b> |
| <b>2.4 Avance científico y tecnológico vs empleo.</b>                                                                              | <b>37</b> |
| <b>2.5 Características de los productos y servicios creativos.</b>                                                                 | <b>40</b> |
| <b>2.6 Conceptos similares a economía creativa.</b>                                                                                | <b>41</b> |
| <b>2.7 Actividades que comprende la economía creativa. Diferentes perspectivas.</b>                                                | <b>42</b> |
| <b>2. 7. 1 Hacia una delimitación amplia de la economía creativa.</b>                                                              | <b>42</b> |
| <b>2.8 La convergencia de lo económico, lo creativo y lo cultural.</b>                                                             | <b>44</b> |
| <b>2.9 Modelos de Economía Creativa.</b>                                                                                           | <b>49</b> |
| <b>2.10 Producto y servicio creativo desde los diferentes paradigmas, una nueva perspectiva para definir la economía creativa.</b> | <b>51</b> |
| <b>2.11 El concepto de desarrollo económico y sus paradigmas.</b>                                                                  | <b>51</b> |
| <b>2.11.1 La escuela clásica.</b>                                                                                                  | <b>52</b> |

|                                                                                  |        |
|----------------------------------------------------------------------------------|--------|
| 2.11.2 El socialismo científico.                                                 | 52     |
| 2.11.3 La escuela neoclásica.                                                    | 54     |
| 2.11.4 Macroeconomía.                                                            | 55     |
| 2.11.5 La importancia del espacio en los estudios económicos.                    | 56     |
| 2.11.6 Albert Otto Hirschman, lo local.                                          | 57     |
| 2.11.7 Karl Gunnar Myrdal, la educación en la economía.                          | 57     |
| 2.11.8 Elhanan Helpman, la importancia de la Inversión Extranjera Directa (IED). | 58     |
| 2.11.9 Lucas vs Romer, capital humano vs tecnología.                             | 59     |
| 2.11.10 Los distritos industriales marshallianos.                                | 60     |
| 2.11.11 Las nuevas fuerzas del desarrollo, Antonio Vázquez Barquero.             | 62     |
| 2.11.12 Krugman, <i>Increasing Returns and Economic Geography</i> (1991).        | 63     |
| 2.11.13 <i>The fall and rise of development economics</i> (2002).                | 65     |
| 2.11.14 El desarrollo y sus vertientes.                                          | 66     |
| 2.12 La triple hélice.                                                           | 68     |
| <br>Capítulo 3 Metodología.                                                      | <br>71 |
| <br>Capítulo 4 Características de las economías.                                 | <br>76 |
| <br>4.1 República de Corea.                                                      | <br>76 |
| 4.1.1 Geografía.                                                                 | 76     |
| 4.1.2 Medio Ambiente.                                                            | 77     |
| 4.1.3 Población.                                                                 | 77     |
| 4.1.4 Educación.                                                                 | 78     |
| 4.1.5 Gobierno.                                                                  | 78     |
| 4.2 República de los Estados Unidos Mexicanos.                                   | 79     |
| 4.2.1 Geografía.                                                                 | 79     |
| 4.2.2 Medio Ambiente.                                                            | 79     |
| 4.2.3 Población.                                                                 | 80     |
| 4.2.4 Educación.                                                                 | 81     |
| 4.2.5 Gobierno.                                                                  | 81     |
| 4.3 Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte.                             | 82     |
| 4.3.1 Geografía.                                                                 | 82     |
| 4.3.2 Medio Ambiente.                                                            | 83     |

|                                                                                         |         |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| 4.3.3 Población.                                                                        | 83      |
| 4.3.4 Educación.                                                                        | 84      |
| 4.3.5 Gobierno.                                                                         | 84      |
| 4.4 Comparativo de características.                                                     | 86      |
| 4.5 Economía.                                                                           | 89      |
| 4.5.1 Ahorro nacional.                                                                  | 89      |
| 4.5.2 Consumo.                                                                          | 90      |
| 4.5.3 Porcentaje del PIB por sector.                                                    | 91      |
| 4.5.4 Fuerza laboral por ocupación.                                                     | 92      |
| 4.5.5 Socios exportadores.                                                              | 93      |
| 4.5.6 Socios de importaciones.                                                          | 94      |
| 4.6 Propiedad intelectual.                                                              | 95      |
| 4.6.1 Corea del Sur.                                                                    | 96      |
| 4.6.2 México.                                                                           | 97      |
| 4.6.3 Reino Unido.                                                                      | 98      |
| 4.6.4 Comparativo de patentes por residentes.                                           | 99      |
| 4.7 Comparativo en pilares y subpilares creativos, <i>The Global Innovation Index</i> . | 100     |
| <br>Capítulo 5 Cultura Global y Nacional.                                               | <br>104 |
| 5.1 Cultura Global.                                                                     | 104     |
| 5.1.1 El Sistema-Mundo.                                                                 | 104     |
| 5.1.2 Multiculturalismo y multicomunitarismo.                                           | 105     |
| 5.1.3 Occidentalización.                                                                | 107     |
| 5.2 Cultura Nacional.                                                                   | 108     |
| 5.2.1 Corea del Sur, Estado Desarrollista Autoritario.                                  | 108     |
| 5.2.2 México, cultura derivada.                                                         | 110     |
| 5.2.2.1 Inferioridad, imitación e individualismo.                                       | 110     |
| 5.2.2.2 Cultura derivada y de auto denigración.                                         | 111     |
| 5.2.2.3 El individualismo heredado.                                                     | 112     |
| 5.2.3 Reino Unido, el antisocial.                                                       | 113     |
| 5.2.3.1 Reflejos del ciudadano inglés.                                                  | 114     |
| 5.2.3.2 Perspectivas del ciudadano inglés.                                              | 115     |
| 5.2.3.3 Valores del ciudadano inglés.                                                   | 116     |

|                                                                                   |         |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---------|
| 5.2.3.4 Posibles causas del comportamiento.                                       | 117     |
| 5.3 The World Values Survey (WVS).                                                | 118     |
| 5.3.1 La tradición.                                                               | 119     |
| 5.3.2 Percepción del empleo.                                                      | 121     |
| 5.3.3 Percepción de la ciencia y la tecnología.                                   | 124     |
| 5.3.4 Confianza en la prensa y en la televisión.                                  | 131     |
| <br>Capítulo 6 Comportamiento en Economía Creativa.                               | <br>134 |
| <br>6.1 La República de Corea y su Plan de Economía Creativa.                     | <br>134 |
| 6.1.1 Exportaciones e importaciones de bienes creativos de Corea del Sur.         | 139     |
| 6.2 México, su economía creativa y su efecto en el desarrollo.                    | 143     |
| 6.3 Reino Unido, sus industrias creativas y su efecto en el desarrollo económico. | 157     |
| <br>Análisis y conclusiones.                                                      | <br>167 |
| Contestando las preguntas de investigación.                                       | 167     |
| Corroboración de las hipótesis.                                                   | 173     |
| La nobleza de la economía creativa.                                               | 174     |
| Ventajas de la economía creativa.                                                 | 175     |
| Sistema de medición eficiente.                                                    | 177     |
| Datos que explican parte de la situación actual de México.                        | 178     |
| Enfoques del pensamiento económico y economía creativa.                           | 178     |
| Futuros estudios.                                                                 | 179     |
| El mundo creativo y el no creativo.                                               | 179     |
| <br>Referencias.                                                                  | <br>181 |

## Índice de figuras

|                                                                                                              |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Figura 2.1 Análisis histórico, económico, inventivo de la civilización desde diferentes perspectivas.</b> | <b>31</b>  |
| <b>Figura 2.2. Relación entre cantidad de empleados y automatización en las firmas.</b>                      | <b>38</b>  |
| <b>Figura 2.3 Distrito Industrial Marshalliano.</b>                                                          | <b>60</b>  |
| <b>Figura 2. 4 Distritos Industriales Marshallianos en Italia, 2001.</b>                                     | <b>62</b>  |
| <b>Figura 2. 5 La trampa del Subdesarrollo.</b>                                                              | <b>65</b>  |
| <b>Figura 3.1 Esquema de Metodología.</b>                                                                    | <b>75</b>  |
| <b>Figura 4. 1 Porcentaje de exportaciones. Corea del Sur, México y Reino Unido.</b>                         | <b>93</b>  |
| <b>Figura 4. 2 Porcentaje de importaciones. Corea del Sur, México y Reino Unido.</b>                         | <b>94</b>  |
| <b>Figura 5. 1 Características del ciudadano inglés.</b>                                                     | <b>113</b> |
| <b>Figura 6. 1 Porcentaje total de los principales socios exportadores, 2009-2014.</b>                       | <b>142</b> |
| <b>Figura 6. 2 Porcentaje total de los principales socios importadores, 2009-2014.</b>                       | <b>143</b> |
| <b>Figura 7. 1 Los impulsos creativos.</b>                                                                   | <b>180</b> |



## Índice de tablas

|                                                                                                                                          |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabla 2.1 Aceptación del grado de creatividad de un producto o servicio.                                                                 | 41  |
| Tabla 4. 1 Porcentaje de ahorro con respecto al PIB. Corea del Sur, México y Reino Unido.                                                | 89  |
| Tabla 4. 2. Porcentajes de consumo con respecto al PIB. Corea del Sur, México y Reino Unido.                                             | 90  |
| Tabla 4. 3. Porcentaje del PIB, por sector económico. Corea del Sur, México y Reino Unido.                                               | 91  |
| Tabla 4. 4. Porcentaje de la fuerza laboral por ocupación. Corea del Sur, México y Reino Unido.                                          | 92  |
| Tabla 4. 5 Patentes concedidas 2010-2019, Corea del Sur.                                                                                 | 96  |
| Tabla 4. 6 Patentes concedidas 2010-2019, México.                                                                                        | 97  |
| Tabla 4. 7 Patentes concedidas 2010-2019, Reino Unido.                                                                                   | 98  |
| Tabla 4. 8 Patentes concedidas por residentes, Corea del Sur, México y Reino Unido.                                                      | 99  |
| Tabla 4. 9 Creación de conocimiento. Ranking ocupado por Corea del Sur, México y Reino Unido. Años 2012-2018                             | 100 |
| Tabla 4. 10 Creative Output Ranking, Comparativo Reino Unido, Corea del Sur y México. 2012-2018.                                         | 101 |
| Tabla 4. 11 Intangible Assets Ranking (subpilar del pilar Creative Output).                                                              | 101 |
| Tabla 4. 12 Ranking comparativo del subpilar bienes y servicios creativos. Reino Unido, Corea del Sur y México. 2012-2018.               | 102 |
| Tabla 4. 13 Comparativo de ranking del subpilar creatividad en línea. Reino Unido, Corea del Sur y México. 2012-2018.                    | 103 |
| Tabla 5. 1 Importancia de la tradición. Corea del Sur, México y Gran Bretaña. WVS Wave 5: 2005-2009.                                     | 120 |
| Tabla 5. 2 Opciones al momento de buscar trabajo. Corea del Sur, México y Gran Bretaña. WVS Wave 5: 2005-2009.                           | 121 |
| Tabla 5. 3 Comparación entre hombres y mujeres como mejores ejecutivos. Corea del Sur, México y Gran Bretaña. WVS Wave 5: 2005-2009.     | 122 |
| Tabla 5. 4 Tareas rutinarias o creativas en el trabajo. Corea del Sur, México y Reino Unido. WVS Wave 5: 2005-2009.                      | 123 |
| Tabla 5. 5 Opinión acerca de avances científicos y tecnológicos. Corea del Sur, México y Gran Bretaña. WVS Wave 5: 2005-2009.            | 125 |
| Tabla 5. 6 Efecto de la ciencia y la tecnología en la vida. Corea del Sur y México. VS Wave 5: 2005-2009.                                | 126 |
| Tabla 5. 7 Oportunidades para generaciones futuras a causa de la ciencia y la tecnología. Corea del Sur y México. WVS Wave 5: 2005-2009. | 127 |

|                                                                                                                                            |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Tabla 5. 8 Cambios rápidos en la vida por efecto de la ciencia y la tecnología. Corea del Sur y México. WVS Wave 5: 2005-2009.</b>      | <b>128</b> |
| <b>Tabla 5. 9 Ciencia vs fe. Corea del Sur y México. WVS Wave 5: 2005-2009.</b>                                                            | <b>129</b> |
| <b>Tabla 5. 10 Efecto de la ciencia y la tecnología para el mundo. Corea del Sur y México. WVS Wave 5: 2005-2009.</b>                      | <b>130</b> |
| <b>Tabla 5. 11 Confianza en la prensa. Corea del Sur, México y Gran Bretaña. WVS Wave 5: 2005-2009.</b>                                    | <b>131</b> |
| <b>Tabla 5. 12 Confianza en la televisión. Corea del Sur, México y Gran Bretaña. WVS Wave 5: 2005-2009.</b>                                | <b>132</b> |
| <b>Tabla 6. 1 Exportaciones de bienes creativos por categorías, Corea del Sur, 2009-2014. (Millones de dólares).</b>                       | <b>139</b> |
| <b>Tabla 6. 2 Importaciones de bienes creativos por categorías, Corea del Sur, 2009-2014. (Millones de dólares).</b>                       | <b>140</b> |
| <b>Tabla 6. 3 Principales socios comerciales en exportaciones de bienes creativos, Corea del Sur, 2009-2014. (Millones de dólares)</b>     | <b>141</b> |
| <b>Tabla 6. 4 Principales socios comerciales en importaciones de bienes creativos, Corea del Sur, 2009-2014. (Millones de dólares).</b>    | <b>142</b> |
| <b>Tabla 6. 5 Empleo Creativo en México. 2005 y 2018.</b>                                                                                  | <b>145</b> |
| <b>Tabla 6. 6 Las ICC de las principales Zonas Metropolitanas. 2003 y 2013.</b>                                                            | <b>147</b> |
| <b>Tabla 6. 7 Comparativo de unidades económicas de las ICC. 2014,2015 y 2019.</b>                                                         | <b>148</b> |
| <b>Tabla 6. 8 Estructura y crecimiento de las ocupaciones creativas, 2005-2018.</b>                                                        | <b>149</b> |
| <b>Tabla 6. 9 Posición de ocupaciones en ocupaciones creativas. 2005 y 2018.</b>                                                           | <b>150</b> |
| <b>Tabla 6. 10 Empleo por género y ocupación creativa. 2005 y 2018.</b>                                                                    | <b>151</b> |
| <b>Tabla 6.11 Años de escolaridad por tipo de ocupación creativa.</b>                                                                      | <b>152</b> |
| <b>Tabla 6. 12 Población con ocupaciones creativas por ciudad, 2005 y 2018.</b>                                                            | <b>154</b> |
| <b>Tabla 6. 13 Valor agregado, Empleo y Comercio exterior de la Cuenta Satélite de la Cultura en México por área general, 2008 y 2018.</b> | <b>155</b> |
| <b>Tabla 6. 14 Las industrias creativas en el Reino Unido, 2007 y 2014.</b>                                                                | <b>158</b> |
| <b>Tabla 6. 15 La industria de la Publicidad en el Reino Unido, 2007-2014.</b>                                                             | <b>159</b> |
| <b>Tabla 6. 16 La industria de la Arquitectura en Reino Unido, 2007-2014.</b>                                                              | <b>159</b> |
| <b>Tabla 6. 17 La industria del Diseño en Reino Unido, 2007-2014.</b>                                                                      | <b>160</b> |
| <b>Tabla 6. 18 La industria creativa del cine, radio y televisión en Reino Unido, 2007 y 2014.</b>                                         | <b>161</b> |

|                                                                                                                                            |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Tabla 6. 19 La industria de la música y las artes escénicas en el Reino Unido, periodo 20007-2010 y 2011-2014.</b>                      | <b>161</b> |
| <b>Tabla 6. 20 Industria de la Publicación en Reino Unido, periodos 2007-2010 y 2011-2014.</b>                                             | <b>162</b> |
| <b>Tabla 6. 21 Industria del Software y Digital en Reino Unido, periodos 2007-2010 y 2011-2014.</b>                                        | <b>162</b> |
| <b>Tabla 6. 22 Número de empresas por Industria Creativa en Reino Unido, Periodo 2007-2010 y 2011-2014.</b>                                | <b>163</b> |
| <b>Tabla 6. 23 Volumen de ventas por Industria Creativa en Reino Unido, Periodo 2007-2010 y 2011-2014. (En miles de Libras esterlinas)</b> | <b>163</b> |
| <b>Tabla 6. 24 Cantidad de empleados por industria creativa en Reino Unido, 2007-2010 y 2011-2014.</b>                                     | <b>164</b> |
| <b>Tabla 6. 25 Volumen de ventas por trabajador de industrias creativas en Reino Unido, periodo 2007-2010 y 2011-2014.</b>                 | <b>165</b> |
| <b>Tabla 6. 26 Trabajadores por empresa de las industrias creativas en Reino Unido, periodo 2007-2010 y 2011-2014.</b>                     | <b>166</b> |
| <b>Tabla 7.1 Valores y evolución económica de Corea del Sur, México y Reino Unido.</b>                                                     | <b>172</b> |

## **Lista de Siglas**

**3D (Tercera Dimensión)**

**BID (Banco Interamericano de Desarrollo)**

**BM (Banco Mundial)**

**CEO (Chief Executive Officer)**

**CEPAL (Comisión Económica para América Latina)**

**CIA (Central Intelligence Agency)**

**CIC (*Creative Industries Council*)**

**CIF (Federación de Industrias Creativas)**

**DCMS (Departamento de Cultura, Medios de Comunicación y Deporte)**

**DENUE (Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas)**

**ENOE (Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo)**

**FOF (*Fund of Funds*)**

**GII (*Global Innovation Index*)**

**I + D (Investigación y Desarrollo)**

**IA (Inteligencia Artificial)**

**ICC (Industrias Culturales y Creativas)**

**IED (Inversión Extranjera Directa)**

**INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía)**

**IoT (*Internet of Things*)**

**IPO (Oferta Pública Inicial)**

**IT (*Information Technology*)**

**KONEX (*Korean New Exchange*)**

**KOSDAQ (Korean Securities Dealers Automated Quotations)**

**KRW (*Korean Wons*)**

**M & A (*Melt and Acquisition*)**

**MISP (Ministerio de Ciencia, Tecnologías de la Información y Comunicación y Planeación del Futuro)**

**MOSF (Ministry of Strategy and Finance)**

**NESTA (*National Endowment for Science Technology and Arts*)**

**OCDE (Organización para la Cooperación del Desarrollo Económico)**

**OIT (Organización Internacional del Trabajo)**

**OMPI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual)**

**ONU (Organización de las Naciones Unidas)**

**PEC (Plan de Economía Creativa)**

**PIB (Producto Interno Bruto)**

**PNUD (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo)**

**PyME's o SME's (Pequeñas y Medianas Empresas)**

**SCIAN (Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte)**

**TIC's (Tecnologías de la Información y Comunicación)**

**TMEC (Tratado de Libre Comercio de Norteamérica)**

**UNAM (Universidad Nacional Autónoma de México)**

**UNCTAD (Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo)**

**UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura)**

**WVS (*World Values Survey*)**

**ZM (Zonas Metropolitanas)**

## **Justificación.**

Un nuevo paradigma económico está tomando fuerza desde hace aproximadamente una década, la economía creativa. A pesar que anteriormente algunas de sus actividades se consideraban en el rubro del entretenimiento y el ocio, en el presente se le ha puesto bastante atención por la riqueza que genera, además del efecto positivo que tiene en la calidad de vida en las regiones donde se desarrolla (Buitrago y Duque, 2013). Es por ello la pertinencia de estudios que comparen regiones, países, políticas y prácticas en este sector con el fin de que aquellas economías atrasadas realicen planes y las estrategias necesarias para fomentar su desenvolvimiento.

Tres son las economías que conforman el presente análisis comparativo: Corea del Sur, México y Reino Unido. Las diferencias entre los países seleccionados enriquecen los conocimientos, experiencias e información sobre la economía creativa. La asimilación de las actividades que conforman este sector dentro de su cultura, costumbres, historia e idiosincrasia permite comprender el gran conjunto de actividades que abarca la economía creativa, así como lo inclusiva que puede llegar a ser para fomentar el crecimiento y desarrollo económico.

Dentro de las economías a analizar cabe destacar que el Reino Unido se eligió por ser la región donde surge el concepto economía creativa, así como por el gran efecto que ha tenido este sector en su economía en general, además por contar con un consolidado sistema de medición. La elección de Corea del Sur se llevó a cabo por el gran plan de economía creativa a nivel nacional con el que cuenta, además del empeño que ha puesto en este sector el gobierno. México se ha elegido por el potencial que tiene para desarrollar este tipo de economía, ya que sus prácticas en el sector son bastante incipientes por parte de los gobiernos; sin embargo, los que han venido dando empuje son algunos clústeres, la academia y la iniciativa privada que mide específicamente las actividades de sus propias industrias. No cuenta con un plan a nivel nacional de economía creativa y no tiene de manera integral un sistema de medición.

Países muy diferentes, pero con el potencial de llevar a cabo una política nacional de economía creativa. Lo que nos ofrece la gran magnitud e importancia de la economía creativa y su posible adaptación en cada país a pesar de tales diferencias.

El análisis comparativo a realizar se enfoca en la generación de conocimiento, información y experiencias que abonen a los estudios de la economía creativa y a encontrar áreas

de oportunidad para que el sector creativo de México adopte sus propias herramientas para desarrollarlo de manera integral.

## Introducción.

La presente investigación propone un análisis comparativo de un conjunto de actividades del sector económico creativo entre la República de Corea, Reino Unido y México, buscando las mejores prácticas que pudieran implementarse en esta última economía. Se plantea mostrar los efectos que ha tenido este sector en el desarrollo económico de estos países, porcentaje que representa del producto interno bruto (PIB), empleos que genera, comercio de bienes y servicios creativos, principales socios comerciales, entre otros indicadores relacionados con el desarrollo económico. Al ser México el país que no cuenta con una política integral a nivel nacional del sector creativo dentro de aquellas economías a analizar, se identifican las áreas de oportunidad en las que este podría incursionar para desarrollar una economía creativa que tenga efectos positivos. Los productos y servicios que se consideran dentro de la economía creativa de acuerdo con la Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD, por sus siglas en inglés) son: artefactos artísticos, audiovisuales, diseño, multimedia, artes escénicas, publicidad, artes visuales, *advertising*, arquitectura, I + D, servicios culturales y recreativos. El gobierno de Corea del Sur suma a estas actividades la alta cocina, el desarrollo de videojuegos y el cine. A pesar de que en México han crecido algunas industrias creativas y culturales de manera interesante, no existe una política a nivel nacional que integre a toda la economía creativa. Existen algunas actividades incipientes en entidades federativas, como lo es Baja California y Jalisco, por mencionar algunas, que son polos susceptibles de tal desarrollo, sin embargo la vinculación entre los sectores público, privado y académico no han dado los frutos deseados.

Más allá de los beneficios económicos que genera la economía creativa, cabe destacar que fomenta la cooperación entre las industrias que lo componen, además de fortalecer el sentido de pertenencia del lugar en donde éstas se desenvuelven; aspectos importantes que estimulan un aumento en la calidad de vida.

Entendiendo que cada país tiene su propia historia, idiosincrasia y paradigmas, se analizan las actividades que han repuntado y que podrían repuntar tomando como base tales características, teniendo presente también que la economía creativa abarca un gran conjunto de actividades que



podrían generar riqueza y aumento en la calidad de vida de los países a pesar de sus grandes diferencias.

El capítulo 1 muestra el planteamiento del problema, las preguntas de la investigación, los objetivos y la hipótesis. Se presentan cuestiones del cómo ha sido incorporada la economía creativa en los diferentes países a analizar. Se establecen los objetivos a alcanzar con la respuesta a tales preguntas, proponiendo un estudio por país para después pasar a un análisis comparativo y encontrar áreas de oportunidad para México. Se establecen dos hipótesis para contrastarlas a través de la realización del proyecto.

El capítulo 2 incorpora el marco teórico por medio del cual se ofrecen los antecedentes de lo que es la economía creativa, el surgimiento del concepto y como se entiende en la actualidad, conceptos similares, corrientes de pensamiento a favor y en contra, con sus distintas maneras de estudiar el tema. Se explica cómo los paradigmas tecnológicos, científicos, políticos y sociales se van rompiendo durante la creación de productos y servicios creativos.

El capítulo 3 establece la metodología que se siguió en la investigación. El entorno global, la historia tanto política como económica e idiosincrasia que influye en las decisiones de cada una de las economías y los efectos que tienen sobre el establecimiento y desarrollo de una economía de tipo creativa es a grandes rasgos la manera en la que la presente investigación se dirigió.

El capítulo 4 muestra las características principales de cada una de las economías a analizar. Geografía, población, educación, economía, consumo, gasto, socios exportadores, socios de importaciones, propiedad intelectual.

El capítulo 5 describe lo que se considera la cultura global y las culturas de cada una de las economías a analizar. La existencia de un conjunto de valores e instituciones que han sido aceptados a nivel mundial es analizada, así como el conjunto de prácticas llevadas a cabo dentro de los países que conforman la idiosincrasia de la población de cada uno de ellos. Se incorpora al análisis cultural algunas de las preguntas de la encuesta mundial de valores (WVS por sus siglas en inglés).

El capítulo 6 describe las actividades de la economía creativa, su evolución, la forma en que se llevan a cabo, la importancia que tienen para las economías. El efecto que tienen en el empleo, la generación de empresas, la acumulación de ganancias, algunas de las políticas y prácticas más importantes para fortalecerlas y desarrollarlas. Esto se lleva a cabo de una manera

comparativa con el fin de encontrar las mejores prácticas que fortalezcan y desarrollen la economía creativa en México.

Y finalmente se responden las preguntas de investigación, así como la corroboración de las hipótesis y las conclusiones del proyecto.

# Capítulo 1

## Planteamiento del problema

En países desarrollados los gobiernos, empresas y trabajadores han puesto una atención importante al sector creativo, ya que, una parte de la población que no se ha podido incorporar a los procesos de producción estandarizados en estas economías de escala ha sido desplazada, aún estando altamente capacitada. El crecimiento de la automatización y estandarización de los procesos productivos en los países desarrollados tiene una tendencia al alza. Por ende, se prescinde de una gran cantidad de trabajadores a pesar de contar con una fuerte capacitación.

Una gran cantidad de economías en el mundo, entre ellas México, latinoamericanas, africanas y del medio oriente no se han tomado muy en serio el importante rol que juega este sector, ya que muchas de las actividades dentro de esta se consideran de entretenimiento o de ocio, o porque aún no se han enfrentado a las circunstancias de los países desarrollados mencionadas anteriormente. Sin embargo, la rentabilidad de la economía creativa muestra un crecimiento a través de los años bastante interesante (Buitrago y Duque, 2013), como presentamos a continuación.

De acuerdo a Buitrago y Duque (2013) podemos destacar que este sector representó el 6.1% de la economía mundial en el año 2005, entre los años 2002 y 2011, periodo con bastantes conflictos internacionales e internos, las exportaciones de bienes y servicios creativos crecieron 134%, casi el doble presentado por el comercio de armas. A pesar de la crisis presentada a nivel mundial en el año 2008, una gran mayoría del comercio de los productos y servicios creativos presentó crecimiento. He aquí la gran importancia económica que representa para las regiones que realicen políticas públicas y prácticas adecuadas para este sector.

Sin embargo, una gran mayoría de países carecen de las políticas públicas, planes y estrategias específicas para fortalecer de manera integral este sector en auge y de gran importancia en el mediano y largo plazo, México es uno de ellos. El problema para este país es no contar con una política integral a nivel nacional para la economía creativa, es por ello que el análisis comparativo realizado puntualizó algunas de las mejores prácticas realizadas en Corea del Sur y Reino Unido para lograr desarrollar este sector.

El gobierno de Corea del Sur puso a la economía creativa como parte de su agenda nacional en el año 2013, creando un plan de economía creativa dirigido por el Ministerio de Ciencia, Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's) y Planeación del Futuro (MSIP, por sus siglas en inglés). El plan abarcó la creación de *Start-ups*<sup>1</sup>, emprendimiento, generación de empleos, apoyo a investigadores, inversión ángel<sup>2</sup>, creación de *crowfundings*<sup>3</sup>, apoyo a pequeñas y medianas empresas, incursión de empresas creativas a la bolsa de valores, mentores, apoyo a la exportación de productos y servicios creativos, protección a la propiedad intelectual, entre otras actividades que se encuentran dentro del sector creativo (MSIP, 2013, citado en Guzman, 2018).

Por otra parte, en el Reino Unido hay más de dos millones de trabajos en las industrias creativas. Los empleos creativos se han incrementado 30.6% desde el año 2011. El 87% de los empleos en este sector son de bajo o poco riesgo de automatización. Existen más de 289,000 negocios en las industrias creativas, representando el 11.9% del total de los negocios en el Reino

---

<sup>1</sup>De acuerdo a Hernández, C. (2015), "una startup es una pequeña empresa de reciente creación, con alto potencial innovador y tecnológico, donde su modelo es escalable y su crecimiento puede ser exponencial. Las startup tienen una serie de elementos diferenciadores que explican su naturaleza: a) carácter temporal: la startup como organización tiene un carácter limitado; b) carácter novedoso: la innovación es la esencia de toda startup; c) costes reducidos: su ligazón con las TIC's hace de estas jóvenes empresas un negocio muy atractivo; d) financiación externa: aunque los costes de arranque son mínimos, a medio plazo las ganancias de la startup son considerables; y e) objetivo y riesgos: las startup asumen un fuerte riesgo ya que su objetivo es dominar un nicho de mercado (a menudo poco explorado) en el que trabajan a base de hipótesis".

<sup>2</sup>"El inversor ángel es un individuo muy acaudalado e interesado en financiar proyectos empresariales innovadores con altas ganancias esperadas. Dichas iniciativas, sin embargo, también son de alto riesgo. El modelo de negocio del inversionista ángel consiste en diversificar, colocando su fortuna en varios emprendimientos. Así, basta que solo algunas de estas nuevas compañías funcionen para obtener beneficios. Como sabemos cuanto mayor es el riesgo de una inversión mayor es la rentabilidad que se exige a esa inversión" (Westreicher, 2019).

<sup>3</sup>Según González (2014, citado en Jiménez y Acosta, 2018), "entre los modelos de crowdfunding existen cuatro tipos muy conocidos: 1) crowdfunding de donaciones, que consiste en no recibir, ningún beneficio a cambio de lo aportado y se utiliza en organizaciones sin fines de lucro; 2) crowdfunding de recompensas, en el que se reciben recompensas a cambio de las donaciones; 3) crowdfunding de préstamos o crowdlending, que consiste en devolver paulatinamente el préstamo y su respectivo interés; y 4) crowdfunding de inversión, en el que los donantes forman parte del proyecto como socios. De acuerdo a Jiménez y Acosta (2018) en primer término, el emprendedor envía su proyecto hacia una de las plataformas de su preferencia, dado que las mismas tienen un ámbito de aplicación. Posteriormente, los administradores de las plataformas verifican o validan la información proporcionada, de tal forma que el proyecto sea factible para publicación; por consiguiente, si este cumple con las expectativas de la página, será publicado en la plataforma, a fin de que se realice la socialización. En tanto que los dueños de la idea deben de buscar cómo promocionar lo más posible el proyecto, este tendrá una fecha límite en la que se podrá determinar si cumplió o no la meta. Finalmente, el proyecto se cierra con lo que se ha recaudado en ese lapso de tiempo y si esto fue lo que se planificó, se considera exitoso; de lo contrario, el dueño de la idea puede continuar con su proyecto fuera de la plataforma".

Unido. El 94.8 de los negocios de las industrias creativas son micronegocios (menos de 10 empleados). El sector genera 5.5% de la economía del Reino Unido (CIF, 2019).

Teniendo en cuenta lo realizado en estos países, es necesario que México considere la opción de incursionar en este tipo de economía. A pesar de no presentar grandes avances científicos y tecnológicos vinculados a la economía como Corea del Sur y Reino Unido, algunas actividades de la economía creativa podrían incrementar los indicadores relacionados con el empleo y la creación de nuevas empresas. México ha tenido importantes logros en industrias creativas como lo es el cine, actividad que es potencial para el desarrollo económico de las regiones donde se lleva a cabo, es reconocido también por su diversidad cultural, sitios arqueológicos, tiene una identidad musical bastante reconocida internacionalmente, cuenta con televisoras importantes, ocupa el quinto lugar en América Latina y el Caribe por el número de estaciones de radio AM y FM que opera, sumando 1,775 (Consumo TIC, 2019), por mencionar algunas de sus fortalezas. Aunque está un poco más apegado a las industrias culturales que a las creativas, si lograra combinar estas dos de manera estratégica y fortalecer los derechos de propiedad intelectual llevaría a un crecimiento económico importante.

El reto para México es establecer una política pública a nivel nacional que trate de combinar industrias culturales e industrias creativas y vincule de manera integral sus actividades. Estas industrias se han desarrollado de manera separada, sin incentivar su vinculación. Aunado a esto existe aún una corriente del pensamiento de la Escuela de Frankfurt, que critica fuertemente la mercantilización de la cultura.

De acuerdo a las anteriores aseveraciones se proponen las siguientes preguntas de investigación.

### **1.1 Preguntas de investigación.**

Los países normalmente tienden a evolucionar a través de los siguientes tipos de economía: 1) economía agrícola; 2) economía industrial hacia el interior; 3) economía industrial hacia el exterior; 4) economía de la información; 5) economía basada en el conocimiento; 6) economía digital; y 7) economía creativa (Guzmán, 2018). Teniendo en cuenta esto, se puede decir que la división que se realiza de países desarrollados y en vías de desarrollo tiene que ver con tal evolución. Sin embargo, el avance dentro del territorio de cada país no es homogéneo, lo que da

a entender que dentro de cada región se pueden encontrar diferencias en esa evolución. Un ejemplo de ello es México, país en el que se pueden encontrar regiones tanto atrasadas, con formas de producción artesanales y antiguas, características de la economía agrícola, como avanzadas, donde hay sociedades que gran parte de su vida diaria (estudio, trabajo, comunicación, transporte, entretenimiento) no podría funcionar fuera de una economía digital.

Lo interesante de la idea anterior es que la economía creativa puede aprovechar esas diferencias, ya que abarca actividades de las industrias creativas y las industrias culturales. Teniendo en cuenta esto se puede colocar cada país dentro de uno o varios tipos de economía y aprovechar esas diferencias para incorporar una economía creativa dentro de su agenda. Esto permite a su vez la oportunidad de un análisis comparativo.

Para la presente investigación, que busca realizar tal tipo de análisis surgen las siguientes preguntas:

¿Cuál elemento de la triple hélice (gobierno, academia e industria) fue primordial para dar impulso a la incorporación de la economía creativa de manera integral en Corea del Sur, Reino Unido y México, y qué efectos ha tenido esta en el desarrollo económico de estos países?

¿Cuáles son las prácticas más importantes que han llevado a cabo Corea del Sur, Reino Unido y México para fortalecer su economía creativa?

¿Cuáles son las diferencias más significativas de la incorporación económico-creativa entre Corea del Sur, Reino Unido y México y qué áreas de oportunidad tiene este último país para desarrollarla?

¿Cuáles valores son necesarios para evolucionar hacia una economía creativa?

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo general.**

Determinar el elemento de la triple hélice (gobierno, academia e industria) que fue primordial para la incorporación de la economía creativa en Corea del Sur, México y Reino Unido, señalando sus mejores prácticas, así como el efecto que ha tenido este sector en el crecimiento y

desarrollo económico tomando en cuenta el conjunto de valores necesarios para lograr evolucionar hacia este tipo de economía.

### **1.2.2 Objetivos específicos.**

Caracterizar las dimensiones generales y económicas de Corea del Sur, México y Reino Unido.

Identificar los valores que definen la cultura e idiosincrasia de Corea del Sur, México y Reino Unido.

Determinar si los valores nacionales influyen en la evolución económica.

Identificar el elemento de la triple hélice que fue primordial para la incorporación de la economía creativa en estas tres naciones y cuáles prácticas la han fortalecido.

Mostrar el efecto que ha tenido la economía creativa en el crecimiento y desarrollo económico de Corea del Sur, Reino Unido y México.

Identificar cuáles prácticas llevadas a cabo en Corea del Sur y Reino Unido pueden fortalecer la economía creativa de México y tener efectos positivos en el crecimiento y desarrollo económico.

### **1.3 Hipótesis**

H1) Las industrias creativas han incrementado su participación en el desarrollo económico de la República de Corea, Reino Unido y México.

H2) De acuerdo a las características de las tres economías, México cuenta con similitudes. Por lo que este país tiene el potencial para incursionar en la implementación de una política integral a nivel nacional para el fortalecimiento y desarrollo de una economía creativa.

## Capítulo 2

### Marco Teórico-Conceptual

#### 2.1 Antecedentes

Antes de adentrarse en el concepto economía creativa, es importante comprender la delimitación de las industrias creativas y las industrias culturales que, de acuerdo a sus características y taxonomía, cuentan con actividades que se encuentran dentro de este tipo de economía.

En la década de 1980, antes de que el concepto “industrias culturales” fuese propagado por la UNESCO, los académicos de la escuela de Frankfurt lo criticaban, debido a que de acuerdo con el pensamiento de la década de 1930 y 1940, la unión del término industria con el de cultura dañaba a esta segunda, ya que acentuaba la ideología capitalista sobre lo cultural. Se ha encontrado también que las industrias culturales en países desarrollados cuentan con una base tecnológica importante, mientras que en los países en vías de desarrollo su proceso productivo es más artesanal, aún así se ha demostrado que estas actividades logran beneficios para sectores vulnerables de la población (PNUD y UNESCO, 2013).

La corriente de pensamiento de la escuela de Frankfurt ha llevado a que en algunas regiones del planeta lo cultural sea pensado y dirigido desde lo público, Latinoamérica es un ejemplo de ello. El subsidio a lo considerado cultural ha permeado las políticas públicas con las consecuencias que ello conlleva, como lo es el poco desarrollo, crecimiento y divulgación de algunas actividades culturales.

El hablar de industrias creativas va más allá de bienes y servicios de la industria cultural, ya que aunque se incluyen dentro del concepto economía creativa; aquellas dependen más de la innovación, como lo son varios tipos de investigación y desarrollo de software.

Cabe destacar que el término industrias creativas comenzó a utilizarse para formular políticas culturales a nivel nacional, ejemplos de ello son la política cultural nacional de Australia a inicios de la década de 1990, y por el Ministerio de Cultura, Medios de Comunicación y Deporte del Reino Unido, que realizó la transición de industrias culturales a creativas a finales de esa misma década. Además, el uso de este concepto tiene su origen cuando se comenzaron a vincular la creatividad, el desarrollo urbano y la planificación de las ciudades.



Recibiendo un gran impulso con el trabajo de Charles Landry (2001) acerca de la ciudad creativa (PNUD y UNESCO, 2013).

Otro referente del concepto, pero de manera internacional fue Richard Florida (2013), teórico norteamericano que estudió la clase creativa que las ciudades necesitaban para lograr un excelente desarrollo económico en la actualidad. La clase que describe va más allá de aquellos que se dedican a las actividades de la industria cultural y la industria creativa, también incluía trabajadores técnicos, directivos y profesionales, que en conjunto producen innovación de diferentes sectores. Los trabajos de Florida menguaron debido a que carecían de pruebas empíricas y no sentaba las bases para poder atraer a esa clase creativa a tales ciudades. Otro hallazgo importante es que el autor dio cuenta de la poca distribución de beneficios que aportaba (PNUD y UNESCO, 2013).

Los críticos de las industrias creativas comentan que el término creatividad es utilizado de manera muy general y sin una delimitación específica, además dejan fuera del término las expresiones que se dan en los productos y servicios creativos, siendo que la creatividad también forma parte importante de ellos. Mientras tanto, los defensores de la economía creativa dan cuenta de la importancia que tienen las industrias culturales y creativas para impulsar el crecimiento a través de la creación de valor, además de ser elementos sustanciales del sistema de innovación de toda la economía. Por un lado, las industrias creativas generan valor económico; y lo cultural estimula nuevas ideas, tecnologías y procesos de cambio transformativo (PNUD y UNESCO, 2013: 21).

Es por esto que la economía creativa debe ser vista *“como un complejo sistema que obtiene su valor económico a partir de la facilitación de la evolución económica; un sistema que produce atención, complejidad, identidad y adaptación a través del recurso primario de la creatividad”* (Cunningham, Banks, y Potts, 2008, p. 17).

## **2.2 Surgimiento del concepto.**

El concepto economía creativa es mencionado por primera vez en la obra: *“The Creative Economy. How people make money from ideas”*, de John Howkins, para catalogar a un conjunto de industrias que van desde las artes, la ciencia y la tecnología en el Reino Unido, y que, de acuerdo a sus características, su proceso de producción recae principalmente en la creatividad.

Aunque la obra está dedicada al conjunto de procesos creativos en algunas actividades económicas, consejos y pilares que fortalecen la creatividad, cabe destacar que se toma como referencia por ser el pionero en el concepto. La noción del concepto es bastante amplia, ya que no solo abarca bienes y servicios culturales, sino también juguetes y juegos, además toma en cuenta el ámbito de la Investigación y Desarrollo (I+D).

Algunos organismos internacionales, como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), en una publicación realizada por Buitrago y Duque en el año 2013, se acercan también al concepto economía creativa, sin embargo, ellos la definen como Economía Naranja. Establecen un parámetro más amplio de actividades que rodean a la creatividad, además ofrecen datos importantes acerca del impacto económico que tienen las actividades creativas en el planeta y el enriquecimiento multicultural que representan. El mismo Banco Interamericano de Desarrollo en una publicación más reciente en 2017, *“Economía Naranja. Innovaciones que no sabías que eran de América Latina y el Caribe”*, destacan datos acerca del porcentaje de empleo que representa la clase creativa en el planeta, además, como su nombre lo indica, los productos y servicios creativos que han surgido en la región de América Latina y el Caribe.

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) realizaron la publicación llamada *“Creative Economy Report 2013. Special Edition. Widening Local Development Pathways”*, donde hacen un exhaustivo análisis en varias regiones del planeta, demostrando el crecimiento económico y el mejoramiento de la calidad de vida que se puede obtener si se implementan las políticas públicas adecuadas en cualquiera de los sectores creativos. Se analizan diferentes trabajos realizados y su éxito en cada uno de los continentes. Por mencionar algunos ejemplos, se destaca la industria cinematográfica en Nigeria, los clústeres de industrias creativas en Montevideo, el gran conjunto de actividades creativas como festivales, exposiciones de diseño, arquitectura y moda en São Paulo, el auge creativo que se ha desarrollado en las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's) en India, entre muchos otros.

El Reino Unido es una de las regiones más avanzadas en estudios alrededor del concepto economía creativa. Ha desarrollado desde hace tiempo un sistema actualizado que permite medir el impacto de las actividades creativas en la sociedad, en el comercio, en la generación de empleo, en inclusión, entre otros indicadores. Los gobiernos de esta región, en conjunto con *The Creative Industries Council* (CIC), han desarrollado también un plan a cinco años para

potencializar ciertas actividades económicas basadas en la creatividad. Para fortalecer sus investigaciones con datos estadísticos se apoyan en la *National Endowment for Science Technology and Arts* (NESTA), especialista en todo lo relacionado con las actividades creativas.

Cabe destacar que en otras regiones del planeta también se encuentran desarrollando programas y políticas públicas relacionadas con la clase creativa. Uno de los países en Asia que ha puesto un gran empeño en ello a nivel nacional ha sido Corea del Sur. Este país ha desarrollado todo un plan institucional, económico y estratégico para avanzar en este nuevo tipo de economía por medio de una convergencia de actores sin precedentes que van desde la bolsa de valores, corporativos empresariales, Pequeñas y Medianas Empresas (PyME's<sup>4</sup>), instituciones, ministerios gubernamentales, entre otros (Guzmán, 2018).

Lo que podemos ver a nivel global son destellos en diferentes ciudades, regiones y países que poco a poco toman en cuenta la importancia que tiene este tipo de economía en el enriquecimiento multicultural, sostenible, inclusivo, creativo y económico.

*“En una visión multidisciplinar e integradora, la creatividad es el principio básico de aplicación de la inteligencia al mejoramiento de la calidad de vida de las personas y, en consecuencia, al progreso de la sociedad. La creatividad es una de las estrategias fundamentales de la evolución natural de las sociedades. Sin creatividad, no hay evolución ni progreso posible”* (Guilera, 2011, p. 63).

### **2.3 El argumento histórico.**

De acuerdo con las ondas Kondratieff (Freeman y Pérez, 1988), las revoluciones industriales (López, 2005), las olas de Alvin Toffler (1979), las eras de Hartley, Wen y Siling (2015) y Guzmán (2018) en su análisis histórico-económico de Corea; históricamente, las economías en el planeta muestran una evolución que va desde una economía agrícola hasta llegar a lo que hoy se podría considerar la frontera de la evolución económica, una economía creativa, que a grandes rasgos evoluciona de la siguiente manera:

---

<sup>4</sup> “PyME's es el acrónimo utilizado a la hora de hablar de pequeñas y medianas empresas. Estas, generalmente suelen contar con un bajo número de trabajadores y de un volumen de negocio e ingresos moderados en comparación con grandes corporaciones industriales o mercantiles” (Westreicher, 2015).

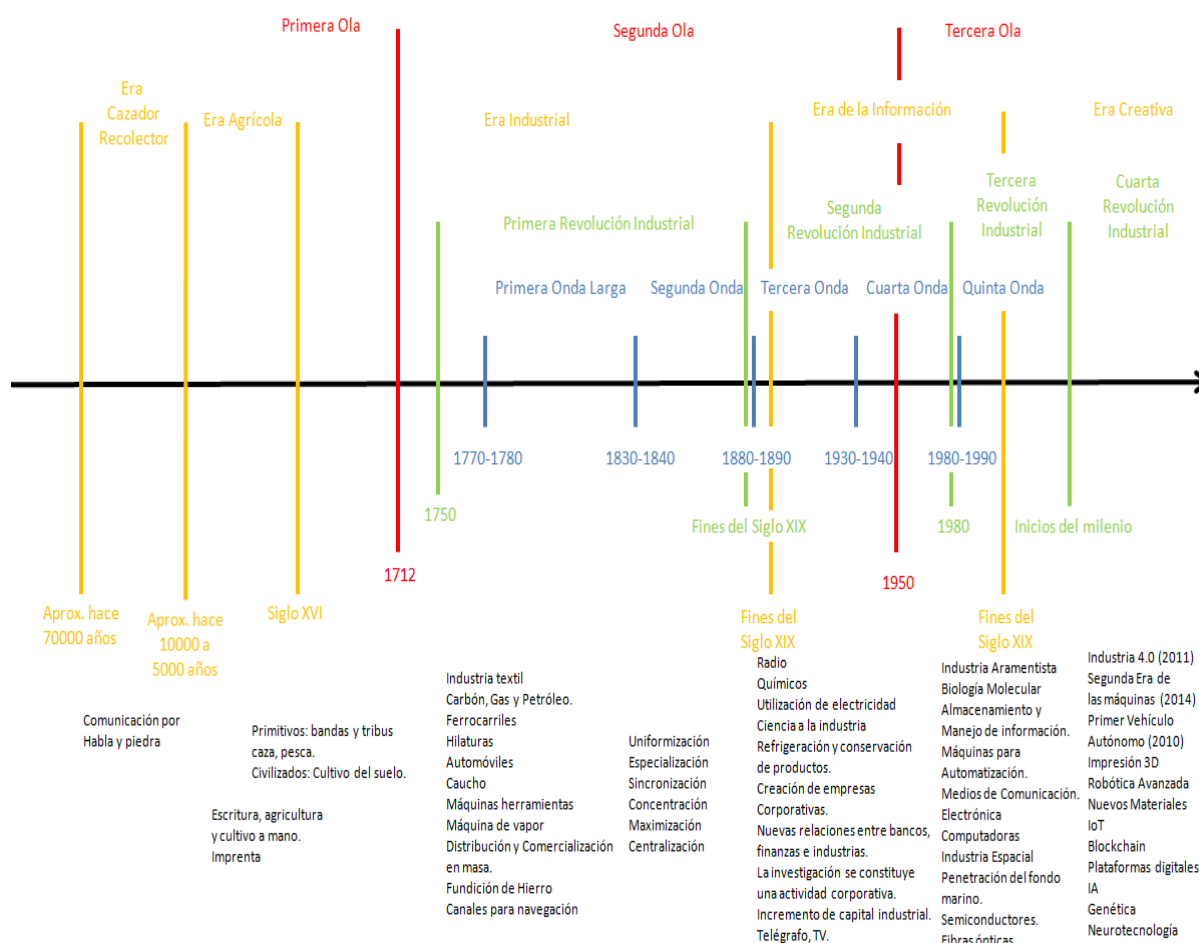
1. *Economía Agrícola*: en este tipo de economía la base de la riqueza de un país se apunala principalmente en los recursos naturales, en productos artesanales simples, en la agricultura y la ganadería. Las necesidades de las sociedades en este tipo de economía son muy simples.
2. *Economía Industrial hacia el interior*: con el crecimiento de la población surge un mayor número de necesidades. Comienzan algunas actividades variadas, poco especializadas, inventos y maquinarias rústicas para la elaboración de productos en talleres con el fin de satisfacer las necesidades de esa población en aumento. Poco o prácticamente nada se sabe de exportaciones a gran escala, transportación internacional o intercontinental, la ciencia aún no se desarrolla completamente y su participación es poca o nula en los procesos productivos.
3. *Economía Industrial hacia el exterior*: cuando la población aumenta exponencialmente surgen las primeras empresas como las conocemos hoy en día, especializadas, transnacionales, corporativos, maquiladoras, entre otras. Existe una lucha por los mercados internacionales, por nuevas invenciones y patentes para acumular riqueza. Los gobiernos abren sus puertas a nuevos productos, protegen empresas locales. Con todo ello surge la necesidad en las empresas por el manejo de la información eficaz. Una automatización de la información. Lo que permite que muchas empresas establezcan sucursales en otros países y se mantengan al tanto de ellas desde sus regiones de origen. Lo que lleva al siguiente tipo de economía, la basada en la información. La ciencia poco a poco comienza a tomar impulso en los procesos de producción. A mayor Investigación y Desarrollo (I+D), mayor competitividad.
4. *Economía basada en la información*: Este tipo de economía permite que las empresas puedan ser gestionadas a distancia, permite su colocación en las bolsas de valores del planeta. Permite una actualización prácticamente al instante de lo que sucede a miles de kilómetros. Ello ofrece ganancias significativas por el acercamiento de productos a consumidores finales, mano de obra barata, costos de transportación menores, entre otros beneficios.
5. *Economía basada en el conocimiento*: en este tipo de economía la ciencia forma parte fundamental de la acumulación de riqueza. Aquellos países que logren establecer políticas científicas y tecnológicas que lleguen a permear en la mayoría de la sociedad y

en el sector productivo serán más competitivos, por ende, atraerán mayor riqueza, lograrán con ello productos y servicios más complejos, basados y pensados desde una base científica. Existe en este tipo de economía una especialización aguda en cada una de las actividades económicas. La ciencia se desarrolla en muchas de las actividades económicas. Los diferentes tipos de economías mencionados anteriormente se enriquecen de la I+D.

6. *Economía Digital*: con la utilización del internet por una gran parte de la población mundial, las actividades de la sociedad se vuelven aún más dependientes de las tecnologías de la información. El internet de las cosas (IoT, por sus siglas en inglés) cambia totalmente el paradigma en la manera que se realizan negocios, las relaciones interpersonales, relaciones laborales. A tal grado que, de acuerdo a Klaus Schwab (2016), provocó la Cuarta Revolución Industrial, aún incipiente, haciendo más eficiente los procesos productivos al llevarlos poco a poco hacia una total independencia de la mano de obra humana.
7. *Economía Creativa*: La existencia de una enorme eficiencia en los sistemas de producción en economías basadas en el conocimiento conlleva a que el individuo deje de ser necesario a pesar de estar altamente capacitado. Lo que provoca fuga de talentos y problemas sociales exclusivos de los países desarrollados. Aprovechando la riqueza y que las necesidades básicas de la población son cumplidas, esas sociedades comienzan a demandar productos más sofisticados, personalizados, sostenibles, duraderos, de entretenimiento, de ocio, culturales, de contenido, etcétera. Es ahí donde los gobiernos y empresas se deciden sumergirse en la economía creativa creando políticas necesarias para satisfacer las necesidades de esas sociedades avanzadas.

Cabe destacar que la creatividad ha estado implícita en cada uno de los tipos de economía mencionados anteriormente, ya que es uno de los recursos fundamentales para la evolución de la sociedad. Estos tipos de economías convergen entre sí enriqueciéndose unas a otras y no todos los países se sumergen al mismo tiempo en cada una de ellas. Los más avanzados por lo regular siempre han llevado la pauta. Unos han aprovechado mejor ciertas ventajas comparativas y competitivas, lo que los diferencia entre países desarrollados y en vías de desarrollo.

**Figura 2.1 Análisis histórico, económico, inventivo de la civilización desde diferentes perspectivas.**



Fuente: Elaboración propia con información de (López, 2005; Hartley *et al.*, 2015; Toffler, 1979).

La Figura 2.1 muestra varias perspectivas de estudio de la evolución industrial, económica, inventiva y creativa que ha tenido el planeta a lo largo de su historia. Se muestra en el presente análisis para argumentar históricamente, tanto la importancia de la creatividad para la evolución económica, así como la necesidad de sentar las bases de una economía basada en la creatividad. Autores como Hartley *et al.* (2015) han mencionado que la economía creativa más que ser un campo en el cual las economías buscan incorporarse, es parte de un proceso histórico al que todas llegarán tarde o temprano. Es por esto que la evolución económica es tan importante en la presente investigación.

### **2.3.1 Las ondas Kondratieff.**

De acuerdo a Freeman y Pérez (1988) la primera onda Kondratieff, llamada también de la mecanización temprana, de una duración aproximada de 1770-1780 a 1830-1840, el principal sector en el cual tuvieron convergencia un sin número de actividades de otros sectores fue el textil. En torno a este se desarrolló parte de la industria química, sobre todo la de los tintes, comenzó la industria del acero, la energía hidráulica, fundición de hierro y se inician las diferentes aplicaciones de la máquina de vapor (Freeman y Pérez, 1988. Citado en López, 2005).

Durante la segunda onda Kondratieff, llamada también de la máquina de vapor y el ferrocarril, con una duración aproximada de 1830-1840 a 1880-1890, los sectores que tuvieron mayor impulso y los cuales fueron motivo de convergencia para otros fue la generalización de la máquina de vapor como principal fuente de energía, la cual se traslada al transporte, como lo es el barco y el ferrocarril, esto hace que la navegación se desarrolle. Entre otros procesos cabe mencionar que se inician aquellos relacionados con el acero, la electricidad, gas, tintes, sintéticos y aquellos vinculados con la ingeniería pesada (Freeman y Pérez, 1988. Citado en López, 2005).

La llamada onda de la energía eléctrica y de la ingeniería pesada, tercera onda Kondratieff, con una duración aproximada de 1880-1890 a 1930-1940, dio pie al crecimiento de actividades relacionadas con la ingeniería eléctrica como lo es el alambrado y cables para la conducción de energía, entre otros pueden mencionarse la ingeniería pesada, el armamento pesado, químicos, fibras sintéticas. Comienza también el impulso de la industria del automóvil, la aeronáutica, telecomunicaciones, radio, aluminio, petrolera y plásticos (Freeman y Pérez, 1988. Citado en López, 2005).

En la cuarta onda Kondratieff, también llamada del modelo fordista de producción en serie y con una duración aproximada desde 1930-1940 a 1980-1990 se desarrollaron automóviles, camiones de carga y de pasajeros, tanques e industria armamentista en general, bienes de consumo duradero, aeropuertos, entre otros bienes. Inician además sectores considerados importantes hoy en día: computadoras, radares, medicamentos, armas nucleares, misiles, microelectrónica y software (Freeman y Pérez, 1988. Citado en López, 2005).

La onda de la información y la comunicación, quinta onda Kondratieff, inició aproximadamente desde 1980-1990 con terminación aún indefinida y miró desarrollar las computadoras, productos electrónicos, software, bienes para telecomunicaciones, fibras ópticas,

robótica, servicios de información, telecomunicación digital de redes y satélites, biotecnología de tercera generación, química avanzada y actividades espaciales (Freeman y Pérez, 1988. Citado en López, 2005).

### **2.3.2 Las olas de Alvin Toffler**

Alvin Toffler (1979) cataloga la historia de la civilización en tres olas. Describe cada una de ellas presentando los inventos y descubrimientos que provocaron varios fenómenos en la sociedad.

Durante la primera ola, Toffler divide a la población del planeta en dos categorías: primitivos y civilizados. Los primitivos, descritos como aquellos a los que no alcanzó la revolución agrícola y que vivían de la recolección, la caza y la pesca, además vivían en pequeñas bandas y tribus. Mientras aquellos que cultivaban el suelo y que la tierra era base de su economía, la vida, la cultura, la estructura familiar y política los considera civilizados. En todas estas civilizaciones (China, India, Benin, México, Grecia y Roma) prevaleció una sencilla división del trabajo, además de surgir algunas clases y castas: una nobleza, un sacerdocio, guerreros, ilotas, esclavos o siervos.

La segunda ola dio inicio aproximadamente hace 300 años con la revolución industrial, la cual vino a cambiar las instituciones del pasado y la manera de vivir de millones de personas. Obtenían la energía del carbón, el gas y el petróleo de combustibles fósiles irremplazables. El cambio vino con la invención de la máquina de vapor de Newcomen, en palabras de Toffler: *“por primera vez, una civilización estaba consumiendo el capital de la naturaleza, en vez de limitarse a vivir del interés que producía”* (Toffler, 1979, p. 18). Al buscar en las reservas energéticas del planeta, todas aquellas civilizaciones que la segunda ola alcanzó, lograron un gran crecimiento económico, con la presunción de que los recursos fósiles no renovables siempre serían baratos. Estos descubrimientos e inventos dieron pie a la creación de gigantescas máquinas electromecánicas, se aumentó la fuerza del músculo<sup>5</sup>. Se inventaron sensores que llegaron a ser más precisos y exactos que los seres humanos. Se desarrollaron las máquinas-herramientas. Se

---

<sup>5</sup> Existen un conjunto de actividades que el ser humano no puede llevar a cabo por medio de su propia fuerza física, por lo que se vale de un conjunto de herramientas para poder lograr llevar a cabo tales actividades. Un ejemplo de esto puede ser la utilización de una sierra eléctrica en lugar de cortar con serrucho de mano. En este caso se puede decir que aumentó la fuerza del músculo necesario para cortar madera.



creó la fábrica al conectar varias máquinas en sistemas interconectados bajo un mismo techo, lo que conocemos como la cadena de montaje. La distribución pasó de individual a en masa.

En todas las sociedades (primitivas, agrícolas o industriales), el sistema de energía, el sistema de producción y el sistema de distribución son partes interrelacionadas de algo más grande. Este sistema más grande es la "tecnosfera", y adopta una forma característica en cada fase del desarrollo social.

*"Al extenderse sobre el planeta la segunda ola, la tecnosfera agrícola fue remplazada por una tecnosfera industrial: las energías no renovables fueron directamente aplicadas a un sistema de producción en serie que, a su vez, vomitó mercancías sobre un sistema de distribución en serie altamente desarrollado.*

*Toda civilización tiene un código oculto, un conjunto de reglas o principios que presiden todas sus actividades y las imprimen de un repetido diseño. Al extenderse el industrialismo por el planeta, se hizo visible su diseño oculto. Se componía de seis principios interrelacionados que programan el comportamiento de millones de personas.*

- *Uniformización*
- *Especialización*
- *Sincronización*
- *Concentración*
- *Maximización*
- *Centralización*" (Toffler, 1979, p 53-66)

Durante la llamada tercera ola quedó claro que muchos de los inventos y descubrimientos realizados en la segunda pasarían a ser obsoletos. Lo que es el trabajo repetitivo, productos uniformizados, largas series de producción que despedían cantidades enormes de energía y contaminación, serían enviadas a países en vías de desarrollo, donde la mano de obra es más barata y la tecnología menos avanzada. Esto llevó a que se establecieran nuevas dinámicas y actividades en las sociedades avanzadas basadas, se lograron avances significativos en disciplinas científicas consideradas rudimentarias: electrónica cuántica, teoría de la información, biología molecular, oceánica, nucleónica y las ciencias espaciales. Lo que dio pie a nuevas industrias: computadoras y procesamiento de datos, aeroespaciales, sofisticada petroquímica, semiconductores, avanzadas comunicaciones, entre otras.

De acuerdo con Alvin Toffler, son cuatro industrias las que forman parte vertebral de esta tercera ola, lo que trae consigo cambios fundamentales en lo político y social.

- la electrónica y las computadoras.
- la industria espacial.
- la penetración en las profundidades del mar.
- la industria genética.

### **2.3.3 Las Revoluciones Industriales.**

A grandes rasgos una Revolución Industrial es el proceso por medio del cual un conjunto de actividades económicas son afectadas por una invención o un descubrimiento, cambiando la manera de entender y llevar a cabo tales actividades. Esto conlleva a cambios tanto sociales, políticos, así como culturales.

La Primera Revolución Industrial inició en la primera mitad del Siglo XVIII, se considera que la actividad económica central de esta fue la industria textil. Desde esta se propagó todo un cambio en el sector productivo además de transformar a la sociedad de esa época. Los artesanos fueron los que contribuyeron a ese cambio de paradigma con sus actividades y prácticas cotidianas. Ligados al objeto de trabajo hicieron mejoras a las máquinas herramientas (López-Leyva, 2005).

En la Segunda Revolución Industrial que se da al finalizar el Siglo XIX surgen nuevas actividades que le darán impulso a la economía nuevamente. Estas fueron la aceleración en la invención debido al cambio en la metodología de la investigación y a los estímulos dados a los inventores, el uso de la electricidad, máquinas automáticas, entre otras (Barnes, 1930. Citado en López-Leyva, 2005). La ciencia y la producción se vinculan para dar mayor fuerza productiva, lo que conlleva a la creación y desarrollo de nuevos productos. Grandes firmas son capaces de contratar investigadores para innovaciones constantes dándoles mayor competitividad. La investigación se convierte en una actividad corporativa (López-Leyva, 2005).

La Tercera Revolución Industrial da inicio en la década de 1980 donde las nuevas tecnologías en los bienes de capital dieron de nuevo un impulso a la productividad. Tres fueron las fuentes principales de esas nuevas tecnologías: la biotecnología, los nuevos materiales y la

microelectrónica. Son las siguientes áreas tecnológicas las que impulsaron esta tercera revolución: instrumentos avanzados para estudiar, nuevos materiales, medios auxiliares y aparatos de computación para almacenamiento, manejo de información y pensamiento lógico, medios de comunicación, máquinas para la automatización, medios de transporte y biología molecular (López-Leyva, 2005).

De acuerdo con Klaus Schwab (2016), la Cuarta Revolución Industrial se encuentra en proceso; y sus manifestaciones, aunque aún no han impulsado la producción como las revoluciones anteriormente mencionadas, no tardan en comenzar a realizarlo en un futuro cercano. Esas nuevas creaciones y tecnologías las define dentro de manifestaciones de la siguiente manera:

- Manifestaciones físicas: vehículos autónomos, impresión 3D, robótica avanzada, nuevos materiales.
- Manifestaciones digitales: Internet de las cosas (IoT, por sus siglas en inglés), *blockchain*<sup>6</sup>, plataformas digitales, inteligencia artificial.
- Manifestaciones biológicas: innovaciones en el campo biológico, en particular en la genética. Biología sintética, bioimpresión, monitoreo de salud, neurotecnología.

#### **2.3.4 Las Eras de Hartley, Wen y Siling.**

Hartley et al. (2015), observan la economía creativa como una era, no como un sector, sino como una época, que sigue de épocas previas, cada una asociada con expansiones en tecnologías y conocimiento de la siguiente manera:

- La era cazador-recolector, que coincide con la comunicación por habla y piedra; desde hace aproximadamente 70,000 años (Harari, 2014. Citado en Hartley et al. 2015).

---

<sup>6</sup> Blockchain “es un registro único de todo lo que está sucediendo dentro de una red donde todos los nodos conectados a la misma tienen una copia. Los bloques de una blockchain almacenan información del bloque que les preceden y ceden información al siguiente bloque que se creará. Dentro de cada bloque se almacena diferente información. El elemento más importante que se almacena en un bloque es una determinada cantidad de transacciones. Adicionalmente un bloque puede albergar otros datos importantes, como el identificador del bloque anterior, una marca de tiempo o el nonce. Es precisamente el bloque y los elementos que almacena combinados con la criptografía es lo que dota de seguridad a la tecnología blockchain” (Solé, 2021).

- La era agrícola, que coincide con la escritura, agricultura y cultivo a mano; desde hace aproximadamente 10,000 años (agricultura) a 5,000 años (escritura).
- La era industrial, que coincide con la comunicación mecánica como la imprenta, máquinas, etcétera; adoptadas entre los siglos XVI y XIX.
- La era de la información, que coincide con la comunicación electrónica como el telégrafo, cine, emisión de radio y televisión, computadoras; adoptadas desde fines del Siglo XIX hasta fines del Siglo XX.
- La era creativa, que coincide con el internet, la expansión de la población, la comunicación planetaria entre usuarios y creadores interconectados, ahora en curso.

Los autores (Hartley *et al.*, 2015) reconocen el emergente fenómeno de la economía creativa de larga duración. Lo mantienen como un fenómeno a la vez incierto, si no se establece su correcta conceptualización, su observación y alimentación por aquellos involucrados, ya sean economistas, intelectuales o creativos.

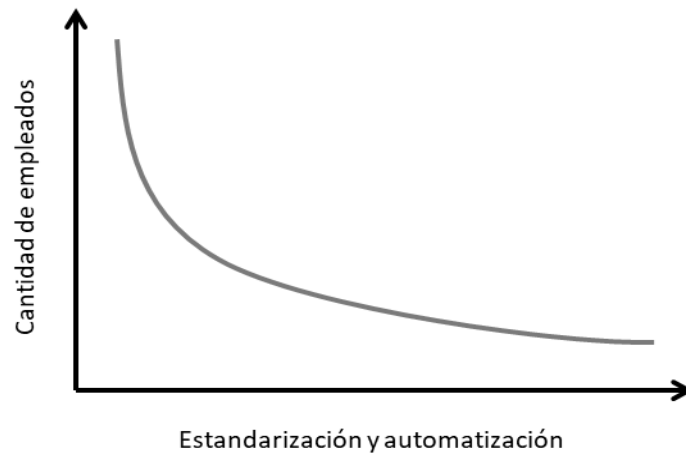
De acuerdo con Hartley *et al.* (2015), para imaginar y predecir cómo se tornará el futuro, es importante entender los acuerdos pasados y presentes: qué elementos dinámicos y procesos están preparados y qué acciones podría ayudar o impedir que algún futuro potencial se lleve a cabo. En el caso de la economía creativa, es ahí donde descansa el problema, ya que su conceptualización ha sido confinada a un estrecho conjunto de actividades, agentes y lugares; las llamadas industrias creativas como un subconjunto de la economía como un todo. Lo que da como resultado que el fenómeno que el término busca describir se pierda de vista. Es por ello que para Hartley *et al.* (2015), el concepto debería considerarse desde una perspectiva sectorial más amplia.

## **2.4 Avance científico y tecnológico vs empleo.**

De acuerdo con las perspectivas históricas de la evolución económica anteriormente mencionadas, una gran cantidad de actividades propias que el ser humano realizaba directamente han sido reemplazadas por la tecnología, ejemplo de ello son: la energía, la comunicación, el procesamiento de datos, los procesos de producción, las máquinas herramientas, la enseñanza, el monitoreo, la vigilancia, las transacciones comerciales, el comercio, la agricultura, la guerra,

entre otras. Lo que ha provocado desempleo en las firmas y en ciertas industrias más avanzadas a causa del avance científico y tecnológico.

**Figura 2.2. Relación entre cantidad de empleados y automatización en las firmas.**



**Fuente:** Elaboración propia.

La Figura 2.2 nos muestra un argumento importante para la presente investigación, el cual es: a mayor estandarización y automatización en una empresa, menor es la cantidad de empleados necesaria para llevar a cabo su función, acumular riqueza. Aunque esto no sucede en todas las firmas, la lógica empresarial nos lleva a entender que la estandarización y automatización permitirá mayores utilidades. Por lo que la mano de obra será prescindible en un punto futuro y aquellos trabajadores más innovadores, creativos y con conocimientos en diferentes áreas serán los que se mantengan empleados.

Carl Benedikt Frey y Michael Osborne (2017, citado en Frey, 2019) llevaron a cabo un análisis, a través de un algoritmo de Inteligencia Artificial (IA), acerca de los empleos con más alto riesgo de automatización en Estados Unidos. El algoritmo predijo que el 47 por ciento de los empleos en Estados Unidos son susceptibles de automatización, lo que significa que estos son potencialmente automatizables desde un punto de vista tecnológico. Lo interesante es que la mayoría de estos empleos tienen en común que son empleos de bajos ingresos y que no requieren altos niveles de educación.

Con el objetivo de incrementar sus ganancias, las empresas de los países desarrollados migran a países donde la mano de obra es más barata, buscando también a su vez más cercanía con los consumidores finales lo que provoca desempleo en sus países de origen. La migración de individuos de países en vías de desarrollo a desarrollados provoca también este fenómeno de desempleo local, ya que las empresas solicitan sus servicios que son más baratos. Fenómeno también necesario, debido a que la población de algunos países avanzados es más vieja. Es por esto necesaria la apertura de una nueva economía, la creativa. Ya que abre un nuevo abanico de actividades económicas a un sector de la población sin descuidar el avance científico y tecnológico.

De acuerdo con Frey (2019), aunque asumamos que los algoritmos en algún momento tendrán la habilidad de reproducir efectivamente en textos básicos la inteligencia humana, en la actualidad muchos trabajos están centrados en la relación personal y la compleja comunicación interpersonal. Los programadores de computadoras consultan con gerentes o clientes para esclarecer ciertas ideas, identificar problemas o sugerir cambios. Las enfermeras trabajan con pacientes, familiares, o comunidades para diseñar e implementar programas para mejorar la salud. Los recaudadores de fondos identifican a donadores potenciales y construyen relaciones con ellos. Psicólogos familiares aconsejan a clientes en cuanto a malas relaciones. Los astrónomos construyen colaboraciones de investigación y presentan sus hallazgos en conferencias.

Como podemos ver todas estas actividades se encuentran bastante lejos de la competencia de las computadoras. Muchos empleos requieren de creatividad, como lo es la habilidad de proponer algo nuevo, inusual e ideas inteligentes. El trabajo de físicos, directores de arte, comediantes, CEO's, diseñadores de videojuegos e ingenieros de robótica, por mencionar algunos pocos, están involucrados en tales actividades creativas.

El reto aquí, desde un punto de vista de la automatización, es no generar novedad, sino generar novedad que tenga sentido. El trabajo de un robot con inteligencia artificial en la actualidad es fácil para tareas repetitivas. Sin embargo, es bastante limitado al momento de manipular objetos de diferentes dimensiones.

Existieron y aún existen algunas corrientes de pensamiento en contra de los efectos que tiene la tecnología en lo laboral y en la sociedad como lo es el ludismo y el neoludismo. Aunque en estos días se entiende por ludita a una persona que se opone de manera obstinada y a veces

ingenua a la tecnología, esta corriente va más allá de solamente estar en contra del progreso. Sale (1996), lo plasma bastante bien al establecer la idea de que no se pueden considerar a los luditas de inicios del Siglo XIX ni a sus sucesores neoluditas de la era de la informática como simples rebeldes de *el* futuro, sino como rebeldes de *un* futuro; *un* futuro en el que no fueron tomados en cuenta sus intereses en ningún momento.

En la actualidad existen programas que surgen de este tipo de pensamiento como lo es el “Programa de Inversiones Intensivas en empleo – Promoción de la planificación local y las tecnologías intensivas en empleo”, por parte de la Organización Internacional del Trabajo (2004) o como la Resolución del Parlamento Europeo a la Comisión sobre Normas de Derecho Civil sobre Robótica (2017). Ambos tratando de dirigir de manera consciente los efectos que tiene la tecnología en el desempleo.

## **2.5 Características de los productos y servicios creativos.**

De acuerdo con Guilera (2011), para que un producto o servicio creativo sea fácilmente aceptado es necesario cumplir con algunas de las siguientes características: *a)* satisfacer necesidades básicas; *b)* proporcionar placer; *c)* seducir emocionalmente; *d)* convencer racionalmente (ser más eficiente y rápido, eliminar molestias cotidianas, ser más económico); y *e)* tener visión de futuro.

En cuanto a las características de diseño, las principales características que son necesarias son las siguientes: *a)* funcionalidad; *b)* centrado en el usuario; *c)* accesible a todos (acceso universal o diseño para todos); *d)* de uso seguro; *e)* ecológico; *f)* sostenible; *g)* de producción racional (diseño racional); *h)* económico (diseño económico); e *i)* estético (diseño bello).

Dentro de la aceptación de los productos y servicios creativos, el mismo Guilera (2011) establece que existe resistencia de acuerdo al grado de creatividad para ello, por lo que realizó una tabla que relaciona esa aceptación con el grado de creatividad de un producto o servicio:

**Tabla 2.1: Aceptación del grado de creatividad de un producto o servicio.**

| <b>Creatividad</b> | <b>Aceptación</b>                                  |
|--------------------|----------------------------------------------------|
| Muy Alta           | Debate inicial de los expertos. Penetración lenta. |
| Alta               | A través de usuarios selectos.                     |
| Regular            | Usuarios exigentes.                                |
| Baja               | Aceptación rápida.                                 |
| Muy Baja           | Consumo de masas.                                  |

Fuente: Guilera (2011).

La Tabla 2.1 nos muestra que existe una relación indirecta entre la creatividad llevada a cabo para la elaboración de un producto o servicio y la aceptación por parte de la población. Cuando la creatividad es demasiado alta existe una aceptación lenta por parte de aquellos que utilizarán dichos productos o servicios. Mientras baja la tal creatividad las personas aceptan de mejor manera tales bienes y servicios. Ya que representa también menos cambios drásticos en la utilización del día a día.

## **2.6 Conceptos similares a economía creativa.**

Es importante diferenciar la economía creativa de otros conceptos igualmente difundidos por estudiosos culturales, sociales y económicos. Existe una gran variedad de conceptos tales como: industrias culturales, industrias creativas, industrias del ocio, industrias del entretenimiento, industrias de contenido, industrias protegidas por el derecho de autor, economía cultural, economía naranja, entre otros que pueden entrar dentro de las actividades que la economía creativa maneja, algunos en parte, otros completamente y otro como la economía naranja absorbe casi por completo a las actividades de la economía creativa.

La inclusividad de la economía creativa a todo un conjunto de actividades económicas lleva a que este concepto quede como el definitivo, ya que de acuerdo con Hertley et al. (2015) este no debe pertenecer a un grupo selecto o a alguna industria específica sino que debe entenderse como un concepto en evolución y abierto.



## **2.7 Actividades que comprende la economía creativa. Diferentes perspectivas.**

Las actividades manejadas en Inglaterra son las siguientes: comerciales, arquitectura, artes y cultura, artefactos, tecnologías creativas, diseño, moda, juegos, música, publicidad, televisión y cine.

El modelo DCMS (Departamento de Cultura, Medios de Comunicación y Deporte, por sus siglas en inglés), establece como industrias creativas las siguientes: publicidad, arquitectura, arte y mercado de antigüedades, artesanía, diseño, moda, cine y video, música, artes escénicas, industria editorial, software, televisión y radio, videojuegos y juegos de computadora.

La importancia de las actividades creativas recae en la convergencia entre ellas. Todo ello produce un efecto multiplicador en atracción de turismo, desarrollo multicultural, respeto por la idiosincrasia de las regiones, logrando con ello a su vez un crecimiento económico importante. Prácticamente cada grupo de investigación u organización toma una base propia de actividades que se consideran creativas, dependiendo bastante de la región en la que se encuentre realizando el estudio. Cabe destacar que varios organismos internacionales (BID, UNESCO, entre otros) catalogan a la economía creativa como uno de los más importantes temas para erradicar un gran conjunto de problemas en los países en vías de desarrollo, tanto por la riqueza que generan como por el efecto que tienen en el mejoramiento de la calidad de vida.

### **2. 7. 1 Hacia una delimitación amplia de la economía creativa.**

Hartley, Wen y Siling (2015), en su obra, se realizan la siguiente pregunta en cuanto a las industrias creativas, ¿Cuáles industrias? Y plasman las respuestas más comunes: las industrias creativas describen un sector especial de la economía; únicamente ciertos tipos de trabajo u ocupaciones cuentan como creativas; y que no muchos países pueden alardear de una economía creativa. También existe la presunción de que las industrias creativas refieren a las de derecho de autor, que su plan de negocios se encuentra fundado en resultados creativos de individuos talentosos dentro de la propiedad intelectual, y es lo que se vende. Sin embargo, estos autores no encuentran muy satisfactorias este tipo de definiciones. Y a través de su obra proponen una definición más amplia, basada en tres “supuestos o principios” que son los siguientes:

- Las industrias creativas no están reducidas a una élite de artistas entrenados o firmas; ellas abarcan (o *podrían* abarcar) a *cada uno*.
- No están reducidas a un sector de la economía; ellas caracterizan (o *podrían* caracterizar) *todo*.
- Ellas no son una característica de los países ricos o avanzados; ellas están (o *podrían* estar) *en todos lados*.

Los autores afirman que el término “*podrían*” no pretende ser normativo, sino que describe una situación en la que una respuesta más amplia es posible, ya que ha pasado inadvertida o aún desconocida utilizando las actuales aproximaciones.

Realizar la pregunta: ¿cuáles industrias creativas? Lleva más a un experimento de pensamiento, debido al vasto rol que la creatividad tiene en las economías y culturas contemporáneas, pero que no se ha colocado en el discurso público o en la comunidad dedicada a la conceptualización de las industrias creativas, ya sean estudiosos, formuladores de políticas o consultores dentro de la industria.

Los autores comentan que en las actuales aproximaciones a la definición de industrias creativas escapan algunas cosas importantes, como lo son: *poblaciones*, *tecnologías*, *la cultura* y *el planeta*.

*Poblaciones*, ya que dentro de las definiciones escapa el concepto *cada uno*. Basándose en el surgimiento, de las tecnologías digitales, las redes sociales y el contenido creado por el usuario, puede ser visto o reivindicado como un vínculo de productividad creativa en masa, lo que ellos llaman *microproductividad*, el cual es uno de los mayores conductores del desarrollo económico.

*Tecnologías*, ya que la combinación de *cada uno* con las redes digitales, es crucial para su propósito, al no localizar la creatividad en el individuo, talentoso o de otra manera, sino en sistemas. Ellos ven la cultura y la economía como sistemas, aunque más complejo y múltiple (sistemas de sistemas) que cualquier tecnología a la fecha. Debido a su escala de variabilidad, los sistemas culturales naturales son difíciles de estudiar. Sin embargo, los sistemas tecnológicos son una forma empírica de conectividad humana que puede ser estudiada (Arthur, 2009, citado en Hartley *et al.*, 2015). Acerca de esto, piensan que hay dos más importantes que otros. Uno, bastante viejo: las ciudades. El otro más nuevo: internet. Ellos miran las tecnologías urbanas y

digitales, su productividad y capacidad para crear nuevas ideas y su distribución a través del total de las poblaciones, como representantes de estas mismas cualidades en la cultura humana. Lo que los lleva a pensar que la predominante conceptualización de industrias creativas no ha integrado *producción creativa* suficientemente con *redes digitales*, o bien lo que ellos llaman *semiosis urbana*.

*Cultura*, ya que Pagel, (2012, citado en Hartley *et al.*, 2015), Hartley y Potts (2014, citado en Hartley *et al.*, 2015) comentan que ha estado incomprendida y restringida en el pensamiento público de las industrias creativas, observan a la cultura como una invención humana que tiene como función unir grupos. Grupos que pueden sobrevivir donde los individuos no. Los autores también argumentan que lo que une a esos grupos es el conocimiento, y el resultado de la cultura no es el patrimonio, las costumbres, el arte o artefactos (bienes y servicios), sino la innovación, la cultura es el mecanismo para producir novedad en condiciones de incertidumbre (Potts, s. f.; Hurter et al. 2010, citado en Hartley *et al.*, 2015). Así, para ellos la cultura enfrenta el futuro. Es la que conduce la economía y no al revés. Necesita ser reconceptualizada e integrada en el pensamiento económico y político; de la misma manera, aquellos devotos a la cultura y a las artes necesitan comprender su rol en la evolución económica.

*El planeta*. La idea de un sistema cultural planetario, o una economía creativa planetaria, es casi impensable en las circunstancias actuales, excepto por visionarios de otras disciplinas como Jared Diamond (geografía) o E. O. Wilson (biología). Aunque muchos estudiosos ven la globalización como algo negativo, los autores en contradicción a ese pensamiento, tratan a la cultura como una semiósfera (Lotman, 1990, citado en Hartley *et al.*, 2015), un sistema dinámico de diferencias cuyas locales particularidades (identidades y expresión, valores, artefactos, acciones) pueden ser únicamente explicados por medio de las dinámicas e interacciones de los sistemas que las generan.

## **2. 8 La convergencia de lo económico, lo creativo y lo cultural.**

El análisis que llevan a cabo Hartley, Wen y Siling (2015) es avanzar en el argumento que las industrias creativas necesitan ser repensadas dentro de una escala más grande que la que hasta hoy se tiene. La razón por la cual es necesario expandir la escala de investigación, es asegurarse

que hemos entendido de dónde viene la creatividad, cómo conecta con la gente y para qué es utilizada. Es ahí donde la cultura entra. La economía creativa y la cultura son inseparables. Cada vez más actividades culturales basadas en sociabilidad, identidad, comunicación y significado han migrado a la red y al medio digital, ambos comercializados y representados por sí mismos, tanto la cultura, la tecnología y la economía son ahora un solo objeto de estudio. Esto representa un reto para las existentes distinciones disciplinarias, que han permanecido durante largo tiempo entre las ciencias sociales, donde la economía es estudiada, y las artes y humanidades, donde la cultura es un concepto central.

Parte del problema acerca del estudio de las industrias creativas en el escenario universitario es que lo creativo pertenece a una tradición escolar, mientras que la parte industrial pertenece a otra. Investigadores de estas variadas tradiciones encuentran el tema, y cada uno, con diferentes habilidades y capacitación, distintos métodos y objetivos, alojados en diversas partes del campus, difiriendo en la manera en que se miden sus éxitos y logros, y para empeorarlo, dentro y fuera de los grupos con alianzas e ideologías hacen sospechar a unos de otros. Por ejemplo, estudiosos en lo económico e industrial les gustan más trabajar desde una perspectiva pro-mercado que minimiza el rol del Estado en los asuntos creativos y culturales, mientras aquellos estudiosos interesados en lo cultural y creativo son más propensos al apoyo cultural público y son críticos de la cultura basada en el mercado comercial (Hartley *et al.*, 2015).

Es por ello que es necesario trabajar más allá de los límites de las disciplinas, con el fin de aprender de ellas y contribuirles, además de adoptar de estudios que lleven a los investigadores más allá de su zona de confort, en orden de hacer justicia a los emergentes objetos de estudio que desafían la categorización tradicional (Hartley *et al.*, 2015).

La economía creativa es solo un dominio. Combina los más íntimos niveles de identidad y expresiones con mercados y sistemas a escala global; y confronta tanto a ciudadanos como a investigadores con una situación en la que, en palabras de Mehita Iqani (2012, citado en Hartley *et al.*, 2015), el humano “yo *contacto*”, se encuentra en un mediado, simbólico ambiente en el cual “yo” soy, y cómo establezco mi identidad, es inseparable de los trabajos de sistemas globales (medios de comunicación, mercados) y tecnologías (redes, *big data*, dispositivos de comunicación) (Leaver, 2012, citado en Hartley *et al.*, 2015).

Además, el cambio tecnológico y social ha ido tan rápido en este ambiente que las distinciones heredadas de las disciplinas del Siglo XIX no son ya capaces de explicar qué sucede

(Lee, 2010, citado en Hartley *et al.*, 2015), ¿cuál es la causa?, ¿cuál es el efecto? y ¿cómo estudiar los aspectos creativos, culturales y económicos en la vida contemporánea?

En tal contexto, el reto para los estudiantes de la economía creativa no es confinarse en sí mismos cada vez más, sino hacer equipo con otros, con el fin de desarrollar una aproximación multidisciplinaria que pueda llevar seriamente las relaciones entre diferentes fenómenos; creatividad y economía, individuos y sistemas, cultura y tecnología, conocimiento existente y tendencias emergentes o futuras probabilidades (Hartley *et al.* 2015).

Para Hartley y Potts (2014, citado en Hartley *et al.*, 2015), la cultura es la fuente de innovación, llegaron a esta cuestión a través de una perspectiva de la *ciencia cultural*, la cual ofrece un panorama de sistemas de comunicación, cultura y por lo tanto de creatividad, más que desde un punto de vista individualista o conductual, y desde una perspectiva evolucionaria, más que de la teoría de la elección de la economía.

Hartley *et al.* (2015) no comienzan delimitando el concepto, como la mayoría de las definiciones industriales o políticas de la economía creativa (ejemplo, DCMS, 1998), del talento individual. No niegan que existen individuos talentosos. De hecho, creen que existe más gente talentosa de la que se ha tenido en cuenta (en el sentido económico del término, especialmente) y que la economía creativa, apropiadamente conceptualizó y habilitó, lo que permitirá a tales talentos florecer y prosperar en general, más que en una única élite o en el ámbito comercial y en escala.

Pero el individualismo no es su punto de inicio, ya que ellos ven el florecimiento de talento como un resultado de sistemas complejos, no a causa de una acción individual. El sistema que genera la creatividad es la cultura, no la tecnología o la economía directamente, ni los individuos por ellos mismos. Sin embargo, es en la alta tecnología en la economía donde el término creatividad ha tomado más atención en años recientes. Ya que la creatividad ha llegado a asociarse con la innovación en el ambiente de negocios.

La economía creativa es una de las cualidades más buscadas y se dice que impulsa la economía post-industrial contemporánea en general. Al mismo tiempo, la creatividad es también la acción en el comercio de las humanidades y las artes creativas, las cuales son extraños amigos de la economía y la tecnología. Esta es la razón por la que se tiene un interés en la cultura, comunicación, creatividad, las artes y humanidades, con todo su crítico y seguido bagaje

ideológico contra los negocios, tratando de entender un aparente y simple fenómeno económico como lo es la economía creativa.

La cultura es la fuente de lo que Michael y sus colegas (2010, citado en Hartley *et al.* 2015) llaman *newness*. La cultura está basada en la comunicación dentro y entre grupos (Hartley y Potts, 2014, citado en Hartley *et al.*, 2015). Es la fuente de *newness* porque la cultura trabaja a nivel de grupos más que de individuos; y la cultura es el contexto en el cual la innovación es utilizada. La utilización impulsa innovaciones que adaptan nuevas tecnologías, de la energía de vapor a la conectividad en internet, desde actos innumerables de reparación y experimentación, algunos de ellos pasan a ser adoptados generalmente. *Newness*, tan distinto de *novelty*, otra palabra para innovación.

La diferencia entre *novelty* and *newness* es la siguiente: *novelty* es una conjetura o experimento, el cual no sobrevivirá a menos que sea llevado y utilizado a través de un sistema o red, sea técnica o social. *Newness* ocurre no en el punto de invención o descubrimiento sino desde la aceptación de otros, en la implementación socio-instrumental de nuevas ideas (Potts, 2011, citado en Hartley *et al.*, 2015). *Newness* es entonces el uso de *novelty*, es cultural más que tecnológica o de naturaleza económica. En términos de evolución, *novelty* es variación que es individual y efectivamente al azar, mientras que *newness* es adaptación, la cual es seleccionada y replicada entre la población.

Las fuentes culturales de innovación, artesanal o a escala microproductiva creador-usuario, podrían por lo tanto explicar desarrollos en el nivel macro e incluir el dinámico crecimiento asociado con la Revolución Industrial (Mokyr, 2009, citado en Hartley *et al.*, 2015), aunque la innovación es usualmente vista en el proceso de negocios. De hecho, es vista por muchos, dentro de los negocios, la tecnología, la economía y el gobierno como uno de los requerimientos esenciales para el crecimiento y prosperidad en tiempos turbulentos.

Para Hartely *et al.* (2015), la economía creativa no emergió de una definición, sino de una situación, y por lo tanto la idea no es científica sino histórica.

De hecho, en *Industrias Creativas* Hartley (2005 y 2009, citado en Hartley *et al.*, 2015) postuló que las industrias creativas podrían ya ser vistas como un concepto dinámico y que evoluciona aún durante una década o durante su actual utilización. De hecho, una larga historia debe ser reconocida, regresando a la ilustración europea, y de ahí a antecedentes clásicos. La

función pública de las prácticas creativas y culturales está constantemente reinventada para cada nueva era:

- De la noción de la ilustración de artes liberales y humanismo cívico (la virtud pública del caballero), surge la idea de las artes creativas como nobleza, civilizadora, edificante, aristocrática.
- Del Estado-Nación en el Siglo XIX viene la idea de la cultura nacional y las artes públicas, cuando los aristocráticos europeos tornaron sus imágenes hacia las galerías nacionales y sus palacios en museos.
- De la industria cultural, especialmente en América, vino la idea del arte popular - ficción, cine y medios de comunicación - basada en el mercado y no en la institución pública, dando pie al crecimiento del ciudadano consumidor como una amalgama de valores democráticos (libertad, pública) y capitalistas (confort y propiedad privada) - Walt Whitman y Walt-mart.
- Del modernismo y la vanguardia artística vino la idea de creatividad igual a "lo nuevo" y que cualquier cosa producida en escala es una mera reproducción; de este modo se iba de un elitismo aristocrático a un elitismo intelectual, donde la idea más nueva regía.
- De la Escuela de Frankfurt y académicos anticapitalistas de izquierda vino la idea de que las industrias culturales, donde los medios de comunicación y el poder del Estado colindaban y el Estado estaba controlado por el capital; las industrias creativas fueron un portavoz capitalista.
- La política regional alrededor del mundo seguido (pero no siempre) despolitizó la idea de las industrias culturales (una excepción fue el Greater London Council en la década de 1980) y buscó atraerlas para configurar en uno u otro país o ciudad, resultando eventualmente en la idea de capitales culturales o capitales de medios de comunicación.
- De la industria de la información vino la idea de la creatividad como parte de lo ligero, nuevo o economía del conocimiento, agregando contenido de alto valor creativo a la estructura de la información y conectividad, haciendo de los insumos creativos parte del valor agregado de los servicios o intangibles.

Tomando en cuenta lo anterior, podemos cuestionarnos si es una buena idea considerar a las industrias creativas como un sector emergente, pero sobre todo qué clase de sector emergente.

En tal turbulento y rápido movimiento de contexto, la idea de lo que constituye la economía creativa es igualmente dinámica. Apenas en una década, el concepto ha demostrado cuatro distintas fases. Cada fase designa un diferente campo de práctica creativa, cada una más amplia y abarcando la anterior (Hartley *et al.*, 2015). Las fases son: a) *CI-1 Creative clusters (industry) - closed expert system*; b) *CI-2 Creative Services (economy) - hybrid system*; c) *CI-3 Creative citizens (culture) - open innovation network*; y d) *CI-4 Creative cities (complexity) - interaction (clash and mixture) of systems*.

Una vasta y expandida definición de agencia (*agency*) creativa es solamente pensable con una teoría de red compleja y la noción de sistemas complejos abiertos. Es más fácilmente evidente en redes sociales basadas en computación, pero no confinada al dominio digital.

## **2. 9 Modelos de Economía Creativa.**

De acuerdo con Hartley *et al.* (2015) los ciudadanos creativos son navegadores más que consumidores; ellos también podrían actuar como agregados para producir soluciones de origen público a problemas creativos. Siguiendo esta línea de pensamiento es fácil ver que hay más creatividad en las escuelas de arte que en las escuelas de negocios. La creatividad es generalizada como un atributo del amplio de la población, requiere redes sociales, y su producto es el crecimiento de conocimiento, algunas veces dentro de un ambiente de mercado, algunas no. Es un movimiento democrático radical, aunque está lejos de adoptarse universalmente y sus implicaciones han apenas comenzado a ser trabajadas. Pero, es posible identificar los nuevos proyectos asociados con una evolucionada y expandida noción de industria creativa del amplio de la población en la siguiente fórmula:

Agentes (tanto profesionales y principiantes) + Red (tanto social como digital) + empresa (tanto aquella basada en el mercado como otras formas de asociación con propósito) = valor creativo (en un sistema complejo abierto) = Crecimiento del Conocimiento

Este modelo de mercado de red social de industrias creativas fue elaborado en un artículo por Potts *et al.* (2008, citado en Hartley *et al.*, 2015); y ha llegado a ser altamente influenciador.



Un modelo distinto, que busca contabilizar la economía creativa en una diferente línea de pensamiento, fue publicado por Potts y Cunningham (2008, citado en Hartley *et al.*, 2015). En lugar de demostrar las fases por medio de la cual las ondas creativas surgen de la industria, vía económica, hacia la cultura y de retorno, esta aproximación busca demostrar que las diversas teorías económicas y sus aproximaciones trajeron un modelo divergente de las industrias creativas a la vista. Estos cuatro modelos son:

1. *Welfare* (modelo de fallo de mercado de la cultura), requiere una política negativa de subsidio de bienestar.
2. *Competition* (nada especial aquí), requiere una estándar o neutral política industrial.
3. *Growth* (industrias creativas como un sector dinámico - al estilo DCMS), requiere una política de inversión positiva y de crecimiento.
4. *Innovation* (industrias creativas como una dinámica general de cambio), requiere de una política evolutiva de innovación.

Todo este modelado está caracterizado por una mayor preocupación, el rol de la creatividad en el cambio, tanto cultural como económico, y su posición como una propiedad de organización en sistemas o redes complejas abiertas.

Las industrias creativas estuvieron vistas menos como un sector pequeño, pero atractivo en economías desarrolladas (Currid, 2007, citado en Hartley *et al.*, 2015), y más como una tecnología social general para hacer posible el cambio. Incluso se puede argumentar que las industrias creativas son la forma empírica de la innovación en las economías desarrolladas basadas en el conocimiento. Esto colocaría a la innovación creativa a la par con otras tecnologías sociales como lo son la ley, la ciencia y los mercados. Las industrias creativas podrían considerarse como la tecnología social de distribución de información en la era de sistemas complejos basados en el conocimiento (Hartley, 2009, citado en Hartley *et al.*, 2015).

Cualquiera que sea la manera en que se mire, se está apuntando hacia una aproximación evolutiva para la cultura en general. Modelando no solamente la economía sino también la cultura como evolutiva, y viendo la creatividad como parte general del proceso de innovación y adaptación al cambio, ha dejado hacia un nuevo tipo de iniciativa intelectual que avanza bajo el título de "*cultural science*" o bien "*ciencia cultural*" (Hartley *et al.*, 2015).

## **2. 10 Producto creativo y servicio creativo desde los diferentes paradigmas, una nueva perspectiva para definir la economía creativa.**

Dado que las economías presentan variados paradigmas tanto en lo económico, político, científico y social, esta nueva perspectiva establece que es necesario que los productos y servicios, para considerarse, creativos deban encontrarse dentro de los paradigmas de las economías. Desde esta visión, existe entonces una relación entre cada producto o servicio dentro de cada país con sus respectivos paradigmas, que la sociedad va estableciendo. Mientras más amplio es el paradigma, más aceptación y avance creativo tendrán los productos y servicios. Los paradigmas más comunes son: paradigma tecnológico, paradigma científico, paradigma social y paradigma político.

Un ejemplo claro de estos paradigmas podemos verlo en el ferrocarril. Tiempo atrás, el ferrocarril impulsado por la máquina de vapor a través del carbón simbolizaba la modernidad industrial, el progreso económico y social. Sin embargo, en la actualidad el paradigma es diferente, un tren de esa época es claro que provoca una enorme contaminación, la cual es nociva para la salud tanto de la flora como de la fauna. Existe entonces en la actualidad un conjunto de paradigmas que nos alientan a no desarrollar productos y servicios que dañen el ambiente. Podría ser que en un futuro los productos que en la actualidad son considerados creativos y benéficos para el progreso sean catalogados como nocivos. El avance científico y tecnológico, el económico, el político y el social sentarán esas bases hasta que otras nuevas arriben en el conocimiento.

## **2. 11 El concepto de desarrollo económico y sus paradigmas.**

Hablar acerca de un marco teórico del desarrollo económico es prácticamente hablar de la historia del pensamiento económico. De la escuela clásica, del socialismo científico, de la escuela neoclásica, economía del bienestar, posneoclásicos y el paradigma macroeconómico. Analistas, economistas y pensadores han logrado con sus ideas y análisis establecer teorías que buscan por medio de todo un conjunto de factores la acumulación de riqueza y el bienestar tanto de las empresas, obreros, de la población, la estabilidad económica, entre otros. A continuación se presenta el conjunto de escuelas económicas y el aporte de cada una de ellas.

### **2.11.1 La escuela clásica.**

De acuerdo con Romero (2000), la escuela clásica abarcó desde el año 1750 al 1870. Prácticamente sus contribuciones fueron británicas y sus ideas fundamentales fueron las siguientes:

*“a) su investigación estaba encaminada a descubrir leyes económicas; b) política general de “no intervención” por parte del Estado: laissez faire; c) favorecieron la libertad económica y política; d) se preocuparon por el crecimiento económico; e) el mecanismo de asignación de recursos eran los mercados y el sistema de precios; f) el agente fundamental de la producción es el trabajo, y solamente él crea riqueza; g) consiguieron un campo propio para la economía; h) dada la existencia de leyes naturales que gobernaban el funcionamiento de la economía, y la guía de la mano invisible, toda interferencia por el Estado o por los particulares era indeseable (Liberalismo económico); i) confianza en el factor individual, el interés privado y en la responsabilidad personal; y j) método generalmente abstracto y deductivo”.* (Romero, 2000, pp. 41-42)

Además a esto se agrega la importancia del comercio internacional. Los principales representantes son: Adam Smith, David Ricardo, Robert Malthus, Jean Baptiste Say, John Stuart Mill, Henry Drummond, Thomas Joplin, entre otros.

### **2.11.2 El socialismo científico.**

El socialismo científico inicia en 1848 con la publicación de *El manifiesto comunista*. Esta doctrina se extendió por todo el mundo occidental. Los puntos a subrayar en esta doctrina son la concepción materialista de la historia y la revelación de la plusvalía en la producción capitalista, por los cuales el socialismo salta a la esfera de la ciencia.

Las ideas fundamentales del socialismo científico fueron:

a) *“El trabajo es la esencia de todo valor; b) el valor de la fuerza de trabajo puede dividirse en una cantidad necesaria para la subsistencia del trabajo y una cantidad por encima. La primera es el trabajo socialmente necesario, el cual determina el valor de cambio del trabajo en sí, el salario. La segunda, denominada plusvalía, se la apropia el capitalista; c) la plusvalía surge en la producción, por lo tanto la finalidad de la producción es extraer plusvalía de cada trabajador. La plusvalía surge no porque el trabajador reciba menos de lo que vale, sino porque produce más de lo que vale; d) lo único que puede producir plusvalía es el trabajo y no las máquinas; e) rechazó la teoría malthusiana de la población y la llamada ley de rendimientos decrecientes que predecía que la producción no podría aumentar tan rápidamente como la población; f) la existencia de un ejército de reserva de fuerza de trabajo desempleada impone a los salarios de los que tienen empleo el bajo nivel mínimo socialmente determinado; g) el valor de la fuerza de trabajo es el tiempo de trabajo requerido para producir las mercancías que proporcionan la subsistencia de los trabajadores; h) vio un conflicto de intereses como resultado lógico de la progresiva división del trabajo; i) la sociedad evoluciona como resultado de la interacción entre sus tres dimensiones básicas: las fuerzas productivas, las relaciones de producción y la superestructura social”* (Romero, 2000, p.57).

En cuanto a la relación con el capital, las relaciones de producción y el efecto en la sociedad establece lo siguiente:

*“a) divide el capital en dos partes: el capital constante, que es el que se emplea en elementos materiales de producción, y el capital variable, que es el que se emplea en pagar la fuerza de trabajo; b) denomina a la relación de la plusvalía con el capital variable tasa de plusvalía y a la relación de la plusvalía con el capital constante y variable tasa de ganancia. La primera expresa el grado de explotación del trabajo; c) hay dos formas de aumentar la plusvalía: por medio del aumento de la jornada de trabajo (plusvalía absoluta), o disminuyendo el tiempo de trabajo necesario (plusvalía relativa); d) la acumulación de capitales lleva consigo crisis reiteradas, y los individuos pertenecientes a la clase media caen cada vez más en el proletariado, al mismo tiempo*

*que los capitales se concentran en menor número de manos. La consecuencia fatal del capitalismo es el pauperismo, por un lado, y el enriquecimiento excesivo de un reducido número de privilegiados por el otro; y e) para Marx, las condiciones económicas del régimen se encuentran estorbadas en su misma evolución y tienden a destruirlo. Es decir, las inmensas fuerzas creadas por la burguesía exceden su poder y hacen cada vez más precario el mantenimiento de la sociedad, creando las condiciones de una sociedad nueva, sin clases, basada en la producción social y en la propiedad social de los elementos de producción” (Romero, 2000, p.57).*

Sus principales representantes son Karl Marx y Friedrich Engels.

### **2.11.3 La escuela neoclásica.**

El inicio de la escuela neoclásica se puede situar en la década de 1870, en la que fueron publicados tres de los más importantes escritos de esta: *Theory of Political Economy*, de Jevons en 1871, en inglés; *Grundsätze der Volkswirtschaftslehre*, de Mener en 1871, en alemán; y *Eléments d’Economie Politique Pure* de Walras en 1874, en francés. Cada uno llegó al mismo punto, análisis marginal, partiendo de formaciones teóricas diferentes y encontrándose en distintos países. Su final se puede situar en la década de 1930 con la aparición de la revolución keynesiana.

Las ideas fundamentales de la escuela neoclásica son:

*“a) su interés central fue la asignación de los recursos dados entre distintos usos alternativos; b) desaparece el interés por el desarrollo económico, tan vigorosamente estudiado por los clásicos; c) las preferencias de los consumidores (llamadas utilidad) entraban en la demanda de las mercancías, y se representan mediante curvas de indiferencia con las cuales explican su conducta; d) el comportamiento de los individuos es racional, y por lo tanto se encuentra dirigido a maximizar su utilidad; e) el método neoclásico tiene su fundamento en el principio de sustitución; f) elaboraron una teoría completa del mecanismo del mercado; g) demostraron que la demanda depende de la utilidad marginal; h) la principal preocupación fue encontrar el equilibrio en un estado*

*estacionario, por lo que trataron de analizar la economía en su conjunto (como equilibrio general simultáneo de todos los mercados de trabajo, tierra y productos); i) establece la teoría de la formación de los precios construida sobre la base de la teoría objetiva del valor: los valores existen independientemente de las decisiones individuales; j) la escasez es un elemento central en la validez universal de las leyes económicas; k) el empleo de gráficas para representar la oferta y la demanda (dos dimensiones); l) los sujetos económicos capaces de realizar elecciones racionales con propósitos de maximización son agentes caracterizados por su individualidad; m) introducen la teoría de la competencia perfecta; n) introducen el análisis matemático en la economía; y ñ) su principal herramienta es el análisis marginal” (Romero, 2000, p. 70).*

Sus principales representantes son: Johann Heinrich von Thünen, Antoine Augustin Cournot, Jules Etienne Juvénal Dupuit, Heinrich Gossen, Emil von Mangoldt, Richard Lieben, Rudolf Auspitz, Alfred Marshall, entre otros. Destacan dentro de estos además Arthur Cecil Pigou, Vilfredo Pareto, Frank Ramsey, Abba Lerner, Harold Hotelling y James Meade dentro de la economía del bienestar. Posneoclásicos como Johan Gustav Knut Wicksell e Irving Fisher.

A todos ellos debemos conceptos como: elasticidad del precio de la demanda, equilibrio general, equilibrio parcial, excedente de consumidor, ley de indiferencia, ceteris paribus, competencia perfecta, costo de oportunidad, curva de indiferencia, duopolio, economía de bienestar, monopolio, óptimo de Pareto, utilidad marginal, entre muchos otros.

#### **2.11.4 Macroeconomía.**

La macroeconomía ofreció un nuevo marco teórico analítico para explicar las fuerzas que determinan el nivel de actividad económica agregada. Se puede situar su inicio en el año de 1936, con la publicación de *The General Theory of Employment, Interest and Money*, la cual invalida la Ley de Say sosteniendo que el equilibrio no es una situación normal y permanente en la economía, sino que el desequilibrio es el estado normal (Keynes, 1936). La escuela alcanzó su auge en los años cincuenta y sesenta.

Las ideas fundamentales son: *a) la macroeconomía se inicia cuando la atención de los economistas se centra en los fenómenos de los agregados monetarios como el crecimiento del*

*producto; y b) estudia la actividad económica a nivel nacional, la creación y reproducción de la riqueza con la cual cada país renueva, repone y aumenta su vida material”* (Romero, 2000, p. 106).

Sus principales representantes son: Michal Kalecki y John Maynard Keynes. A esta corriente debemos conceptos como: demanda efectiva, eficacia marginal del capital, empleo, incertidumbre, inversión, interés, pleno empleo, preferencia de liquidez, propensión a la inversión, propensión al ahorro y propensión al consumo.

#### **2.11.5 La importancia del espacio en los estudios económicos.**

El espacio fue importante dentro de las propuestas de algunos economistas. En un espacio las distancias se vuelven cruciales desde el momento en que las actividades económicas necesitan optimizar el costo de transporte para acercarse al consumidor. Von Thünen (1966), en *El Estado aislado*, propuso que las actividades de los agricultores se verían sub-optimizadas mientras más distancia hubiera entre ellos y el mercado urbano, esto debido al costo del transporte. Propuso entonces un modelo concéntrico en el cual establecía del centro a la periferia las siguientes actividades: 1) cinturón de primicias y cordón lechero (uso intensivo); 2) producción de combustible (leña); 3) cultivo de cereales con rotación y sin barbecho; 4) cultivo de cereales con barbecho; 5) cultivo en tres hojas; y 6) pastos para alimento de ganado. Cabe destacar la importancia de la distribución del espacio para una eficiencia mayor, aprovechamiento del suelo y las distancias.

Alfred Weber (1909), en teoría de la localización industrial, analiza las distancias entre dos fuentes de materias primas y un único mercado para una unidad de producción, estableciendo que la empresa debe localizarse en el centro de gravedad del triángulo definido por esos tres puntos, ya que ese punto de localización óptima es en el que la suma de los costos de transporte será menor.

Para Walter Christaller (1966), la ciudad es central y esta abastece de bienes y servicios a su entorno. Para él es necesario que las ciudades se distribuyan de modo geométrico y con un área de influencia de forma hexagonal para cubrir la totalidad del territorio.

Podemos dar cuenta entonces cómo estos modelos han llevado a tomar muy en cuenta el espacio para establecerse. Una gran parte de los estudios y metodologías de investigación en la actualidad son prácticamente disfuncionales sin la delimitación del espacio de estudio.

Este tipo de análisis siguen siendo importantes en la economía creativa. Los procesos de producción siguen necesitando materias primas, los centros de distribución de productos que se piden en línea toman muy en cuenta las distancias, sin embargo, en algunas de las actividades de la economía creativa como los videojuegos, el streaming, creadores de contenido entre otras, las distancias no influyen en su desenvolvimiento.

#### **2.11.6 Albert Otto Hirschman, lo local.**

Las características propias de los pueblos o las regiones en analizada por este estudioso. Una de las participaciones importantes que destaca Hirschman (1957) y clave para el desarrollo de las regiones es la importancia en el proceso, más que en el punto final. Dedicar esfuerzo a proyectos específicos produce, como en toda la economía un efecto en otros sectores, en este caso se produce un círculo virtuoso, ya que es posible poner atención en cada uno de los eslabones y adaptarlos a la tendencia adecuada.

Un ejemplo de esto lo podemos ver en la historia de Corea del Sur, donde el gobierno analizó las actividades empresariales y dirigió recursos a aquellas industrias que darían un gran impulso en el futuro. Este país tuvo regiones muy desiguales en décadas anteriores, sin embargo en la actualidad celebra el tener centros de investigación en cada una de las regiones que conforman su república, dirigidos con una combinación de gobierno e iniciativa privada. Cabe destacar que la idiosincrasia del pueblo surcoreano también ayudó bastante el desarrollo de su nación. Teniendo en consideración lo que Hirschman establecía en su método de investigación, el cual es basado en prácticas observadas de lo que la gente hace.

#### **2.11.7 Karl Gunnar Myrdal, la educación en la economía.**

Para Myrdal (1974) la educación es bastante importante en el proceso del desarrollo económico. Establece como prioridad la inversión en educación. Para él, el proceso, aunque lento por el resultado acumulativo de sucesión de cambios a corto plazo, se refleja en el largo plazo de



manera muy eficiente. Algunos efectos contradictorios que puede tener la educación en la economía es la discriminación de un sector determinado de la población, la segregación, la falta de acceso, ya que esta segregación se ve reflejada en lo económico.

La educación ha sido y seguirá siendo pilar de todas las sociedades, sobre todo la educación formal. Carnoy, Miller y Luschei (2006, citado en López-Leyva, Escobar, Mungaray y López, 2012) ofrecen tres razones fundamentales de la vinculación entre la economía y la educación, las cuales son:

*“a) la cantidad de dinero que gastan los países en el sistema educativo. Una parte en forma directa por las familias, otra es aportada por los contribuyentes, tengan o no hijos matriculados en las escuelas; b) el propio sistema educativo es uno de los empleadores más importantes de mano de obra educada. En todos los países, los profesores, investigadores y en general el personal que trabaja en las instituciones de educación o tienen algún tipo de relación con ellas, constituyen un alto porcentaje de la tasa de empleo de ese país; y c) la mayor parte de los gobiernos cree que hay una relación positiva entre la mano de obra calificada y el crecimiento económico de los países”* (Carnoy et al., 2006, citado en López-Leyva et al., 2012, p. 29)

#### **2.11.8 Elhanan Helpman, la importancia de la Inversión Extranjera Directa (IED).**

Para Helpman (1984), el rol del capital humano y del comercio internacional es una de las fuentes principales del crecimiento económico. Las exportaciones forman parte principal de la difusión de tecnología hacia diferentes sectores e industrias. Establece que la Investigación y Desarrollo (I+D) debe manejarse como un sector desagregado, el cual realizará sus actividades directamente en los insumos para llevar sus mejoras a lograr economías de escala. Es en la I+D donde el capital tiene su efecto enriquecedor.

Helpman divide la Inversión Extranjera Directa (IED) en dos tipos de modelo, integración horizontal e integración vertical. La primera, evita los altos costos de transporte u otras barreras al comercio, mientras que la segunda aprovecha las diferencias en los precios relativos de los factores de producción.

En el modelo de integración horizontal, las multinacionales establecen sus plantas productoras en varios países con el fin de enfocarse exclusivamente a los mercados locales. Estableciendo en uno de ellos su sector corporativo. Para ello es necesario que la actividad multinacional se encuentre dotada de factores similares.

El segundo modelo de integración vertical al ser el sector corporativo más intensivo en capital que el productivo este tipo de empresas localizan cada parte de su operación en países distintos con el fin de aprovechar los precios de los factores de producción bajos. En la realidad la IED va mucho más allá de estos dos tipos de modelos.

### **2.11.9 Lucas vs Romer, capital humano vs tecnología.**

Para Lucas (1988), la acumulación del capital humano en la empresa es fundamental como detonante del aprendizaje y difusión de mejoras productivas. De acuerdo a su modelo, esto será la fuente originaria de rendimientos crecientes de escala. Su argumento se basa en que mientras más formación tenga la población en una determinada economía el enriquecimiento técnico y de innovaciones aumentará. Esto llevará al crecimiento económico por medio de ese cambio tecnológico endógeno. Si volvemos al ejemplo de Corea del Sur, donde la formación ha sido uno de los factores principales para su crecimiento, podemos ver que parte de su éxito descansa en este modelo de crecimiento.

Para Romer (1990), el empresario genera conocimientos adicionales a través del desarrollo de su actividad que le permiten producir de una forma más eficiente. Esos conocimientos se difunden a través del tejido empresarial. Ese cambio tecnológico es la fuente del crecimiento del producto por hora. Lo cual nos dice que ese cambio se da en el proceso productivo. Esto lleva a una acumulación mayor de capital.

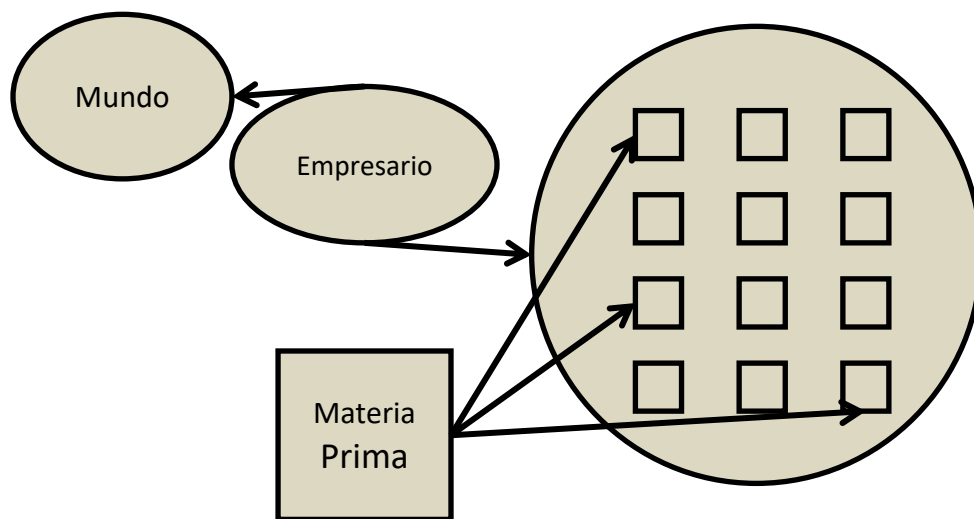
Podemos ver que mientras Lucas apuesta al capital humano, Romer lo hace a la tecnología. Mientras que el primero propone el desarrollo de técnicas y tecnología a través del capital humano en los procesos de producción, el segundo simplemente la aprovecha.

Cabe destacar que la empresa basada en el modelo de Romer no podría sobrevivir sin aquellas innovaciones generadas en el modelo de empresa que propone Lucas. Sin capital humano es imposible generar innovaciones importantes que se desplacen hacia otros sectores en la red mencionada por Romer.

### 2.11.10 Los distritos industriales marshallianos.

Giamoco Becattini (2002) en *"Del distrito industrial marshalliano a la teoría del distrito contemporánea. Una breve reconstrucción crítica"* explica, entre otras cuestiones, las condiciones para el nacimiento del distrito. El formulador del concepto, como su nombre lo indica, es Marshall en su publicación *"Principles of Economics"*, en 1985. Del cual se derivan dos modos eficientes de producción. El primero, basado en grandes unidades productivas integradas verticalmente en su interior, lo que prácticamente hoy conocemos como la fábrica, en la que se realiza la totalidad del proceso de producción de un bien. El segundo, basado en una concentración de numerosas fábricas de pequeñas dimensiones (talleres) y especializadas en las diferentes fases de un único proceso productivo en una o varias localidades, el llamado distrito industrial. En la Figura 2.3 se muestra la forma en que se integra un distrito industrial marshalliano:

**Figura 2.3 Distrito Industrial Marshalliano.**



Fuente: Elaboración propia con información de Marshall (1985).

El empresario, aquél que no está dispuesto a quedarse a trabajar en el taller familiar, sino que tiene una visión más allá de su nación, busca en el mundo las opciones para poder colocar

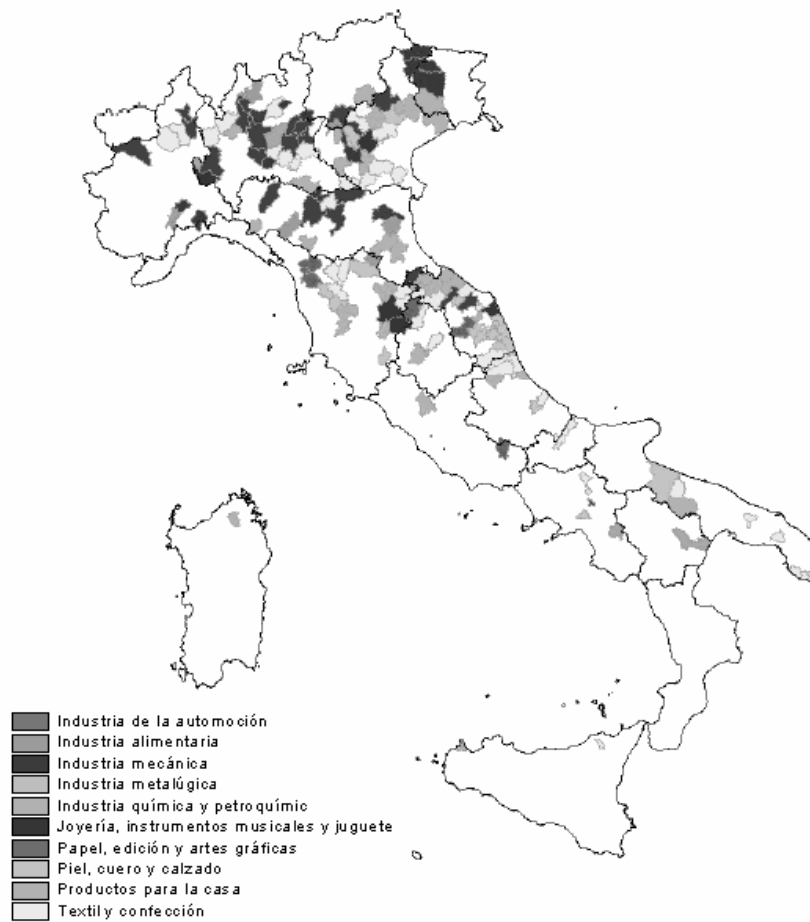
los productos de la región en la que creció y compartió durante gran parte de su vida. Al encontrar demanda de productos bastante específicos, diferenciados y personalizados logra conjuntar a todas aquellas pequeñas y medianas empresas (talleres) que le sirvan para satisfacer esa demanda.

La importancia de los distritos radica en que los diferentes procesos de producción de los que se compone el sistema en su totalidad se localizan, no en una misma planta o fábrica, sino que está compuesto por pequeños talleres (pequeñas y medianas empresas), los cuales realizan, cada uno de ellos, una parte del proceso total; uno de los beneficios de este tipo de estructura es que al ser independientes una de otra pueden seguir realizando sus actividades a pesar de existir un fallo en otro taller (en otra parte del proceso). Caso contrario a la fábrica convencional, en la que la línea de producción se frena en su totalidad si existe algún problema, ya que todas las actividades están interconectadas y alimentadas por el procedimiento anterior.

Otro aspecto importante dentro de los distritos industriales es la confianza que se tiene entre los talleres, ya que al pertenecer a la misma pequeña nación, además de un ambiente prácticamente familiar; la cultura del trabajo, así como el flujo de información es bastante abierto, confiable y de retroalimentación continua. El financiamiento entre ellas, cuando se presentan oportunidades o crisis, es inmediato debido a esa confianza y cercanía entre los talleres, sin procedimientos administrativos tediosos y complejos. Uno de los rasgos que define al distrito industrial como se mencionó anteriormente es la creación de productos diferenciados y personalizados, no a una gran escala como las fábricas convencionales, pero sí con una calidad muy por encima de productos en masa.

La siguiente figura presenta el mapa de los Distritos Industriales Marshallianos en Italia en el año 2001:

**Figura 2. 4 Distritos Industriales Marshallianos en Italia, 2001.**



Fuente: Domenech y Galletto (2006)

#### **2.11.11 Las nuevas fuerzas del desarrollo, Antonio Vázquez Barquero.**

Antonio Vázquez Barquero (2005) analiza el conjunto actividades y vínculos que podrían hacer posible el desarrollo. A grandes rasgos, se hace la siguiente pregunta: ¿Cuáles son los factores que explican el desarrollo y de qué forma las fuertes transformaciones del siglo XX han influido en los resultados de esta búsqueda? Primero, establece que el concepto de desarrollo es un concepto en evolución, lo que nos da entender que esos factores han cambiado con el paso del tiempo, además de un territorio a otro. La inversión y el ahorro forman parte importante de los procesos de crecimiento y cambio estructural; sin embargo, sin innovación el desarrollo no puede llevarse a cabo a largo plazo.

Dentro del análisis, Vázquez Barquero pone como un actor importante a los actores locales, sobre todo por el entorno económico actual globalizado que ha llevado a un incremento de las desigualdades en la distribución de la riqueza, ocasionando pobreza y desempleo. Una de las principales perspectivas en esta obra es la de desarrollo endógeno, entendida como una manera de enfrentar las condiciones mencionadas anteriormente y que define el desarrollo como *“un proceso sostenible de crecimiento y cambio estructural en el que las comunidades locales están comprometidas por su interés en aumentar el empleo, reducir la pobreza, mejorar el nivel de vida de la población y satisfacer las necesidades y demandas de los ciudadanos”* (2005, p. 7).

Vázquez Barquero propone el desarrollo desde abajo como una estrategia para el desarrollo endógeno, ya que para lograrlo, desde su perspectiva, influyen aspectos económicos y sociales. Dentro de estos aspectos se encuentran la utilización eficiente de los recursos, el potencial del desarrollo, la difusión de las innovaciones y el rol de las instituciones, a lo que llama la *“caja negra”*.

Una de las principales fuerzas del desarrollo económico desde esta perspectiva es la organización flexible de la producción; al tener en cuenta que las empresas deben trabajar por medio de redes y que estas afectan principalmente la manera en que se produce es de importancia esa flexibilidad. De acuerdo al autor, la manera en que las empresas difunden por medio de las redes y alianzas estratégicas el conocimiento generado hará territorios más competitivos. Esto cambia el paradigma en como las empresas se desenvuelven, se organizan y crean. Otra fuerza del desarrollo en las que se pone especial atención es la innovación. La difusión y la creación de innovaciones en la red fortalecerá mejorará su posición competitiva. La misma red tiene por decirlo de una manera, un efecto de retroalimentación importante y se ve reflejado en la creación de un entorno innovador incorporando en sus actividades también al tejido institucional.

#### **2.11.12 Krugman, *Increasing Returns and Economic Geography* (1991).**

La pregunta desde la que parte Krugman en *“Increasing Returns and Economic Geography”* es ¿por qué y cuándo la manufactura llegó a concentrarse en pocas regiones, dejando relativamente otras sin desarrollar? De acuerdo a lo que propone el autor, algo de la demanda de bienes de manufactura vendrá del sector agrícola. Si de esta manera fuese la totalidad de la historia, la distribución de la producción de manufactura formaría esencialmente un enramado cuya forma

sería dictada por la distribución de la tierra agrícola, como el esquema clásico de Christaller (1966) y Losch (1940). Sin embargo no es así, algunas de las demandas de manufacturas no vendrán del sector agrícola sino del mismo sector manufacturero. Esto crea una posibilidad obvia para Myrdal (1957), a la que llamó "*causación circular*" y que Arthur (1990) ha llamado "*retroalimentación positiva*": la producción de manufactura tenderá a concentrarse donde exista un gran mercado, pero el mercado será grande donde la producción de manufactura esté concentrada.

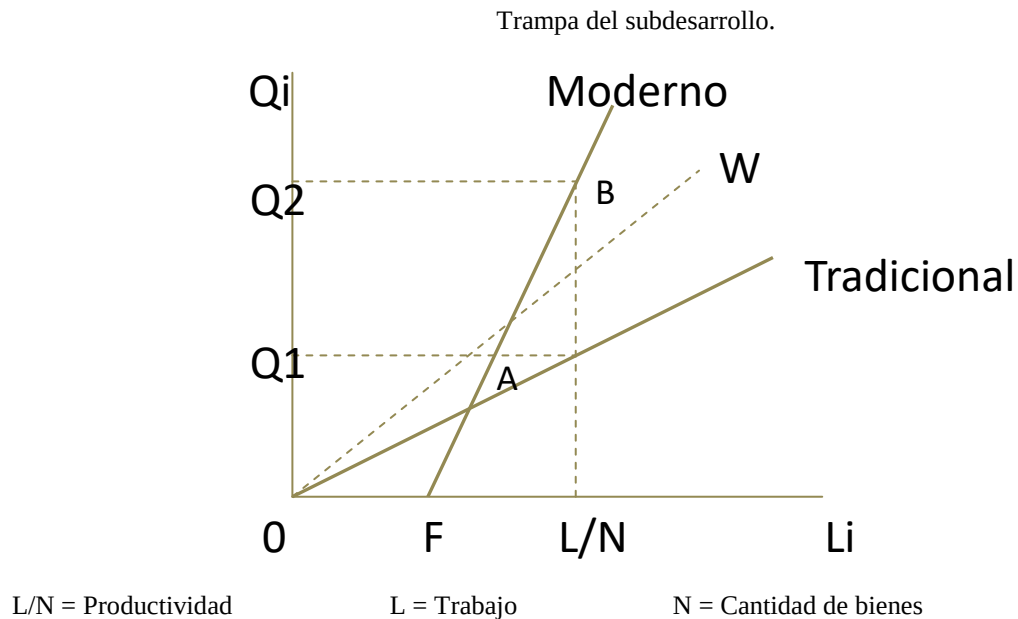
Lo que algunos autores llaman desequilibrio, Paul Krugman le llamará equilibrio. Las premisas de esta idea son: primero, el patrón centro-periferia no siempre se debe a los avances tecnológicos, sino que se deben a externalidades pecuniarias que tienen que ver simplemente al vínculo de oferta y demanda. Segundo, no es lo mismo: equilibrio, cuando los trabajadores se distribuyen equitativamente entre las regiones, que equilibrio cuando los trabajadores se concentran en una sola región y es equilibrio. Tercero, si la manufactura se concentra en la Región 1, ¿podrá una firma desertora ubicarse en la Región 2 con ganancias? Si no puede, la concentración en la Región 1 es equilibrio; si esto ocurre, no es equilibrio.

Las condiciones para que esto se lleve a cabo son: que hoy la sociedad gasta más en manufactura y servicios; una emergencia de la producción en masa, economías de escala y costos de transporte bajos; esto tiene como consecuencia que la producción pierda el arraigo a la tierra.

### 2.11.13 *The fall and rise of development economics (2002).*

Krugman (2002) comenta que aquellos países que siguen siendo subdesarrollados y no han podido salir de esa trampa debido a que no han podido obtener un círculo virtuoso.

**Figura 2. 5. La trampa del Subdesarrollo.**



Fuente: elaboración propia con información de Krugman (2002).

Los factores que Krugman toma en su modelo para medir la interacción del sector moderno y el tradicional son: los recursos (que son los trabajadores), la tecnología, la demanda y el mercado.

La Figura 2.5 nos muestra que el sector moderno tiene un rendimiento creciente y es más eficiente que el sector tradicional, ya que produce a escala. Para que los trabajadores del sector tradicional se muevan al moderno es necesario que estos reciban un mejor salario, sin embargo este último sector tiene un límite, lo que nos dice que no puede absorber a todos los trabajadores del sector tradicional. El sector tradicional tiene rendimientos constantes. La tecnología se vincula con el costo laboral medio, el cual es decreciente. En cuanto a la demanda, los consumidores no ahorran, el gasto es igual al ingreso, lo que se tiene se gasta. En el mercado del



sector tradicional la competencia es perfecta y la oferta llega hasta donde el costo marginal es igual al costo medio. En cambio, en el sector moderno, un solo empresario produce cada bien si tiene economías de escala con rendimientos decrecientes.

#### **2.11.14 El desarrollo y sus vertientes.**

De acuerdo con Cárdenas y Michel (2018), el concepto desarrollo tiene varias vertientes:

- *“En lo Económico: cambio en la forma de producción y distribución, eficiencia productiva, innovación tecnológica, crecimiento económico, etc.*
- *En lo Financiero: aumento en los niveles de ahorro e inversión, infraestructura, etc.*
- *En lo Social: mejora en la distribución del ingreso, oportunidades de empleo, educación, recreo, cultura, libertad política y económica, etc.*
- *En lo Ambiental: cuidado del medio ambiente propiciando un desarrollo sustentable para las futuras generaciones.*

*Por lo antes mencionado, el desarrollo es un concepto integral que abarca no solo el aspecto económico, sino el social (desarrollo humano) y el medio ambiente (desarrollo sostenible), donde se requiere un crecimiento económico a largo plazo que incluya la transformación de las estructuras dentro de la sociedad (económicas y sociales) y una mejor distribución del ingreso y la riqueza, sin olvidar una democracia participativa para una mejor planificación de desarrollo” (Cárdenas y Michel, 2018, p 55).*

Podemos dar cuenta de la existencia de un paradigma detrás del concepto *desarrollo* en la actualidad. Este busca el mejoramiento de la calidad de vida de las sociedades en diferentes aspectos y no solamente pensando en la sociedad del presente sino también en las futuras generaciones. Además trata de incorporar por medios democráticos la inclusión de prácticamente los intereses de todos aquellos que podrían ser afectados por la interpretación del concepto. Sin embargo, no siempre fue así. A través de los años, estudiosos y economistas fueron aceptando dentro de sus áreas de estudio diferentes factores que influían sobre lo que en cada tiempo se

consideraba benéfico para las empresas, familias, población, países, etcétera, como se mencionó anteriormente.

De acuerdo con Cárdenas y Michel (2018), el desarrollo está vinculado a otro conjunto de conceptos como lo son el *crecimiento económico*, *subdesarrollo*, *desarrollo económico regional o local*, *desarrollo desigual*, entre otros. El desarrollo económico está ligado al crecimiento económico, sin embargo, el crecimiento por sí solo no garantiza la generación de desarrollo. Los principales determinantes del desarrollo económico, incluyendo los del crecimiento se pueden enumerar de la siguiente manera: “1) *tierra, capital y trabajo*; 2) *recursos naturales y población*; 3) *tecnología e innovación*; 4) *ahorro e inversión*; 5) *comercio e inversiones internacionales*; 6) *capital humano: conocimiento y especialización*; 7) *capital social: considerado como el conjunto de esfuerzos entre los diferentes agentes económicos como las familias, empresas, gobierno, instituciones y el exterior*” (Cárdenas y Michel, 2018, p. 58).

Podemos dar cuenta nuevamente que a través del tiempo el paradigma económico fue cambiando. La aceptación de economistas, especialistas y pensadores de cada época fue lo que determinó el factor que llevaría al crecimiento y posteriormente al desarrollo. Pero unos factores satisfacían ciertos ámbitos y dejaban otros de lado, dejando claro que son bastantes los que influyen en el desarrollo económico de las naciones. Sin embargo, aún con todos los factores anteriores sigue existiendo un desarrollo económico incompleto en los países, o bien no abarca al total de la población.

La tecnología, el ahorro y la inversión, el comercio, las inversiones internacionales en diferentes sectores, el conocimiento y la especialización, todos en conjunto, a pesar de generar gran riqueza para las empresas y mejoras para la sociedad siguen sin lograr sacar a una buena parte de la población mundial del umbral de pobreza. Siguen sin poder satisfacer las necesidades básicas como alimento, acceso a vivienda, servicios de salud, electricidad, educación y agua potable para el total de la población.

A pesar de los grandes proyectos a nivel mundial, como el llamado por parte de las Naciones Unidas para lograr los Objetivos de Desarrollo del Milenio y en la actualidad los Objetivos de Desarrollo Sostenible parece una tarea sin fin. Además, con el paso del tiempo nuevos aspectos se suman a lo que se considera una mejora en la calidad de vida, como lo es la igualdad de género y la energía no contaminante en estos días.

La economía creativa propone, a grandes rasgos, tres soluciones que influyen en el desarrollo económico: generar riqueza, hacer frente al efecto que tiene la evolución científica y tecnológica en el desempleo y un conjunto de beneficios intangibles propios de sus productos y servicios.

Las teorías económicas mencionadas anteriormente pueden abonar a todo un conjunto de actividades pertenecientes a la economía creativa. En este caso en particular, y de acuerdo a los datos encontrados, aquellas que más se apegan a la manera de interpretar el crecimiento y desarrollo económico en el presente estudio son las relacionadas con la macroeconomía. Ya que en este tipo de escuela descansan los análisis nacionales, empleo, volumen de ventas, número de empresas por categoría. Otras teorías que están más relacionadas con el espacio abonan al análisis de datos que tienen que ver con principales socios comerciales. La importancia de la tecnología e innovación deja puerta abierta a un conjunto de actividades creativas que se encuentran en países o sectores avanzados. Aunque no se muestra dentro de las teorías presentadas, la relación mujer y hombre en ciertas industrias creativas es tomada en cuenta para su análisis. El análisis de regiones o ciudades está más apegado a los estudios de Richard Florida más que a alguna teoría económica. Las teorías presentadas pueden ser una invitación al análisis de cada una de las actividades que componen la economía creativa desde su propia perspectiva.

## **2.12 La triple hélice.**

De acuerdo con Etzkowitz (2003), la sociedad es aún más compleja que la biología. Una doble hélice fue necesaria para modelar el ADN. Sin embargo, una triple hélice es requerida para representar las interacciones del gobierno, la academia y la industria. La tesis de esta postula que la interacción de estos tres elementos es la clave para mejorar las condiciones para la innovación en una sociedad basada en el conocimiento. La industria ocupa el lugar de producción, el gobierno como una fuente de relaciones contractuales que garantizan la estabilidad de intercambios e interacciones, y la academia como una fuente de generación de conocimiento y tecnología, el principio general de las economías basadas en el conocimiento.

Etzkowitz (2003) comenta que una institución primaria es aquella que cumple con un propósito central en la sociedad, mientras que otras instituciones dependen de ella para llevar a

cabo sus misiones. La industria y el gobierno siempre han sido instituciones primarias en la sociedad moderna. La universidad es elevada al un estatus equivalente en una sociedad basada en el conocimiento, en contraste con las anteriores configuraciones institucionales en las que esta ocupada un estatus secundario.

Para Etzkowitz (2003) la triple hélice denota una transformación en la relación entre la universidad, la industria y el gobierno, así como en cada una de sus esferas. Como instituciones toman cada vez más el rol de la otra, la tradicional función de la institución es reemplazada.

De acuerdo con Etzkowitz (2003), la tesis de la triple hélice se expresa en 10 proposiciones:

1. Las redes y los preparativos entre las esferas institucionales de la triple hélice proveen la fuente de innovación mejor que de manera aislada.
2. La invención de innovaciones organizacionales, los nuevos arreglos sociales y los canales de interacción se vuelven tan importantes como la creación de artefactos físicos que siguen el ritmo de las innovaciones.
3. La interacción entre las dinámicas lineales y a la inversa resultan en el surgimiento de un modelo interactivo de innovación.
4. La capitalización de conocimiento ocurre en paralelo con la cognitización de capital.
5. La formación de capital ocurre en nuevas dimensiones así como diferentes formas de capital son creadas y transmutadas en otras: financieras, social, cultural e intelectual.
6. La globalización llega a ser descentralizada y toma lugar a través de redes regionales entre universidades así como a través de corporaciones multinacionales y organizaciones internacionales.
7. Los países y regiones en desarrollo tienen la posibilidad de llegar a un rápido progreso basando su desarrollo en estrategias en la construcción de fuentes de conocimientos especializados, apoyados por la política económica local.
8. Las reorganizaciones a través de esferas institucionales, sectores industriales y estados nación son inducidos por oportunidades en nuevas tecnologías que emergen de la síntesis entre previas innovaciones interdisciplinarias en un flujo continuo.

9. Las universidades cada vez más llegan a ser la fuente del desarrollo económico local y las instituciones académicas son reorientadas o fundadas con este propósito.
10. La habilidad de lograr la transición de un paradigma tecnológico a otro como potencial de un temprano régimen llega a ser exhaustivo y marca el contraste de una región triple hélice.

Las instituciones que conforman la triple hélice (gobierno, industria y academia) son fundamentales para cualquier planeación de las diferentes políticas públicas y programas que se llevan a cabo, fortalecen a su vez a las empresas, pero sobre todo conllevan un conocimiento arduo, ya que la academia se encuentra involucrada. Algunas de las políticas dentro de la economía creativa en países avanzados han sido impulsadas por estas instituciones. El éxito de ellas prácticamente depende del conocimiento, su aplicación en el sector productivo y las leyes que avalen y ofrezcan el ambiente adecuado para su desenvolvimiento.

## Capítulo 3

### Metodología

De acuerdo con Vernadsky (1938), fundador de la Academia de Ciencias de Ucrania, Lotman (1990), Hartley, Wen y Siling (2015) existe una parte de la ciencia que necesita mejorar, y esa parte es la cultural.

Para Hartley *et al.* (2015), hay un componente vivo en la naturaleza (biósfera), que aún no ha sido totalmente mapeado. Y los componentes del conocimiento humano (noösphere) y cultura (semiosphere) han apenas comenzado a ser investigados como parte causal. Esto lleva a un híbrido campo de estudio, al que Hartley y Potts (2014, citado en Hartley *et al.*, 2015) han llamado *cultural science*. De acuerdo con ellos el estudio de la cultura y con ello el estudio de la creatividad y su elaborado aprovechamiento a escala global en lo que se conoce como economía creativa se podría beneficiar adoptando sistemas de aproximación con esta manera de pensar. Se nombra entonces *cultural science* al intento de desarrollar un sistema de niveles y dar cuenta de la evolución de la cultura, conocimiento y utilidad en la tradición Vernadsky-Lotman.

Teniendo en cuenta esto, es entonces que la metodología que guiará la presente investigación es ese intento de aproximación a la “*cultural science*”.

La metodología a seguir en la presente investigación se inclina, primero, a describir las características generales de las economías a analizar, tales como: la ubicación geográfica, superficie, clima, tipo de terreno, elevación sobre el nivel del mar, recursos naturales más importantes, uso de suelo, densidad de población, fenómenos naturales más frecuentes, la cuestión del medio ambiente, la población, las principales lenguas, las diferentes creencias, las edades de la población, la edad media del primer hijo, la expectativa de vida al nacer, el porcentaje de PIB en educación, el tipo de gobierno, la composición, a grandes rasgos la rama ejecutiva, legislativa y judicial, el número de partidos políticos y el número de organismos internacionales a los que pertenecen.

Segundo, se comparan datos generales sobre la economía. Temas como el ahorro nacional, el consumo doméstico, gubernamental, inversión en capital fijo, inversión en inventarios, balanza de pagos, así como el porcentaje que representan los tres principales sectores de la economía del PIB, fuerza laboral por ocupación de acuerdo al tipo de sector, principales socios de exportaciones e importaciones.

Tercero. Para dar cuenta de la diferencia de estas economías en el tema de propiedad intelectual se muestra una parte de este sistema que son las patentes concedidas, desde el año 2010 año 2019, tanto de residentes, no residentes y ciudadanos en el extranjero de las tres naciones. Se lleva también a cabo un análisis comparativo de esos datos.

Cuarto, se acentúa la importancia de la existencia de una cultura general en la cual están inmersos todos los países. En la que converge prácticamente la mayoría del planeta. La búsqueda de una consolidación democrática en los países, la existencia de la empresa a nivel mundial, generadora de riqueza, un flujo de capitales entre los países, lo que propicia la inversión extranjera directa e indirecta, el comercio, la importancia de las telecomunicaciones y redes sociales en la actualidad, entre otras. Algunas de estas características a nivel mundial tienen efectos tanto positivos como negativos, sin embargo se han asentado y son las que han dirigido la convivencia entre las naciones. Valores que representan el mundo actual. Teniendo claro esto, se describe el Sistema-Mundo de Milton Santos, el multiculturalismo y multicomunitarismo apoyándose de las ideas de Alan Touraine y de Zygmunt Bauman, así como la occidentalización descrita por Marín y Touraine.

Quinto, se entiende también que la diferencia tanto histórica, política, económica, social y cultural de cada nación, influye en su desenvolvimiento y desarrollo económico. En algunas ha propiciado atraso en un conjunto de actividades y avance en otras. Lo que viene a determinar la evolución económica de los países. Evolución mencionada anteriormente y que va de una economía agrícola hasta una economía creativa. Para entender los valores que se han asentado con el paso del tiempo en cada economía a analizar, se apoyó en la revisión histórica de Romero (2005) y Berger (2004) quienes describe y muestran el por qué Corea del Sur es denominado un Estado Desarrollista Autoritario. Para entender la idiosincrasia del mexicano se analizó la obra de Samuel Ramos (2014), por medio de la que describe las que considera las principales características del mexicano y sus valores, tales como la inferioridad, la imitación, el individualismo, la auto denigración y la cultura derivada. En el caso de la idiosincrasia del británico, se presenta lo que Kate Fox (2012) define como las características generales del inglés. Explica el principal problema del inglés, lo antisocial, del cual se derivan un conjunto de reflejos, valores y perspectivas.

Sexto, para apoyarse en el análisis de la cultura nacional se presentan algunos indicadores de la Encuesta Mundial de Valores (WVS, World Values Survey). Esto nos muestra los aspectos

que la población considera más importantes para su convivencia diaria, además el camino que podría seguir su economía y desarrollo. El definir la cultura de cada economía a analizar nos ofrece una comprensión del lugar y del contexto en el cual se desenvuelve la economía creativa y hacia qué tipo de actividades creativas se inclina mayormente. Datos acerca de la importancia de la tradición en las tres naciones; percepción del empleo como: elementos que considera importante al momento de buscar trabajo, comparación entre hombres y mujeres en puestos ejecutivos, si son tareas rutinarias o creativas las llevadas a cabo en el trabajo; impresión de la ciencia y la tecnología con preguntas acerca del daño o beneficio de los avances científicos y tecnológicos, los beneficios que trae la ciencia y la tecnología en la vida, las oportunidades que tienen estos dos aspectos en las futuras generaciones, el cambio rápido de la vida a causa de ellas, la comparación entre la ciencia y la fe, si es benéfico para el mundo la ciencia y la tecnología, así como la confianza en la prensa y la televisión.

Séptimo, debido a la carencia de una homologación en la medición de la economía creativa a nivel global, se utilizó uno de los pocos instrumentos de este tipo en creatividad que existen, *The Global Innovation Index*. Los pilares y subpilares más cercanos a la creatividad que se presentaron y se compararon entre las tres economías fueron los siguientes: pilar *Creative Outputs Ranking*, subpilar *Intangible Assets Ranking*, subpilar *Creative Good and Services Ranking* y subpilar *Online Creativity Ranking*. Todos estos de *The Global Innovation Index 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017 y 2018*.

Octavo, en cuanto a Corea del Sur, se presenta el Plan de Economía Creativa implementado por el gobierno de la presidente Park en el año 2013. Las tres metas, seis estrategias y algunas de sus tareas para llevar a cabo, lo que este país considera, una nueva era basada en la economía creativa. Se muestran datos de exportaciones e importaciones de bienes creativos del año 2009 al 2014 de las siguientes categorías: *Art Crafts, Audio Visuals, Design, New Media, Performing Arts, Publishing y Visual Arts*. También se presentan y analizan los datos de los principales socios comerciales de bienes creativos, tanto en exportaciones como en importaciones en millones de dólares y como porcentaje del grupo.

Noveno, para presentar la economía creativa de México se ha llevado a cabo un análisis de los datos de la obra de Valdivia, Quintana, Mendoza y Rodríguez (2020), los cuales fueron obtenidos de Censos económicos, del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas



(DENUE), Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) e Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

Se analizan los datos del empleo creativo en México del año 2005 al 2018 que abarcan las ocupaciones creativas, empleo en industrias creativas, especialistas creativos, no creativos en industrias creativas y creativos en sectores no creativos.

Además, se agregaron las industrias creativas y culturales de las principales zonas metropolitanas del año 2003 y 2013, así como el valor agregado.

Se llevó a cabo un análisis comparativo de las unidades económicas de los años 2014, 2015 y 2019 de la industrias creativas que en México se componen por las siguientes actividades: *actividades de publicación; industria fílmica, video y sonido; actividades de retransmisión y programación; programación de computadoras, consultoría y otras; arquitectura; I & D; publicidad y estudios de mercado; diseño y fotografía; bibliotecas y museos; juegos y apuestas; y, deportes y entretenimiento.*

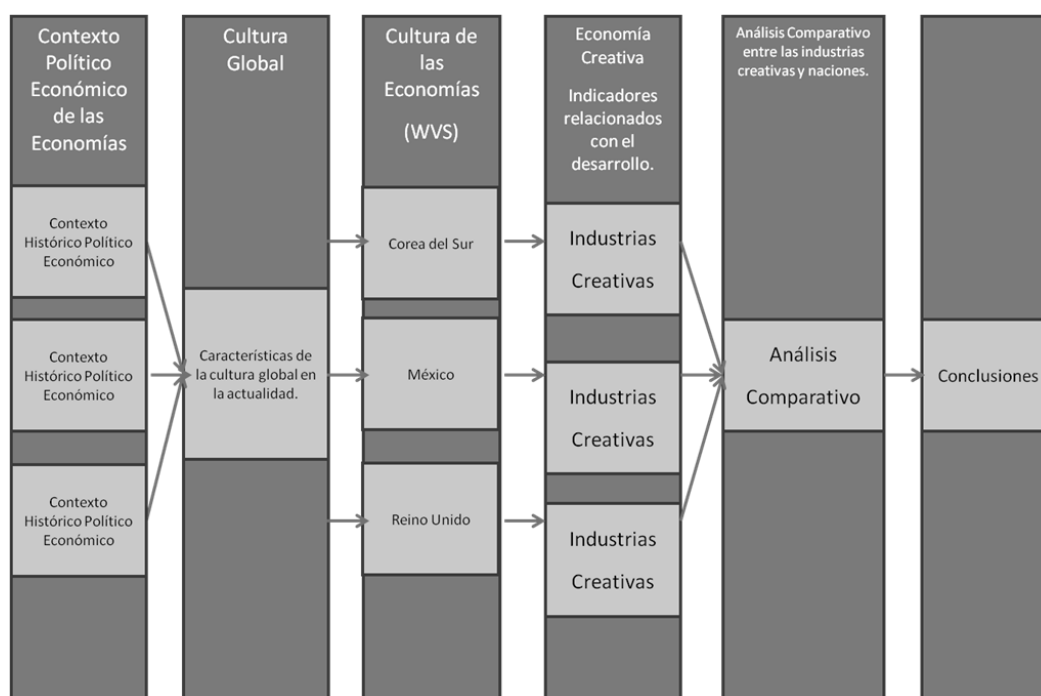
La estructura y el crecimiento de las ocupaciones creativas de los años 2005 y 2018 también es analizada. La posición de ocupaciones en ocupaciones creativas de los años 2015 y 2018 es también incorporada al análisis. Otros de los datos incluidos fue el empleo por género y ocupación creativa de los años 2005 y 2018. También se agregaron los años de escolaridad por tipo de ocupación creativa, la población con ocupaciones creativas por ciudad, mismos años. El valor agregado, empleo y comercio exterior de la Cuenta Satélite de la Cultura en México por área general fue también analizado.

Decimo, para medir parte de la economía creativa del Reino Unido, se aprovecharon los datos que ofrece *National Endowment for Science Technology and the Arts* (NESTA). Describiendo primeramente parte del trabajo que ha llevado a cabo esta fundación en la política local y nacional del Reino Unido en torno al sector creativo. Se llevó a cabo un análisis del número de negocios, volumen de ventas, empleo, volumen de ventas por empleado y trabajadores por negocio de las industrias creativas tanto en conjunto como individualmente. Los datos que ofrece NESTA conforman dos periodos, el primero que va del año 2007 al 2010 y el segundo que va del 2011 al 2014. Además este organismo considera industrias creativas a las siguientes actividades: *Advertising; Architecture; Design; Film, Radio & TV; Music & Performing Arts; Publishing; y, Software & Digital.* Además, se lleva a cabo un análisis comparativo de los indicadores mencionados anteriormente entre estas industrias.

Por último, en las conclusiones se contestan las 3 preguntas de investigación, se corroboraron las hipótesis, se incorpora un apartado que muestra la flexibilidad de adaptación de la economía creativa en cualquier nación, se establecen tres ventajas de la economía creativa, se cuestionan los sistemas de medición, se corroboran algunos datos que explican parte de la situación actual de México, además de llevar a cabo las conclusiones correspondientes acerca de la influencia de los valores en la evolución económica. Todo esto teniendo presente que el objeto de estudio es la economía creativa y que esta se desenvuelve de diferente manera de acuerdo al contexto histórico, político cultural y social de cada nación, estando a su vez inmersa en una cultura global.

A grandes rasgos, la metodología presentada anteriormente se muestra en el siguiente esquema:

**Figura 3.1 Esquema de Metodología.**



Fuente: Elaboración propia con base en Vernadsky (1938), Lotman (1990) y Hartley *et al.* (2015).

## **Capítulo 4.**

### **Características de las Economías**

#### **4. 1 República de Corea.**

##### **4. 1. 1 Geografía.**

La República de Corea se localiza en el este de Asia. Al norte colinda con la República Popular Democrática de Corea, al este con el Mar de Japón, al sur con el Mar de China Oriental y al oeste con el Mar Amarillo. Sus coordenadas geográficas son 37 00 N y 127 30 E. se conforma por un área de 99, 720 kilómetros cuadrados. De los cuales 96, 920 km<sup>2</sup> son de tierra y 2, 800 km<sup>2</sup>m de agua. Su clima promedio es templado, con lluvias más fuertes en verano que en invierno, los cuales son fríos. La mayoría de su terreno son colinas y montañas, con amplias llanuras costeras al oeste y al sur. En promedio su elevación sobre el nivel del mar es de 282 metros, el punto más bajo es en el Mar de Japón con 0 metros, mientras el más alto es el volcán Halla-san con 1,950 metros sobre el nivel del mar. Sus recursos naturales principales son carbón, tungsteno, grafito, molibdeno, plomo y potencial hidroeléctrico. El uso de suelo con estimaciones del año 2011, se utilizaba para agricultura el 18.1 %, del cual tierra cultivable era el 15.3 %, cultivos permanentes 2.2 % y 0.6 % de pasto permanente; cuenta con 63.9% de tierra de bosque y 18 % de otros tipos de tierra. Según datos del 2012, 7, 780 km<sup>2</sup> se conformaban por tierra irrigada (CIA, 2020).

Aproximadamente el 70 % del país es considerado montañoso, la población del país se concentra principalmente en tierras bajas, donde la densidad es bastante alta. La provincia Gyeonggi en el noroeste, la cual rodea la capital de Seúl y donde se encuentra el puerto Incheon, es la provincia más densamente poblada; mientras que Gangwon en el noreste es la menos poblada. En cuanto a peligros de fenómenos naturales, ocasionalmente es golpeado por tifones que traen consigo elevados vientos e inundaciones. Cuenta con un nivel bajo de actividad sísmica, sobre todo en el suroeste. Como se mencionó anteriormente, cuenta con el volcán Halla-san, que es considerado activo históricamente, aunque no ha hecho erupción en muchos siglos (CIA, 2020).

#### **4. 1. 2 Medio Ambiente.**

En cuanto a asuntos actuales en el medio ambiente, cuenta con contaminación del aire en grandes ciudades, lluvia ácida, contaminación de agua por la descarga de aguas residuales industriales, pesca con red a la deriva, eliminación de residuos sólidos y contaminación transfronteriza (CIA, 2020).

#### **4. 1. 3 Población.**

Se estimó que para julio del año 2020 la población sería de 51, 835, 110 personas colocándose en el lugar número 28 en comparación con los demás países del planeta. Las lenguas más habladas son el coreano y el inglés, sobre todo en la educación elementaria, secundaria y preparatoria. Estimaciones en cuanto a religión del año 2015, encontraban que del total de la población 19.7 % son protestantes, 15.5 % budistas, 7.9 % católicos y 56.9 % no se considera de religión alguna. Muchas personas también realizan al menos algunas tradiciones y prácticas del confucionismo (CIA, 2020).

Según estimaciones, en el año 2020, la edad de la población se dividía de la siguiente manera: 12.77 % de las personas tienen de 0 a 14 años de edad (3, 401, 815 hombres y 3, 219, 589 mujeres), 11.18 % de 15 a 24 años de edad (3, 030, 027 hombres y 2, 764, 860 mujeres), 44.66 % tienen de 25 a 54 años de edad (12, 043, 626 hombres y 11, 106, 927 mujeres), 15.47 % se encuentran entre los 55 y 64 años de edad (3, 927, 496 hombres y 4, 089, 033 mujeres) y 15.92 % de la población tiene 65 años o más (3, 572, 855 hombres y 4, 678, 882). La tasa de crecimiento poblacional es del 0.39 %. 81.4 % de la población es considerada urbanizada. Las mayores áreas de población urbana son Seúl, que es la capital, con 9.962 millones de personas, seguido de Busán con 3.466 millones, Incheon con 2.783 millones Daegu con 2.209 millones, Daejeon con 1.562 millones y Gwangju con 1.519 millones de personas, según datos del año 2019 (CIA, 2020).

La edad media en la que por primera vez tienen un hijo es a los 31 años. La expectativa de vida al nacer es de 82.36 años, 79.4 para hombres y 85.9 para mujeres (CIA, 2020).

#### **4. 1. 4 Educación.**

El gasto en educación representó 5.3 % del PIB en el año 2015 y 4.3 % en el 2016, ocupando el lugar número 28 en el ranking manejado por el Banco Mundial de países pertenecientes a la OCDE (CIA, 2020 y BM, 2021).

#### **4. 1. 5. Gobierno.**

El tipo de gobierno es considerado una república presidencial. Cuenta con nueve provincias, seis ciudades metropolitanas, una ciudad especial y una ciudad especial con autogobierno. Cuenta con toda una estructura y proceso para que su constitución sea aceptada. Para ejercer el voto es necesario contar con 19 años de edad y este es universal (CIA, 2020).

La rama ejecutiva se compone por un jefe de Estado quien es considerado presidente. Una cabeza de gobierno representada por un primer ministro y un gabinete llamado Consejo de Estado, determinado por el presidente con recomendación del primer ministro. El presidente es electo directamente por simple mayoría del voto de la ciudadanía por un único lapso de cinco años (CIA, 2020).

La rama legislativa es unicameral representada por la Asamblea Nacional con 300 escaños, 253 elegidos directamente por simple mayoría y 47 directamente elegidos por circunscripción electoral por representación proporcional. Los miembros sirven durante 4 años (CIA, 2020).

La rama judicial es representada por la Corte Suprema de Corea del Sur, la cual consiste de un jefe de justicia y 13 jueces, una corte constitucional que consiste en la cabeza de la corte y 8 jueces. El jefe de la Suprema Corte de Justicia es propuesto por el presidente, con el consentimiento de la Asamblea Nacional. Otros jueces son propuestos por el presidente con la recomendación del jefe de justicia y el consentimiento de la Asamblea Nacional. Con sus respectivos periodos, algunos de 6 años, otros de 3, algunos renovables y otros no. (CIA, 2020)

Existen aproximadamente 10 partidos políticos en Corea del Sur. Este país pertenece y participa activamente en más de 30 organismos internacionales (CIA, 2020).

## **4. 2 República de los Estados Unidos Mexicanos.**

### **4. 2. 1 Geografía.**

La República Mexicana (México), se localiza en Norteamérica, colinda con el Mar Caribe y al golfo de México al este, al oeste con el Océano Pacífico, al norte con Estados Unidos de América y al sur con Belice y Guatemala. Sus coordenadas geográficas son 23 00 N, 102 00 W. Se conforma por un área de 1, 964, 375 km<sup>2</sup>. De los cuales 1, 943, 945 son de tierra y 20, 430 de agua. Su frontera terrestre se conforma de la siguiente manera: Belice 276 km, Guatemala 958 km y Estados Unidos 3, 155 km. Mientras que la línea costera tiene 9, 330 km. Su clima varía de tropical a desértico. Su terreno contiene altas y escarpadas montañas, bajas llanuras costeras, altas mesetas y desiertos. Su elevación promedio es de 1, 111 mts., el punto más bajo se encuentra en Baja California con -10 mts. (Laguna Salada) y el más alto es el del Volcán Pico de Orizaba con 5, 636 mts. Es rico en recursos naturales tales como el petróleo, plata, antimonio, cobre, oro, plomo, gas natural y madera. Su uso de suelo se compone por tierra agrícola con un 54.9 % (2011), de la cual el 11,8 % es tierra cultivable, 1.4 % de cultivos permanentes y 41.7 % de pasto permanente; 33.3 % de bosques y 11.8 de otros tipos de suelo. Y cuenta con 65, 000 km<sup>2</sup> de tierra de irrigación, según datos del 2012 (CIA, 2020).

La mayoría de la población se encuentra en el centro del país, entre los estados de Jalisco y Veracruz. Aproximadamente un cuarto de la población vive en, y alrededor, de la Ciudad de México (CIA, 2020).

Algunos de los riesgos naturales son tsunamis a lo largo de la costa del Océano Pacífico, volcanes y sismos en el centro y sur. Huracanes en el Pacífico, Golfo de México y las costas del Mar Caribe (CIA, 2020).

### **4. 2. 2 Medio Ambiente.**

Cuenta con escasez de instalaciones para disposición de residuos peligrosos, migración de población rural a urbana, escasez y contaminación de recursos naturales de agua dulce en el norte, la cual es inaccesible y de pobre calidad en el centro y extrema en el sureste, aguas negras y aguas residuales contaminando ríos en áreas urbanas, deforestación, erosión extendida,

desertificación, deterioro de tierras agrícolas, contaminación seria del aire y agua en la capital, además en centros urbanos a lo largo de la frontera con Estados Unidos, hundimiento de tierra en el Valle de México causado por el agotamiento de agua subterránea (CIA, 2020).

#### **4. 2. 3 Población.**

Se estimó que para julio del año 2020 la población de México sería de 128, 649, 565 personas. Los grupos étnicos en los que se divide esta son mestizo (nativos del continente americano y españoles) con el 62%, predominantemente nativos del continente 21 % nativos 7% y otros 10% (mayormente europeos). Las lenguas habladas en el país son: el español 92.7 %, español y lengua indígena 5.7 %, únicamente indígena 0.8 % y sin especificar 0.8 % según datos del 2005 (CIA, 2020).

La religión más practicada por la población es la católica-romana con un 82.7 % del total de la población, le sigue la pentecostal con 1.6%, los testigos de Jehová con el 1.4 %, otras iglesias evangélicas con el 5%, otras religiones con el 1.9 %, ninguna religión con el 4.7% y si especificar la religión un 2.7%, según estimaciones del 2010. La estructura de edad en la que se divide la población es la siguiente: de 0 a 14 años 26.01 % (hombres 17, 111, 199; mujeres 16, 349, 767), de 15 a 24 años 16.97 % (11, 069,260 hombres; 10, 762, 784 mujeres), de 25 a 54 años el 41.06 % (25, 604, 223 hombres; 27, 223, 720 mujeres), de 55 a 64 años 8.29 % (4, 879, 048 hombres; 5, 784, 176 mujeres) y de 65 en adelante 7.67 % (4, 373, 807 hombres; 5, 491, 581 mujeres) (2020 est.). La edad media se ubica entonces en los 29.3 años de edad, mientras que en los hombres es de 28.2, en las mujeres es de 30.4 (CIA, 2020).

La población en asentamientos urbanos es del 80.7 % y la tasa de urbanización anual es de 1.59% (CIA, 2020).

Las mayores áreas urbanas del país son: la Ciudad de México con 21. 782 millones de personas, Guadalajara con 5.179 millones, Monterrey con 4. 874 millones, Puebla con 3.195 millones, Toluca de Lerdo con 2. 467 millones y Tijuana con 2.140 millones de personas (CIA, 2020).

La edad promedio a la que las mujeres tienen a su primer hijo es a los 21.3 años de edad (2008 est.). La esperanza de vida es de 76.7 años, hombres 73.9 años y mujeres 79.6 años, según estimaciones para el año 2020 (CIA, 2020).

#### **4. 2. 4 Educación.**

El gasto en educación representó el 4.9 % del PIB en el año 2016 y 4.5 % en el 2017, ocupando el lugar número 26 del ranking manejado por el Banco Mundial de países pertenecientes a la OCDE. (CIA, 2020 y BM, 2021).

#### **4. 2. 5 Gobierno.**

Se considera una República Federal Presidencial. Cuenta con 32 estados. Tiene toda una estructura para que su Constitución sea enmendada y aprobada. El voto es universal y obligatorio, después de cumplidos los 18 años de edad (CIA, 2020).

El poder ejecutivo está representado por el presidente, quien es Jefe de Estado y Jefe de Gobierno, a diferencia de otros países, en México el presidente de la República representa estos dos poderes. Se encuentra dentro de este poder un gabinete el cual es fijado por el presidente. En el caso mexicano, la fijación del fiscal general, el jefe del banco de México y los altos funcionarios del tesoro requieren consentimiento del Senado. El presidente es electo por simple mayoría del voto popular por un único plazo de seis años (CIA, 2020).

La rama legislativa es bicameral compuesta por el Senado o Cámara de Senadores con 128 asientos, de los cuales 96 miembros son electos directamente por voto de simple mayoría y 32 por medio de representación proporcional, sirven también durante seis años. Además se encuentra la Cámara de Diputados con 500 asientos, de los cuales 300 son elegidos directamente por voto de mayoría simple y 200 elegidos por representación proporcional, los cuales cubren el cargo durante tres años (CIA, 2020).

La rama judicial es representada por la Suprema Corte de Justicia de la Nación, que consiste en el jefe de justicia y once jueces y se encuentra organizada en civil, criminal, administrativa y en paneles laborales. Además se encuentra también el Tribunal Electoral Federal de Justicia organizado por una corte superior, con siete jueces incluyendo la corte presidencial, y cortes regionales, cada una con tres jueces (CIA, 2020).

La Suprema Corte de Justicia es nominada por el presidente de la república y aprobada por dos terceras partes del voto de los miembros del Senado, los jueces sirven por 15 años. Los jueces del Tribunal Electoral superior y regional son nominados por la Corte Suprema y elegido por dos terceras partes del voto de los miembros presentes en el Senado; el presidente de la corte



superior es electo de entre sus miembros para mantenerse en la oficina por 4 años; otros jueces de las cortes superiores y regionales sirven de manera escalonada durante un término de 9 años (CIA, 2020).

Existen aproximadamente ocho partidos políticos en México. Pertenece a más de 40 organizaciones internacionales en las que participa como miembro activo u observador (CIA, 2020).

## **4. 3 Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte.**

### **4. 3. 1 Geografía.**

El Reino Unido colinda al oeste con Irlanda y con el Atlántico Norte, al este con el Mar del Norte, al sur con el canal de la Mancha y Francia, y al Norte con el Mar de Noruega, e Islandia. Su área total se compone de 243, 610 Km<sup>2</sup>, de los cuales 241, 930 son de tierra y 1, 680 son de agua. Su límite fronterizo es con un país solamente, el cual es Irlanda y tiene una extensión de 490 km. Tiene una costa de 12, 429 km. Su clima es templado moderado, prevaleciendo vientos al suroeste sobre el atlántico Norte, más de la mitad de los días del año son nublados (CIA, 2020).

La mayoría de su terreno se considera con colinas escabrosas y montañas bajas, con un nivel de llanuras onduladas en el este y sureste. La elevación promedio es de 162 mts. sobre el nivel del mar, el punto más bajo es en The Fens con -4 m y el más alto es de 1, 345 en Ben Nevis. Los recursos naturales con los que cuenta son: carbón, petróleo, gas natural, mineral de hierro, plomo, zinc, oro, estaño, piedra caliza, sal, arcilla, tiza, yeso, potasa, arena de sílice, pizarra y tierra cultivable (CIA, 2020).

71 % de su tierra se considera agrícola, de la cual 25.1% es tierra cultivable, 0.2 % es permanentemente de cultivos y 45.7 % es de pasto permanente, 11.9 % del total de su tierra son bosques y 17.1 % pertenece a otros tipos (2011 est.). Además cuenta con 950 km<sup>2</sup> de tierra de riego de acuerdo a datos del 2012 (CIA, 2020).

El núcleo de la población se ubica en Londres y sus alrededores, con grupos significativos en Bretaña Central, alrededor de Manchester y Liverpool, en tierras bajas de

Escocia entre Edimburgo y Glasgow, al sur de Gales y alrededor de Cardiff, y lejos al este en el Norte de Irlanda en el centro de Belfast (CIA, 2020).

Los fenómenos naturales que más complicaciones le representan a la región son tormentas de viento en el invierno e inundaciones (CIA, 2020).

#### **4. 3. 2 Medio Ambiente.**

Los problemas ambientales actuales que enfrenta la región es la contaminación de aire, particularmente en la región de Londres, contaminación del suelo por pesticidas y metales pesados, disminución de hábitat marino y costero provocado por el alojamiento, el turismo y la industria (CIA, 2020).

#### **4. 3. 3 Población.**

Según estimaciones, el año 2020 la población del Reino Unido sumaría 65, 761, 117 habitantes. Constituidos de la siguiente manera por país: Inglaterra 84 %, Escocia 8 %, Gales 5 % e Irlanda del Norte 3 % (CIA, 2020).

Los grupos étnicos establecidos en esta región son: blancos 87.2 %, negra/africana/Caribe/negra británica 3 %, asiática/asiática británica: india 2.3 %, asiática/asiática británica: pakistaní 1.9 %, mixta 2 % y otros grupos étnicos 3.7 %, según estimaciones del 2011 (CIA, 2020).

La lengua más comúnmente hablada es el inglés. Aunque los siguientes lenguajes han sido reconocidos como lenguas regionales: escocés (cerca del 30% de la población de Escocia), escocés gaélico (cerca de 60, 000 hablantes en Escocia), galés (con cerca del 20 % de la población de Gales), irlandés (con cerca del 10 % de la población del Norte de Irlanda) y el Cornualés (con aproximadamente entre 2, 000 y 3, 000 personas en Cornwall), según estimaciones del 2012 (CIA, 2020).

La edad de la población se estructura de la siguiente manera: el 17.63 % de la población tiene entre 0 y 14 años de edad (5, 943, 435 hombres y 5, 651, 780 mujeres), 11.49 % de la población tiene entre 15 y 24 años de edad (3, 860, 435 hombres y 3, 692, 398 mujeres), 39.67 % de la población se encuentra entre las edades de 25 a 54 años de edad (13, 339, 965 hombres y

12, 474, 598 mujeres), 12.73 % de las personas en el Reino Unido tienen entre 55 y 64 años de edad (4, 139, 378 hombres y 4, 234, 701 mujeres) y 18.48 % de la población se encuentra en la edad de 65 en adelante (5, 470, 116 hombres y 6, 681, 311 mujeres) (2020 est.). La edad media es de 40.6 años de edad, 39.6 en hombres y 41.7 en mujeres (CIA, 2020).

El 83.9 % de la población se encuentra en asentamientos urbanos (2020) y la tasa de urbanización anual es del 0.89 %, según estimaciones del 2015 al 2020 (CIA, 2020).

Las siguientes son las mayores áreas urbanas: Londres (capital) con 9.304 millones de habitantes, Manchester con 2.730 millones, Birmingham con 2.607 millones, West Yorkshire con 1.889 millones, Glasgow con 1.663 millones y Southampton/Portsmouth con 928, 000 habitantes, según estimaciones para el 2020 (CIA, 2020).

La edad promedio en que las mujeres tienen a su primer hijo es a los 28.5 años de acuerdo a estimaciones del año 2014 (CIA, 2020).

La esperanza de vida al nacer es de 81.1 años, 78.8 en hombres y 83.5 en mujeres, según estimaciones para el año 2020 (CIA, 2020).

#### **4. 3. 4 Educación**

El gasto en Educación representó el 5.5 % del PIB en el año 2016 y el 5.4 % en el 2017, ocupando el lugar número 11 del ranking manejado por el Banco Mundial de los países pertenecientes a la OCDE (CIA, 2020 y BM, 2021).

#### **4. 3. 5 Gobierno.**

El tipo de gobierno que representa al Reino Unido es considerado una Monarquía Parlamentaria Constitucional, también reino de la mancomunidad (CIA, 2020).

Sus divisiones administrativas son de la siguiente manera:

- Inglaterra: 27 condados de dos niveles, 32 municipios en Londres y una ciudad de Londres o la Gran Londres. 36 distritos metropolitanos, 56 autoridades unitarias (incluyendo 4 condados de único nivel).
- Irlanda del Norte: 5 Concejos Municipales, 4 Concejos distritales y 2 Concejos Ciudad.

- Escocia: 32 Concejos Área
- Gales: 22 autoridades unitarias.
- Cuenta también con 12 áreas dependientes (CIA, 2020).

El Reino Unido no cuenta con una constitución escrita sino que es conformada por estatutos, leyes comunes y práctica.

Las enmiendas son propuestas como una factura por un Acta del Parlamento por el gobierno, por la Casa de los Comunes (*House of Commons*) o por la Casa de los Señores (*House of Lords*). Su pase requiere del acuerdo de las dos casas y del monarca (Asentimiento Real).

El voto es universal y se realiza a los 18 años cumplidos (CIA, 2020).

La Rama Ejecutiva es representada por el jefe de Estado (rey o reyna), el Jefe de Gobierno (primer ministro), el gabinete, asignado por el primer ministro. La monarquía es un cargo heredado. Se siguen elecciones legislativas, el líder del partido de mayoría o de coalición mayoritaria usualmente llega a ser el primer ministro. Además de servir como jefe de Estado, la soberanía británica es la monarca constitucional de los 15 países de la Mancomunidad (estos 16 estados se refieren al reino de la mancomunidad) (CIA, 2020).

La Rama Legislativa es representada por un parlamento bicameral. Una de esas cámaras es la Casa de los Señores, 796 sin membrecía fija, los miembros son propuestos por el monarca con el consejo del primer ministro y miembros sin partido político recomendado por la Comisión de la Casa de los Señores. El total de la Casa no incluye miembros inelegibles o miembros en ausencia por vacaciones (CIA, 2020).

La Casa de los Comunes se compone por 650 asientos, miembros directamente electos por circunscripciones de un solo asiento por mayoría simple del voto popular para servir durante un plazo de 5 años a menos que la Casa se disuelva antes (CIA, 2020).

La Casas de los Señores no tiene elecciones. En 1999 según lo previsto por el Acata de la Casa de los Señores, las elecciones fueron retenidas en la Casa para determinar los 92 escaños que se mantendrían heredados por nobles. Las elecciones se mantienen únicamente vacantes cuando la nobleza crece (CIA, 2020).

La Rama Judicial está representada por la Suprema Corte, la cual consiste en 12 jueces, incluyendo el presidente de la corte y el presidente diputado. Los candidatos a jueces son seleccionados por un comité independiente de varias comisiones judiciales, seguido por la

recomendación del primer ministro y propuesto por el monarca, los jueces sirven de por vida. Existen también cortes subordinadas como lo son cortes de apelación, altas cortes, cortes de condado, cortes de magistrados, corte de sesiones, entre otras (CIA, 2020).

Existen aproximadamente 12 partidos políticos en el Reino Unido. La región pertenece a más de 40 organismos internacionales (CIA, 2020).

#### **4. 4 Comparativo de características.**

Los datos anteriores dan cuenta que la superficie de México es bastante superior a la de Corea del Sur, superándola en más de 20 veces, mientras que de la misma manera es superior a la economía del Reino Unido en más de 8 veces.

En cuanto a clima, la diversidad con la que cuenta México, ayuda bastante a algunas actividades importantes como el turismo; actividad que puede ser clave para el desarrollo de actividades que tiene que ver con la economía creativa, como lo son el desarrollo de festivales y actividades culturales simbólicas del país. En esta actividad económica, según datos de la Organización Mundial de Turismo, agencia especializada de las Naciones Unidas, México se encontró, según datos del 2018, en el séptimo lugar de países más visitados del mundo, con prácticamente 41.5 millones de viajeros internacionales. Reino Unido por su parte a pesar de contar con un clima no tan diverso, se ubicó en el lugar número 10, según la misma organización, con 36.316 millones de viajeros internacionales. Podemos ver que a pesar del tipo de clima ocupa una buena posición a nivel mundial, lo que nos dice que más allá del clima se encuentran otro conjunto de atracciones para los viajeros internacionales que han llamado su atención. Corea del Sur no aparece dentro de los primeros 25 lugares del ranking, sin embargo algunas regiones a su alrededor se colocan en lugares importantes, como China en cuarto lugar, Japón en el onceavo, Hong Kong en el catorceavo, Malasia en el 15 y Macao en el 21. Otro de los efectos que impactan en el turismo y en muchas actividades que tienen que ver con la economía creativa son los fenómenos naturales, y ningún lugar en el planeta está exento de ellos.

El promedio de elevación sobre el nivel del mar es mayor en México, el cual se encuentra en 1, 111 metros sobre el nivel del mar. Aproximadamente 10 veces más alto que el promedio de Reino Unido y 4 veces más que el de Corea del Sur.

Los recursos naturales de las tres economías muestran una variedad interesante, aunque las economías más avanzadas tecnológicamente como lo es Corea del Sur y Reino Unido no basan completamente su economía en este tipo de recursos, sino en la innovación de un gran conjunto de actividades económicas y en el capital humano. México al carecer de esa eficiencia en innovación depende en buena medida de sus recursos naturales. Esto muestra un efecto contraproducente que no permite sentar las bases para otro tipo de actividades económicas. Un ejemplo claro de esto es Corea del Sur, que al finalizar la guerra que dividió la península en dos países dejó en el norte las materias primas más importantes, por lo que en el sur basaron su economía fortaleciendo el capital humano. (Guzmán, 2018)

El uso de suelo viene a tener importancia para un gran conjunto de actividades agrícolas, sin embargo suele ser más eficiente en aquellos países en los que la ciencia ha alcanzado las actividades de este primer sector económico. La biotecnología, en este caso resuelve un gran conjunto de problemas propios de este sector como lo es el mejoramiento en la resistencia a plagas, condiciones graves para los cultivos como el frío excesivo, además con la creación de nuevas máquinas y herramientas vinculadas a esta actividad se logra prescindir de la mano de obra lo que permite mayor eficiencia tanto en la siembra como en la cosecha.

Con las oportunidades que se ofrecen en las ciudades, la población migra poco a poco del campo hacia estas. Lo que trae consigo tanto beneficios como problemas, sobre todo de contaminación del aire debido a la excesiva utilización de transporte. A pesar de los acuerdos internacionales por la reducción de las emisiones de carbono en el planeta podemos dar cuenta que las principales regiones de estas economías tienen este tipo de problemas comunes de las grandes metrópolis como lo son la descarga de aguas residuales, eliminación de residuos sólidos, problemas de acceso a agua, erosión, contaminación del suelo por pesticidas, disminución de hábitat marino, entre otros.

México cuenta con el mayor número de población entre las economías analizadas, más del doble del Reino Unido y Corea del Sur. La diversidad de la población de México es mayor y quien predomina son los mestizos, mientras que en Reino Unido la población es predominantemente blanca, y en Corea del Sur la homogeneidad de la población es mayor.

La religión parece no ser importante en este tipo de análisis, sin embargo influye bastante en el tipo de economía, en el atraso o en el avance científico y tecnológico. De las tres economías analizadas, la mayor parte de la población que no se considera de religión alguna se encuentra en

Corea del Sur, mientras que en México más del 80 por ciento de su población se considera católica. En Reino Unido un poco más del 70 por ciento de la población se considera creyente, a pesar de esto es una de las regiones con buen avance científico y tecnológico.

Las edades de la población ofrecen un buen panorama al momento de elegir el tipo de productos y servicios que ofrecerán las empresas, el tipo de programas y políticas públicas necesarias, así como el potencial de ciertos sectores productivos. En los países avanzados uno de los problemas referido a este tema es el envejecimiento de su población. A pesar de la gran automatización de las industrias en esos países la inmigración de personas en edades más jóvenes es necesaria para darle impulso a ciertos sectores económicos.

Podemos dar cuenta además de la edad media del primer hijo. La población de Corea del Sur en promedio tiene a su primer hijo a los 31 años, tardando 10 años más que en México en tomar tal decisión. Mientras que en Reino Unido el promedio es de 28.5 años, lo que nos ofrece información de la preparación que tienen las sociedades de esas economías antes de dedicarse a conformar una familia o decidir dividir el tiempo entre familia y trabajo.

La expectativa de vida al nacer es mayor en Corea del Sur, seguida por Reino Unido y México en la presente comparación. Aunque son varios los factores que tienen que ver con este indicador, nos ofrece un panorama de la calidad de vida de la población. Sin embargo, no es igual la vida de un adulto de la tercera edad en un país desarrollado a uno en vías de desarrollo. A pesar de esto, en muchos países ya se deja de ver a las personas de la tercera edad como una carga y se ha tomado en cuenta el potencial que representan económicamente. Según Correa y Bohórquez (2007) (citado en Cabrales 2013, p. 106), el *"Entretenimiento, cirugías, turismo especializado, productos antienvjecimiento y proyectos de inversión inmobiliarios en ciudades costeras forman parte del abanico de ofertas para los adultos mayores"*. Dentro del entretenimiento es donde la economía creativa puede tener una fuerte vinculación, ya que muchas de ellas son personas que al haber terminado ya con un conjunto de metas en la vida, el ocio y el disfrute de esta se encuentra presente. Visitas al teatro, cine, viajes para conocer diferentes culturas, disfrute de música en vivo, entre otros, forman parte de ese abanico de posibilidades que pueden consumir.

El porcentaje del PIB en educación es importante al momento de entender la preparación que tienen los países para lograr metas a largo plazo, sobre todo si esta educación está vinculada con el sector productivo. Practicamente todas las actividades económicas tienen un vínculo con

la educación formal. Aquellas que logran estar actualizadas con el sector productivo tienen mejor oportunidad de ser exitosas y tener una economía que evolucione rápidamente.

A grandes rasgos, las tres economías estudiadas tienen en la actualidad como base política la democracia. En las tres existe el voto como manera de elegir a sus gobernantes y estas elecciones se llevan a cabo cada cierto periodo. La democracia toma relevancia en el presente análisis a razón de que el rumbo de estas regiones se define por el pueblo, por ende el avance científico y tecnológico tiene su base en el mismo. Las creencias, cultura, educación, entre otros aspectos son los que definen el rumbo de las mismas sociedades. El conjunto de programas sociales, educativos, económicos y todo el conjunto de políticas públicas son realizados por representantes del pueblo.

Las tres economías tienen una rama ejecutiva, una legislativa y una judicial. Contienen partidos políticos que buscan representar los valores, costumbres e ideologías de la población. Además de permanecer a un gran conjunto de organismos internacionales encaminados a generar consenso a nivel global.

#### **4. 5 Economía.**

Las características económicas generales de las naciones a analizar son importantes al momento de llevar a cabo el presente análisis comparativo debido a que nos muestra el comportamiento tanto de la sociedad, el gobierno y las empresas en los principales indicadores económicos manejados a nivel global. A continuación se presentan tales indicadores.

##### **4. 5. 1 Ahorro nacional.**

El ahorro nacional bruto de las tres regiones aparece en la siguiente tabla:

**Tabla 4. 1 Porcentaje de ahorro con respecto al PIB. Corea del Sur, México y Reino Unido.**

| <b>Porcentaje de ahorro con respecto al PIB</b> |      |
|-------------------------------------------------|------|
| Corea de Sur                                    | 36.6 |
| México                                          | 21.4 |
| Reino Unido                                     | 13.6 |

**Fuente:** Elaboración propia con datos de: CIA (2020)



El país que más ahorra de las regiones a analizar es Corea del Sur, seguido por México y Reino Unido. Tener en cuenta la importancia del ahorro es fundamental para el crecimiento de las inversiones en el país. Esto se ve reflejado en un aumento a largo plazo del sector productivo. El crecimiento y evolución de una economía creativa depende de nuevas inversiones. Todo aquél que quiera incorporarse a las actividades que abarca este sector apuesta tales inversiones, que surgen del ahorro. Aquellos países que no tienen un ahorro considerable buscarán en el extranjero tales inversiones, lo que representa un flujo de divisas hacia el país receptor provocando el devalúo de la moneda nacional.

#### 4. 5. 2 Consumo.

El consumo de cada una de las regiones a analizar se muestra en la siguiente tabla:

**Tabla 4. 2 Porcentajes de consumo con respecto al PIB. Corea del Sur, México y Reino Unido.**

| <b>Porcentajes de comportamiento del consumo.</b> |                      |               |                    |
|---------------------------------------------------|----------------------|---------------|--------------------|
| <b>Clasificación</b>                              | <b>Corea del Sur</b> | <b>México</b> | <b>Reino Unido</b> |
| Consumo doméstico                                 | 48.1                 | 67            | 65.8               |
| Consumo gubernamental                             | 15.3                 | 11.8          | 18.3               |
| Inversión en Capital Fijo                         | 31.1                 | 22.3          | 17.2               |
| Inversión en Inventarios                          | 0                    | 0.8           | 0.2                |
| Balanza de Pagos                                  | 5.4                  | -1.9          | -1.3               |

**Fuente:** Elaboración propia con datos de: CIA (2020).

Entender el consumo de cada región nos ofrece, además de las necesidades cubiertas por el sector productivo, un marco de referencia para entender en qué tipo de economía, de acuerdo a la evolución presentada anteriormente, se encuentran estas regiones. Su adaptación a tal tipo de economía y posibles tendencias. Como podemos ver en la Tabla 4.2, el consumo doméstico abarca prácticamente la mitad en Corea del Sur (48.1 %) y un poco más en el caso de México (67 %) y el Reino Unido (65.8 %). El consumo gubernamental es mayor en el Reino Unido, seguido por Corea del Sur y México. Tal consumo nos dice también las políticas de austeridad llevadas a cabo por los gobiernos. En el presente caso, México parece ser el que menos gasto gubernamental tuvo (11.8 %). El gasto gubernamental, aunque parezca algún tipo de ahorro,

cuando es reducido, también tiene un efecto en el crecimiento de ciertos sectores, sobre todo en el de la infraestructura de los países. Reino Unido aparece como el que más consumo gubernamental realizó (18.3 %) y Corea del Sur se queda en segundo lugar (15.3 %). La inversión en capital fijo muestra que el país donde las empresas se encuentran más preocupadas por el establecimiento de inmuebles y de maquinaria que les permita generar incentivos en el largo plazo es Corea del Sur (31.1 %). Prácticamente la tercera parte del PIB está destinada a este rubro.

#### 4. 5. 3 Porcentaje del PIB por sector.

El PIB se divide dentro de los tres sectores, en cada país, de la siguiente manera:

**Tabla 4. 3 Porcentaje del PIB, por sector económico. Corea del Sur, México y Reino Unido.**

| <b>Porcentaje del PIB por sector económico.</b> |                      |               |                    |
|-------------------------------------------------|----------------------|---------------|--------------------|
| <b>Sector</b>                                   | <b>Corea del Sur</b> | <b>México</b> | <b>Reino Unido</b> |
| Agricultura                                     | 2.2                  | 3.6           | 0.7                |
| Industrial                                      | 39.3                 | 31.9          | 20.2               |
| Servicios                                       | 58.3                 | 64.5          | 79.2               |

**Fuente:** Elaboración propia con datos de: CIA (2020).

El porcentaje mostrado en la Tabla 4.3 nos muestra el sector en el que se apuntala mayormente la economía de los países a analizar. Podemos dar cuenta que los 3 países generan su riqueza principalmente en el sector servicios, aunque el predominio del sector servicios en el Reino Unido es mucho mayor, prácticamente del 80 %. Al menos el 95 % de la riqueza de los 3 países se genera en el sector industrial y de servicios. A pesar de la importancia que tiene la agricultura en los países, al generar alimentos, estos han ido dejando de lado este tipo de economía agrícola para avanzar poco a poco hacia una economía basada en la industria y los servicios. El avance científico y tecnológico tanto interno como las tecnologías importadas han logrado que se lleve a cabo esta evolución.

#### 4. 5. 4 Fuerza laboral por ocupación.

La fuerza laboral por ocupación de cada economía se divide de la siguiente manera:

**Tabla 4. 4 Porcentaje de la fuerza laboral por ocupación. Corea del Sur, México y Reino Unido.**

| <b>Fuerza Laboral por ocupación.</b> |                      |               |                    |
|--------------------------------------|----------------------|---------------|--------------------|
| <b>Sector</b>                        | <b>Corea del Sur</b> | <b>México</b> | <b>Reino Unido</b> |
| Agricultura                          | 4.8                  | 13.4          | 1.3                |
| Industria                            | 24.6                 | 24.1          | 15.2               |
| Servicios                            | 70.6                 | 61.9          | 83.5               |

**Fuente:** Elaboración propia con datos de: CIA (2020)

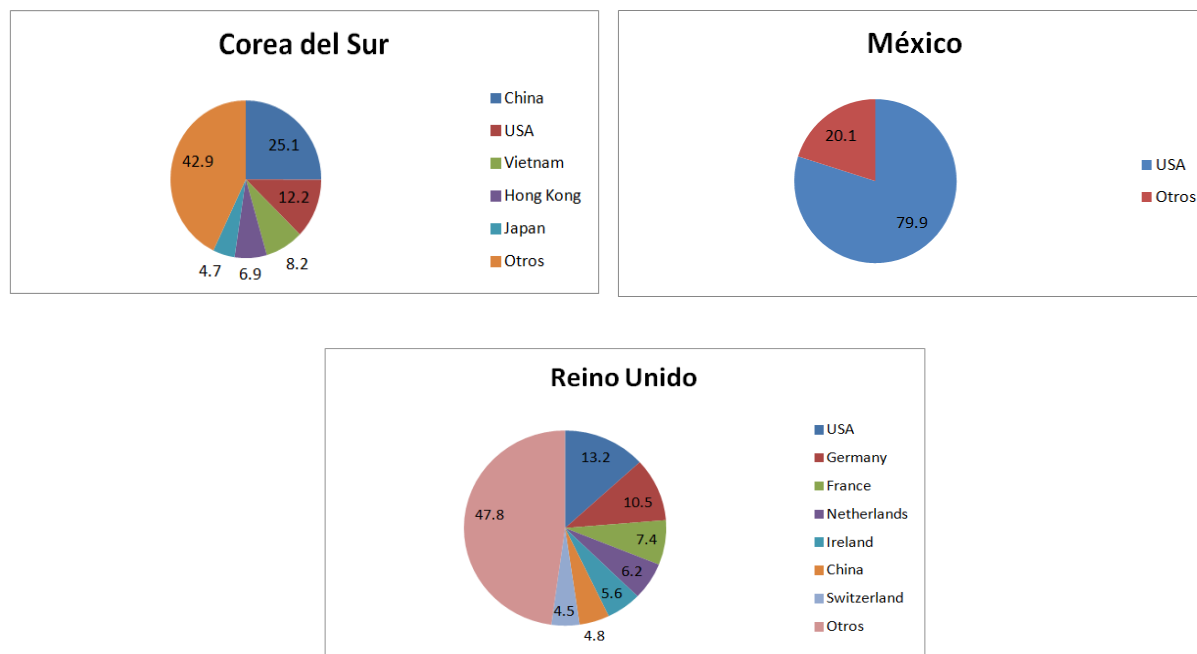
A pesar de que en Corea del Sur la riqueza generada por el sector agrícola representa el 2.2 % del PIB, tal sector empleó al 4.8 % de la fuerza laboral. En México el mismo empleó al 13.4 %, aunque generó el 3.6 % de la riqueza, mientras que en Reino Unido el sector empleó al 1.3% de la fuerza laboral, generando el 0.7 % de la riqueza. La relación entre la fuerza laboral y la riqueza generada nos muestra parte de la automatización que tienen tales sectores, sin embargo, la poca participación del sector agrícola en las economías nos muestra que los países han ido abandonándolo.

Destaca bastante que una gran mayoría, 83.5 %, de la fuerza laboral de Reino Unido se encuentra dentro del sector servicios. La región donde comenzó la Primera Revolución Industrial ha ido dejando de lado todo un gran conjunto de actividades económicas dentro de tal sector para pasar al de servicios. Cada economía se encuentra en diferente etapa de acuerdo a la clasificación mencionada en el capítulo 2, aunque unas aprovechan más unos sectores. Ejemplo de ello son las políticas en cuanto a inversión extranjera directa establecidas en Corea del Sur, las cuales anteponen a las empresas nacionales sobre las extranjeras, con el fin de que la riqueza no fluya a otros países y se evolucione tecnológicamente. Caso contrario a lo que sucede en México, donde la absorción de tecnología no ha sido posible, ni la sustitución de importaciones logró un desarrollo y avance tecnológico significativo.

#### 4. 5. 5 Socios exportadores.

Los principales socios exportadores de las economías son los siguientes:

**Figura 4. 1 Porcentaje de exportaciones. Corea del Sur, México y Reino Unido.**



**Fuente:** Elaboración propia con datos de: CIA (2020)

La diversificación de las exportaciones es importante para todos los países. El no colocar la mayoría de estas en una sola economía hace que sea más fácil la recuperación en etapas de crisis económicas. A pesar de que la interdependencia económica poco a poco va abarcando a más países, siempre es importante tener una variada cartera de clientes. Este tipo de actividad es necesaria llevarla a cabo por medio de una cercanía fuerte entre el gobierno y las empresas. De esta manera se logran acuerdos comerciales sólidos que fortalecen a las empresas nacionales y por ende a la economía. Como podemos ver en la Figura 4.1, existe una diversificación muy marcada de exportaciones en el Reino Unido y Corea del Sur, mientras que en México una gran mayoría de sus importaciones (79.9 %) son a Estados Unidos. Lo que impacta bastante a las exportaciones mexicanas en algunas ocasiones a causa de cierres fronterizos, aranceles y medidas no arancelarias impuestas por el proteccionismo que algunas administraciones de Estados Unidos han llevado a cabo. Por otro lado, la diversificación de Corea del Sur, aunque

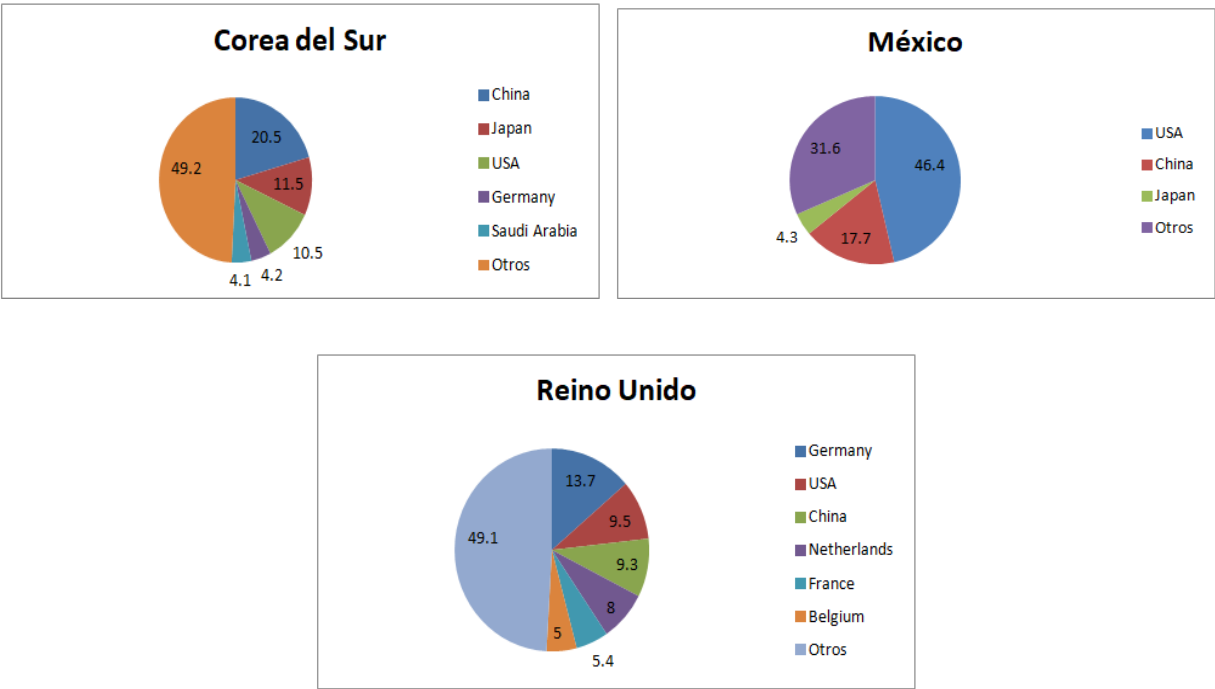
más regional (sureste asiático) tiene grandes socios como lo es China, Estados Unidos y Japón. Economías fuertes a nivel mundial y que consumen una gran cantidad de productos. China por su condición de sobrepoblación, Japón por su alto grado de poder adquisitivo y Estados Unidos por su cultura de consumo.

Reino Unido tiene una diversificación más marcada, su economía de exportación apuesta a más naciones. Aunque mucho de sus socios comerciales, muy probablemente por la cercanía y el movimiento de mercancías se encuentran en Europa, ha diversificado hacia países fuertes como Estados Unidos y China.

4. 5. 6 Socios de importaciones.

Los principales socios de importaciones de las economías son los siguientes:

Figura 4. 2 Porcentaje de importaciones. Corea del Sur, México y Reino Unido.



Fuente: Elaboración propia con datos de: CIA (2020)

De acuerdo con la Figura 4. 2, la economía que menos variadas tiene sus importaciones es México, mientras que las otras dos obtienen productos de una cantidad de países más diversa. Prácticamente la mitad de las importaciones que se llevan a cabo en México llegan de Estados Unidos. Mientras que Corea del Sur tiene como principal importador a China. Por su lado, en el Reino Unido recaen principalmente las importaciones en Alemania. Los principales productos que importa este país son: computadoras, vehículos, metales preciosos, maquinaria eléctrica, minerales, farmacéuticos, aviones y naves espaciales, aparatos ópticos, técnicos y médicos, plásticos, muebles, iluminación y edificios prefabricados. Por su parte, los principales productos que importa México son: maquinaria eléctrica, computadoras, vehículos, combustibles minerales, petróleo, plásticos, aparatos ópticos, técnicos y médicos, artículos de hierro o acero, hierro, acero, químicos orgánicos y artículos de caucho. Corea del Sur principalmente importa: aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso, circuitos electrónicos integrados, gas de petróleo.

#### **4. 6 Propiedad Intelectual.**

La propiedad intelectual juega un papel importante en la economía creativa. Protegerla es la base de esta para la acumulación de riqueza. Aquellos países que tienen fortalecida tanto cultural como legalmente este sector son aquellos que obtienen más provecho. Proteger el esfuerzo creativo de los individuos así como de las empresas conlleva toda una estructura. Fomentar esta actividad logra la incorporación de un círculo virtuoso que muchos países han sabido aprovechar, pero que a su vez un gran conjunto de ellos no, lo que termina con pérdidas millonarias tanto para los residentes como no residentes.

En las siguientes tablas mostramos uno de los tantos rubros de la propiedad intelectual, la patente. De acuerdo con la OMPI, *“es un derecho exclusivo que se concede sobre una invención. En términos generales, una patente faculta a su titular a decidir si la invención puede ser utilizada por terceros y, en ese caso, de qué forma. Como contrapartida de ese derecho, en el documento de patente publicado, el titular de la patente pone a disposición del público la información técnica relativa a la invención. En principio, el titular de la patente goza del derecho exclusivo a impedir que la invención patentada sea explotada comercialmente por terceros. La protección por patente significa que una invención no se puede producir, usar,*

*distribuir con fines comerciales, ni tampoco vender, sin que medie el consentimiento del titular de la patente” (OMPI, 2020).*

#### **4. 6. 1 Corea del Sur.**

Enseguida se presentan las patentes concedidas en Corea del Sur tanto por residentes como por no residentes, además se agrega en la última columna, aquellos surcoreanos a los que se les concedieron patentes en el extranjero. Corea del Sur comenzó a fortalecer su propiedad intelectual en la década de los 80's. (Guzmán, 2018)

**Tabla 4. 5 Patentes concedidas 2010-2019, Corea del Sur.**

| Patentes concedidas (Corea del Sur) |            |               |                  |
|-------------------------------------|------------|---------------|------------------|
| Año                                 | Residentes | No residentes | En el extranjero |
| 2010                                | 51,404     | 17,439        | 24,596           |
| 2011                                | 72,258     | 22,462        | 25,444           |
| 2012                                | 84,061     | 29,406        | 28,050           |
| 2013                                | 95,667     | 31,663        | 28,172           |
| 2014                                | 97,294     | 32,492        | 30,100           |
| 2015                                | 76,319     | 25,554        | 32,789           |
| 2016                                | 82,400     | 26,475        | 38,145           |
| 2017                                | 90,847     | 29,815        | 40,730           |
| 2018                                | 89,227     | 29,785        | 42,685           |
| 2019                                | 94,852     | 30,809        | 46,700           |
| Total                               | 834,329    | 275,900       | 337,411          |

Fuente: Elaboración propia con datos de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (2021a).

La Tabla 4. 5 nos muestra las patentes concedidas desde el año 2010 al 2019. En el país se concedieron en los diez años un total de 1, 110, 229 patentes. En toda la década fueron a los residentes a aquellos que les concedieron más patentes, prácticamente patentaron 3 veces más que los no residentes. Además en el extranjero se les concedieron patentes por la cantidad de 337, 441 en la década. Patentaron más los surcoreanos que todos los no residentes en Corea del Sur, excepto en los años 2012, 2013 y 2014.

#### 4. 6. 2 México.

La cultura de las patentes en México da bastante que desear. Prácticamente esta estructura ha estado al servicio de extranjeros desde sus inicios. A continuación, se muestran los datos que corroboran el estado en el que se encuentra la este rubro.

**Tabla 4. 6 Patentes concedidas 2010-2019, México.**

| Patentes concedidas (México) |            |               |                  |
|------------------------------|------------|---------------|------------------|
| Año                          | Residentes | No residentes | En el extranjero |
| 2010                         | 229        | 9,170         | 195              |
| 2011                         | 245        | 11,240        | 233              |
| 2012                         | 290        | 12,068        | 381              |
| 2013                         | 312        | 10,056        | 514              |
| 2014                         | 305        | 9,514         | 478              |
| 2015                         | 410        | 8,928         | 487              |
| 2016                         | 423        | 8,229         | 527              |
| 2017                         | 407        | 8,103         | 689              |
| 2018                         | 457        | 8,464         | 712              |
| 2019                         | 438        | 8,264         | 707              |
| Total                        | 3,516      | 94,036        | 4,923            |

Fuente: Elaboración propia con datos de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (2021b)

El caso de México es bastante peculiar dentro de las economías analizadas. En este país los no residentes son los que llevan la delantera en cuanto a patentes. De las 97, 552 concedidas en la década analizada, solamente el 3.6 por ciento pertenecen a residentes. Por otro lado, se puede decir que prácticamente el mexicano patenta más en el extranjero que en su propio país. El problema de la propiedad intelectual es la falta de una cultura que respete tales derechos. El carecer de esta cultura mantiene un círculo vicioso en el cual no existen incentivos para invertir en innovaciones.



#### 4. 6. 3 Reino Unido.

El Reino Unido, tiene una gran historia apegada a las patentes. Fue en esta región donde surge la primera revolución industrial y estas tuvieron una gran importancia para el desarrollo tecnológico y la protección de las invenciones de la época. La ingeniería inversa y la competencia con Alemania llevaron a que se fortaleciera el tema de la propiedad intelectual.

**Tabla 4. 7 Patentes concedidas 2010-2019, Reino Unido.**

| Patentes concedidas (Reino Unido) |            |               |                  |
|-----------------------------------|------------|---------------|------------------|
| Año                               | Residentes | No residentes | En el extranjero |
| 2010                              | 4,180      | 3,271         | 12,514           |
| 2011                              | 4,938      | 4,181         | 13,401           |
| 2012                              | 4,996      | 3,890         | 15,234           |
| 2013                              | 4,528      | 2,771         | 16,085           |
| 2014                              | 4,388      | 2,671         | 16,504           |
| 2015                              | 4,934      | 2,626         | 16,537           |
| 2016                              | 5,827      | 2,705         | 18,016           |
| 2017                              | 6,390      | 3,044         | 18,742           |
| 2018                              | 6,832      | 2,977         | 19,610           |
| 2019                              | 7,203      | 2,867         | 21,261           |
| Total                             | 54,216     | 31,003        | 167,904          |

Fuente: Elaboración propia con datos de la Organización mundial de la Propiedad Intelectual (2021c).

El comportamiento de la patentes en el Reino Unido es bastante diferente al de Corea del Sur y México. En esta región las patentes concedidas de no residentes no superaron a las de los residentes, al menos desde el año 2010. Pero lo más interesante es que se le han concedido más patentes en el extranjero que en su propio territorio, además esas patentes en el extranjero superan por el triple las concedidas en la propia región por residentes. En total son 85, 219 patentes que se han concedido en el Reino Unido del año 2010 al 2019.

#### 4. 6. 4 Comparativo de patentes por residentes.

A continuación, se lleva a cabo un comparativo entre las tres economías analizadas en cuanto a patentes concedidas por residentes.

**Tabla 4. 8 Patentes concedidas por residentes, Corea del Sur, México y Reino Unido.**

| Patentes concedidas por residentes. |               |        |             |
|-------------------------------------|---------------|--------|-------------|
| Año                                 | Corea del Sur | México | Reino Unido |
| 2010                                | 51,404        | 229    | 4,180       |
| 2011                                | 72,258        | 245    | 4,938       |
| 2012                                | 84,061        | 290    | 4,996       |
| 2013                                | 95,667        | 312    | 4,528       |
| 2014                                | 97,294        | 305    | 4,388       |
| 2015                                | 76,319        | 410    | 4,934       |
| 2016                                | 82,400        | 423    | 5,827       |
| 2017                                | 90,847        | 407    | 6,390       |
| 2018                                | 89,227        | 457    | 6,832       |
| 2019                                | 94,852        | 438    | 7,203       |
| Total                               | 834,329       | 3,516  | 54,216      |

Fuente: Elaboración propia con datos de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (2021a, 2021b y 2021c).

La Tabla 4. 8 nos muestra un comparativo de las patentes concedidas por residentes en las tres economías. Podemos dar cuenta del avance importante que tiene Corea del Sur en este sector respecto a las otras economías, superando más de 15 veces las concedidas en Reino Unido y más de 237 veces a México, si realizamos la suma de los diez años. Más allá del apoyo al interior que tiene Corea del Sur en cuanto a patentes por parte de sus instituciones con los mismos residentes es clara la cultura en cuanto al derecho de propiedad intelectual en este rubro. Por su parte México se puede considerar un país bastante atrasado en el sector.

#### 4. 7 Comparativo en pilares y subpilares creativos, *The Global Innovation Index*.

El *Global Innovation Index* (GII) califica años tras año los factores necesarios para la innovación de prácticamente todas las economías del planeta. Muestra la calificación de 7 pilares los cuales son: *instituciones, capital humano e investigación, infraestructura, sofisticación del mercado, sofisticación de los negocios, resultados en conocimiento y tecnología, y resultados creativos*.

En la presente investigación se analizarán los lugares ocupados por las economías de Corea del Sur, México y Reino Unido, específicamente en el subpilar *creación de conocimiento*, el pilar *resultados creativos* y los subpilares del pilar mencionado anteriormente que son: *activos intangibles, servicios y bienes creativos, y creatividad online*, los cuales están relacionados con la economía creativa.

Cabe destacar que dentro del subpilar *creación de conocimiento* se califican las *patentes, modelos de utilidad, artículos científicos y documentos citables*.

En el subpilar de *activos intangibles* se califican las *marcas comerciales, marcas de valor global, diseños industriales, TIC's y creación de modelos organizacionales*.

En el subpilar *bienes y servicios creativos* se califica la *exportación de servicios creativos y culturales, filmes nacionales, mercado de medios de entretenimiento, prensa y otros medios, y bienes creativos de exportación*.

En el subpilar *creatividad en línea* se califican los *dominios genéricos de primer nivel, dominios territoriales, las ediciones en wikipedia, la creación de aplicaciones móviles*.

El pilar *resultados creativos* se califica con los tres subpilares anteriores.

**Tabla 4. 9 Creación de conocimiento. Ranking ocupado por Corea del Sur, México y Reino Unido. Años 2012-2018.**

| Subpilar       | Knowledge Creation Ranking |      |      |      |      |      |      |
|----------------|----------------------------|------|------|------|------|------|------|
| Año            | 2012                       | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
| United kingdom | 13                         | 8    | 7    | 7    | 9    | 10   | 9    |
| Korea          | 3                          | 4    | 1    | 1    | 3    | 2    | 3    |
| Mexico         | 91                         | 78   | 88   | 83   | 73   | 70   | 74   |

Fuente: Elaboración propia con datos del GII 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018.

A través de los siete años analizados se puede cuenta que Corea del Sur no ha dejado de estar en los primeros lugares de países con mayor creación de conocimiento. Su lugar más bajo

fue en el año 2013 donde ocupó el cuarto lugar. Por su parte, el Reino Unido tiene una buena colocación en el índice, específicamente en este subpilar, su lugar más bajo fue en el 2012 donde ocupó el lugar número 13, pero después de eso no ha abandonado su posición entre los primeros 10 lugares. México tiene mucho camino por recorrer y bastantes áreas de oportunidad en las cuáles necesita enfocarse, el mejor lugar que ha tenido este país desde hace 7 años fue en el 2017, donde ocupó el lugar 70. Es necesario un enfoque en la generación de patentes, modelos de utilidad, artículos científicos y documentos citables para avanzar en este subpilar.

El último de los pilares que mide el Global Innovation Index se muestra a continuación:

**Tabla 4. 10 Creative Output Ranking, Comparativo Reino Unido, Corea del Sur y México. 2012-2018.**

| <b>Pilar</b>          | <b>Creative Outputs Ranking</b> |             |             |             |             |             |             |
|-----------------------|---------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>Año</b>            | <b>2012</b>                     | <b>2013</b> | <b>2014</b> | <b>2015</b> | <b>2016</b> | <b>2017</b> | <b>2018</b> |
| <b>United Kingdom</b> | 14                              | 9           | 7           | 5           | 3           | 4           | 4           |
| <b>Korea</b>          | 59                              | 54          | 38          | 28          | 21          | 15          | 17          |
| <b>Mexico</b>         | 79                              | 48          | 68          | 56          | 62          | 58          | 62          |

Elaboración propia con datos del GII 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018.

El país mejor posicionado es el Reino Unido, seguido por Corea del Sur y al final México. Las siguientes tablas son el reflejo de los resultados que se presentan en la tabla anterior, prácticamente se evalúan los resultados creativos.

**Tabla 4. 11 Intangible Assets Ranking (subpilar del pilar Creative Output).**

| <b>Subpillar</b>      | <b>Intangible Assets Ranking</b> |             |             |             |             |             |             |
|-----------------------|----------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>Año</b>            | <b>2012</b>                      | <b>2013</b> | <b>2014</b> | <b>2015</b> | <b>2016</b> | <b>2017</b> | <b>2018</b> |
| <b>United Kingdom</b> | 65                               | 46          | 40          | 31          | 9           | 8           | 18          |
| <b>Korea</b>          | 78                               | 68          | 29          | 19          | 2           | 3           | 2           |
| <b>Mexico</b>         | 77                               | 60          | 103         | 78          | 77          | 64          | 67          |

Elaboración propia con datos del GII 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018.

Después de dos años estando calificado peor que el Reino Unido, 2012 y 2013, Corea del Sur da un salto al lugar número 29, colocándose por encima de esta economía, da otro salto de 10

lugares en tan solo un año posicionándose en el lugar 19, para después pasar al lugar número 2 en 2016 y mantenerse prácticamente entre los tres primeros lugares en los siguientes dos años. La posición más alta que ha ocupado el Reino Unido es la octava, en el año 2017, y la peor fue en 2012, cuando ocupó el lugar 65. La peor posición en la que estuvo México en estos 7 años fue en el 2014, colocándose en el número 103 y su mejor posición fue en el 2013 donde ocupó el lugar 60.

Las prácticas importantes para lograr escalar en este subpilar debe ser un enfoque en las marcas comerciales, marcas de valor global, diseños industriales, creación de modelos organizacionales y tecnologías de la información.

**Tabla 4. 12 Ranking comparativo del subpilar bienes y servicios creativos. Reino Unido, Corea del Sur y México. 2012-2018.**

| <b>Subpilar</b>       | <b>Creative Good and Services Ranking</b> |             |             |             |             |             |             |
|-----------------------|-------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>Año</b>            | <b>2012</b>                               | <b>2013</b> | <b>2014</b> | <b>2015</b> | <b>2016</b> | <b>2017</b> | <b>2018</b> |
| <b>United Kingdom</b> | 8                                         | 10          | 5           | 4           | 7           | 6           | 2           |
| <b>Korea</b>          | 46                                        | 44          | 43          | 46          | 50          | 35          | 37          |
| <b>Mexico</b>         | 81                                        | 17          | 40          | 38          | 42          | 31          | 36          |

Elaboración propia con datos del GII 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018.

En este subpilar aquellos que logran exportaciones de servicios culturales y creativos, filmes nacionales, mercado de entretenimiento, impresión y exportación de bienes creativos son los que mejor colocados quedarán.

En la Tabla 4. 12 se puede dar cuenta que el Reino Unido está por mucho mejor posicionado que las otras dos economías. Cabe destacar que en este caso México se encuentra mejor calificado que Corea del Sur en 6 años.

**Tabla 4. 13 Comparativo de ranking del subpilar creatividad en línea. Reino Unido, Corea del Sur y México. 2012-2018.**

| <b>Subpilar</b>       | <b>Online Creativity Ranking</b> |             |             |             |             |             |             |
|-----------------------|----------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>Año</b>            | <b>2012</b>                      | <b>2013</b> | <b>2014</b> | <b>2015</b> | <b>2016</b> | <b>2017</b> | <b>2018</b> |
| <b>United Kingdom</b> | 4                                | 5           | 4           | 3           | 4           | 4           | 7           |
| <b>Korea</b>          | 48                               | 47          | 40          | 41          | 35          | 40          | 37          |
| <b>Mexico</b>         | 58                               | 66          | 57          | 60          | 63          | 73          | 81          |

Elaboración propia con datos del GII 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018.

Al igual que en la tabla anterior, el Reino Unido está mejor posicionado por bastantes lugares que las otras dos economías. En estos 7 años se ha mantenido dentro de los 7 mejores lugares en este subpilar. Corea del sur ha ocupado lugares que van desde el 35 hasta el 48, y México ha ocupado lugares del 57 que fue su mejor año hasta el 81 que ha sido el peor en 2018.

Las prácticas que deben mejorar para ocupar las mejores posiciones son el crear dominios genéricos de nivel superior, dominios de nivel superior de código de país, ediciones en *Wikipedia*, así como la creación de aplicaciones móviles.

## Capítulo 5

### Cultura Global y Nacional

#### 5.1 Cultura Global.

Existe una cultura global que se ha venido imponiendo a lo largo del tiempo. Se conforma de algunos valores e instituciones que se consideran importantes y que han dejado su impronta en la sociedad global, ya que sin ellos es prácticamente imposible imaginar el mundo actual, los cuales son los siguientes: la empresa, las TIC's, la plusvalía, el comercio, la búsqueda de una consolidación democrática, el multiculturalismo y la occidentalización. Valores e instituciones que se fortalecen unos a otros y que forman parte de lo que podríamos considerar actualmente la cultura global.

##### 5. 1. 1 El Sistema-Mundo.

De acuerdo a Milton Santos (1993), la globalización es la posibilidad de conocerlo y utilizarlo todo a escala planetaria, en tanto corresponde a la fase más avanzada del proceso de internacionalización y se expresa como la extensión del sistema mundo a todos los lugares y a todos los hombres; se puede resumir en tres rasgos, relacionados y solidarios a escala mundial: la unidad técnica, la convergencia de los momentos y la unicidad del motor.

*“En la aurora de la historia, existían tantos sistemas técnicos como lugares. La historia humana es también la historia de la disminución del número de sistemas técnicos, un movimiento de unificación acelerado por el capitalismo. Hoy se observa por todas partes, al Norte y al Sur, el Este y al Oeste, el predominio de un solo sistema técnico, base material de la mundialización.*

*La instantaneidad de la información globalizada aproxima los lugares, hace posible una toma de conocimiento inmediata de los acontecimientos simultáneos y crea entre lugares una relación unitaria a escala mundial.*

*Y entonces no está de más la medida de la plusvalía. Esta, reconvertida en mundial por la generalización de la producción y unificada por intermedio del sistema bancario, constituye el motor primero” (Santos, 1993, p. 70)*

Podemos entender entonces que, para Santos, la cultura que ha asentado el sistema capitalista en el planeta es la unidad técnica (la empresa), la cual no podría dividir su trabajo a escala global sin la convergencia de los momentos (las TIC's) para tener al instante las circunstancias de cada una de ellas alrededor del planeta, sin embargo esta no tendría sentido sin el motor primero que es la que le da el impulso, la plusvalía.

La empresa a nivel global es, actualmente, vista como la principal fuente generadora de riqueza. Ejemplo de ello es su aceptación en la gran mayoría de los países.

Las TIC's dieron al sistema capitalista un impulso inmenso, además del aprovechamiento de latitudes, longitudes y altitudes que anteriormente no se tenían contempladas dentro de la cadena productiva, dieron la oportunidad al sistema técnico de obtener plusvalía de todo, en todos los lugares. Han permitido la acumulación del capital a escala global, desde el momento en que estas penetraron en los sistemas bancarios. El movimiento de capital alrededor del planeta por medio de las grandes corporaciones, ya sea para inversión extranjera directa o indirecta, ha restado importancia a los efectos negativos que tiene la actividad misma, lo importante reside entonces en la generación y acumulación de riqueza.

Y es que las TIC's han cambiado la manera en que se produce, se comunica, se gestiona y se vive. Llevando su impacto y aceleración a actividades que van desde lo económico, lo social y hasta lo político (Castells, 2008).

### **5. 1. 2 Multiculturalismo y multicomunitarismo.**

Para Alain Touraine (1997), es importante distinguir entre multiculturalismo, concepto que propone una riqueza de culturas importante a elegir, y multicomunitarismo. Bauman (2013) comenta que el primero establece el derecho de un individuo a elegir su manera de vida, mientras que el segundo da por sentado el hecho de que la lealtad de cualquier individuo se encuentra en su comunidad de origen, lo que hace a un lado esa negociación de valores y estilo de vida. La coexistencia y colaboración humana, comenta el mismo Bauman, es potencialmente perjudicial si se mezclan estas dos tendencias, ya discutidas y desarrolladas en el credo multiculturalista.



El multiculturalismo, para Bauman (2013), da por sentado las diferencias de clases en el planeta y no busca interferir en la solución de estas. Llama a este proceso "globalización negativa", desenfrenada y carente de supervisión.

*"El "multiculturalismo" es la respuesta que dan con mayor frecuencia las clases instruidas, influyentes y políticamente significativas cuando se les pregunta por los valores a cultivar y por la dirección a seguir en estos tiempos de incertidumbre. Esta respuesta se eleva a canon de "corrección política", transformada en axioma que no requiere fundamento ni prueba; un peculiar prolegómeno a toda otra consideración en cuanto a elecciones de línea política, una doxa que vale como piedra angular, es decir, un saber que sirve para pensar, pero que rara vez – o quizá nunca- es el tema sobre el cual se piensa" (Bauman, 2013, p. 45).*

Bauman (2013) es claro en sus comentarios al notar la gran diferencia de riqueza existente en el mundo y la forma "políticamente correcta" en que los países avanzados establecen su postura frente a aquellos en vías de desarrollo. Esa es, que los primeros establecen un distanciamiento de los segundos argumentando que las malas elecciones que han tomado los ha llevado a las circunstancias en las que se encuentran y que para salir adelante es necesario que cada uno lo haga a su manera, sin embargo las reglas del juego ya están en curso y la dificultad a la que se enfrentan por el atraso y la falta de asimilación de estas hacen que permanezca el statu quo.

Otros autores han tomado términos como la hibridación o criollización, específicamente para productos y servicios, lo que ha provocado un tipo de asimilación y aceptación de productos y servicios provenientes de otras regiones. Sucede algo bastante curioso en el ámbito de la aceptación de los productos extranjeros, ya que en esos productos o servicios imponen un tipo de occidentalización.

### 5. 1. 3 Occidentalización.

Para Marín (2003), la occidentalización del mundo inicia con las Cruzadas y continúa con los descubrimientos de África y América, llevados a cabo por las expediciones portuguesas, españolas y europeas a finales del siglo XV. Define los siguientes procesos de la historia como de dominación económica, política y cultural, todos ellos llevados a cabo por la imposición del etnocentrismo occidental: *a)* evangelización de los paganos; *b)* civilización de los salvajes; *c)* el desarrollo de los subdesarrollados; y *d)* globalización económica y cultural.

De acuerdo con Marín (2003), lo occidental tiene su propia visión del mundo y sus sistemas de valores los considera como universales, con relación a los otros (lo, no occidental). El proceso actual de dominación económica y expansión del capitalismo es llevado a cabo por su principal institución, la empresa. Sobre todo, las grandes empresas multinacionales, que son quienes salen mejor beneficiadas, por su influencia política y poder económico, lo que conlleva a una estandarización cultural.

El colocar en una escala inferior a las sociedades indígenas por el atraso que tenían, legitima todo un conjunto de procesos a llevar a cabo en tales comunidades. Aunque en la actualidad algunos de esos procesos son bastantes sutiles, en siglos pasados causaron bastantes injusticias. (Marín, 2003)

La evangelización en América fue de las primeras imposiciones del etnocentrismo europeo. El bautismo permitía convertir al indígena en indio evangelizado, sin embargo pasaba a condición de salvaje que necesitaba ser civilizado. La alfabetización en castellano o portugués, lenguas dominantes, era el segundo paso para civilizar al salvaje. La escuela permitía la imposición de las culturas y lenguas oficiales. Es en esta donde se encuentra hasta nuestros días el divorcio de la sociedad real y la sociedad oficial. Ya que esta juega un papel importante en la negación de la identidad cultural. El tercer periodo de occidentalización es el desarrollo de los subdesarrollados por medio de la modernidad (libertad, justicia y visión laica del mundo) (Marín, 2003).

Para Touraine (1993, citado en Marín, 2003), el occidente durante mucho tiempo ha creído que la modernidad era el triunfo de la razón, la destrucción de las tradiciones, de las identidades, de las creencias, la colonización de lo vivido por el cálculo. Esto junto con la constitución del Estado-Nación como un modelo político de Estado a seguir. Este modelo

conlleva a la negación de una diversidad cultural y lingüística dentro de los propios territorios, al establecer una sola lengua como la oficial, una historia y una cultura homogénea.

La globalización económica y cultural, tiene deferentes perspectivas, como anteriormente se comentó, la escuela de Frankfurt ve en la industrialización de la cultura un fenómeno en el cual se comercializa con la identidad de los pueblos, distorsionando algunas veces las tradiciones de estos.

Sin embargo, el establecimiento de una cultura general como lo ha sido la americanización, conlleva a costumbres que asientan en las sociedades una manera de vivir, de producir, de consumir, de vestirse, de comer y de derrochar. Características que no todas las sociedades pueden sostener (Marín, 2003).

Trasladando entonces la occidentalización a la actualidad., se encuentran un conjunto de elementos que la favorecen y la fortalecen en el planeta, y que anteriormente definimos como valores o instituciones, los cuales son: la empresa, las TIC's, el multiculturalismo, la plusvalía, el comercio y el establecimiento de la democracia. Se puede entonces decir que el establecimiento de una cultura occidental es por la que el planeta está pasando en la actualidad.

## **5. 2 Cultura nacional.**

Dentro de la cultura global en la que están inmersos los países cabe resaltar que surgen culturas dentro de cada nación. Su historia, su política, su sociedad, va estableciendo una cultura que podría definir prácticamente a cada país. Consideramos importante entender el contexto, además de global, nacional de las economías a analizar importante para la presente investigación. Ya que el desarrollo y las circunstancias de cada nación son distintas, es claro que cada una de ellas desarrollará productos y servicios creativos si no totalmente diferentes, por lo menos algunos se inclinarán más hacia las industrias culturales mientras que otros a las industrias creativas o si tienen la riqueza cultural y el avance tecnológico pueden llevar con éxito los dos sectores de manera importante.

### **5. 2. 1 Corea del Sur, Estado Desarrollista Autoritario.**

La historia de esta nación se remonta a más de dos milenios, sin embargo a partir del siglo VI inicia su existencia como un Estado autónomo y unificado, estando prácticamente siempre

presionado por los pueblos vecinos. Algunas evidencias de esto son las incursiones de China y los ataques de piratas japoneses. Entre esas y otras incursiones destacan la dominación de los mongoles durante los siglos XII y XIV, la invasión japonesa de 1592 a 1598, la dominación colonial japonesa de 1910 a 1945, la ocupación de EE. UU. y la URSS entre 1945 y 1948. Sin dejar de mencionar el importante evento histórico en el cual el país se divide en dos estados, La República Popular Democrática de Corea (Corea del Norte) y la República de Corea (Corea del Sur) (Romero, 2005, citado en Guzmán, 2018).

Las instituciones coreanas durante el Siglo VII se forjaron principalmente bajo una ideología confuciana, esto por la influencia de China. En ese siglo también se comenzó con una integración nacional basada en la etnia, la cultura y en una misma lengua. Durante la dinastía Yi (1392-1910) se estableció un sistema político jerárquico, autoritario y centralizado (Palais, 1991, citado en Guzmán, 2018).

De acuerdo al sistema confuciano, Corea representaba un universo cultural, jerárquicamente organizado, parecido a la organización de una familia donde todos los individuos estaban subordinados al jefe de familia. Los valores de la sociedad y la política eran "orden y armonía". Para China funcionaba de la misma manera pero no solo internamente sino también hacia el exterior; fue entonces que Corea tuvo que subordinarse a China por su condición de hermano menor. El rey ejercía el mandato del cielo desde la cúspide de la pirámide en la estructura política, gobernaba con el ejemplo y actuaba con comprensión y tolerancia, de la misma manera que los funcionarios gubernamentales. En la escala social el político era visto como un ser virtuoso y sabio que cultivaba tanto la poesía como el arte de gobernar. La estructura del Estado en el sistema confuciano era vertical y no había división de poderes, ya que el ejecutivo cubría todas las actividades de la sociedad, de acuerdo con esto, los mandatos que el ejecutivo realizaba se debían llevar a cabo sin discusión alguna. Se puede entonces decir que el gobierno no estaba para servir al pueblo sino que aquel se encontraba por encima de él.

Cuando Corea se vuelve colonia de Japón estas tradiciones políticas cambiaron, la ideología confuciana fue abolida, sin embargo la división jerárquica siguió, así como la estructura vertical en la toma de decisiones, también se reforzó el autoritarismo. Los funcionarios japoneses ejercieron un fuerte control por medio de la represión sobre la población coreana. Con la nueva colonia japonesa se reorganizó la propiedad, además se logró incorporar nuevas técnicas agrícolas y modernizaron algunas otras actividades. Por medio del Banco de Corea se regulaba a

la colonia logrando establecer una infraestructura que después llevaría a la industrialización. Se fundó también un sistema judicial que discriminaba a los coreanos, tratándolos como ciudadanos de segunda clase.

Esta historia colonial dejó ya en Corea una cultura política autoritaria, lo que llevó a una vigilancia excesiva de cada una de las políticas industriales propuestas además de una represión hacia los movimientos sindicales o ciudadanos (Romero, 2005, citado en Guzmán, 2018). Causa que llevó a un gran crecimiento económico, pero que como consecuencia tuvo la violación de derechos laborales y ciudadanos importante. Lo cual deja mucho que desear si buscamos rasgos democráticos en el país. Es por esto que Berger (2004) cataloga a Corea del Sur como un Estado Desarrollista Autoritario o bien un régimen de industrialización Burocrático-Autoritario, que ejerció un alto grado de control sobre la distribución del capital y de los mecanismos de planeación industrial.

## **5. 2. 2 México, cultura derivada.**

### ***5. 2. 2. 1 Inferioridad, imitación e individualismo.***

Para Ramos (2012), existen algunos rasgos importantes que ha encontrado en el mexicano de todas las clases sociales, como lo son la desconfianza, la agresividad y la susceptibilidad, las cuales obedecen a una misma causa, la inferioridad. Existe para Ramos una desvalorización del mexicano hacia sí mismo, cometiendo de esa manera una injusticia hacia su persona. Esa inferioridad tiene un origen histórico que debe buscarse en la Conquista y Colonización. Sin embargo, no se manifiesta sino hacia la independencia, momento en el que ha de buscar por sí mismo una fisionomía nacional propia. Al ser un país joven, trató de dar un salto a la altura de la vieja civilización europea, es entonces donde se da el conflicto entre lo que se quiere y lo que se puede. Lo que lo llevó a tener un sentimiento de superioridad para la cual no estaba preparado. Al tratar de imitar las ideas europeas, las instituciones y a Europa en general se creó una fricción colectiva por ser tomadas como un hecho.

Imitar sin asimilar:

*“A menudo se exaltan falsos valores auténticos. Otras veces, se imita ciegamente lo extranjero, ahogando de este modo el desenvolvimiento de las potencialidades nativas. En ocasiones, al contrario, se rechazan valores extranjeros que hacen falta en México,*

*alegando una sana intención nacionalista, aún cuando ésta solo recubra la ineptitud. Pero entre todas estas fuerzas negativas parece seguir dominando el impulso de imitación ilógica en el que se expresa una impaciencia pueril por saltar las etapas”* (Ramos 2012, p. 16).

#### **5. 2. 2. 2 Cultura derivada y de auto denigración.**

Para Ramos (2012) la cultura está condicionada por cierta estructura mental del hombre y los accidentes de su historia. Para este autor, no existe posibilidad de que México tenga una cultura de primera mano, original. Ya que no surge en el mundo de manera aislada de la civilización, es por ello que para Ramos la única cultura posible de México es la derivada. Y es que México, durante toda su existencia se ha alimentado de la cultura europea, o por lo menos hasta la fecha donde su estudio es llevado a cabo. Al hacerse independiente, la minoría más ilustrada, buscando culturizarse a la manera europea se aproxima, según Ramos, al descastamiento. Para él, no se puede negar que el interés por la cultura extranjera de muchos mexicanos representa una fuga espiritual de su propia tierra. De esa actitud mental surge entonces la autodenigración mexicana. Ha nacido entonces, el mexicano, admirando e imitando culturas ajenas a su realidad.

Ramos (2012) establece que la imitación realizada por los mexicanos es un sistema vicioso que se ha practicado en México durante más de un siglo. Sin embargo, esta imitación se ha venido dando sin darse cuenta. De buena fe, creían estar incorporando civilización al país. En el proceso de tal mimetismo, el mexicano ha desatendido su propia cultura de manera inconsciente, esto puede definir entonces un carácter peculiar de la psicología mestiza. Esto provoca incultura, ya que para imitar es necesario tener en cuenta que tal imitación valdrá la pena.

Según Ramos (2012), la historia debe concebirse, no como la conservación de un pasado muerto, sino como un proceso viviente en el que ese pasado está transformándose en un presente siempre nuevo. Cada momento de la historia tiene su fecha y no vuelve a repetirse jamás. Para Calderón, en la historia hispanoamericana, hay un tipo de apelación que regresa en revoluciones, al mismo tipo de hombre, de promesas y métodos. *“La comedia política se repite periódicamente; una revolución, un dictador, un programa de restauración nacional”* (Ramos, 2012, p.25). Justo Sierra (s. f., citado en Ramos, 2012), comenta que México ha tenido solamente

dos revoluciones, la Independencia y la Reforma. Las dos, manifestaciones de un mismo trabajo social: la emancipación de España, la primera, y la emancipación del régimen colonial. Etapas de una misma tarea de creación de un individuo nacional dueño de sí mismo.

No todas las culturas se han creado por medio del mismo proceso genético. Las viejas han crecido en el mismo lugar donde tienen sus raíces, mientras que las modernas se han construido por medio de culturas pasadas. Para poder decir que un país ha forjado una cultura derivada debe haber en el inconsciente un conjunto de elementos del país original. De ahí surge la importancia de tres conceptos en la cultura de América, la trasplatación, la imitación y la asimilación (Ramos, 2012).

Ramos (2012) comenta que entre el proceso de imitación y el de asimilación existe la misma diferencia que hay entre lo mecánico y lo orgánico. La observación histórica permite comprender si tras la imitación hay un proceso de íntima asimilación. Entonces hasta qué punto se puede hablar de asimilación de la cultura cuando los mexicanos tienen sangre europea. Hubo un mestizaje, pero no cultural, a su vez hubo una destrucción de la cultura indígena al ponerse en contacto con los conquistadores. La conquista se llevó a cabo por una teocracia católica, la cual luchaba por sustraer de su pueblo las ideas modernas del Renacimiento. El único agente civilizador en el Nuevo Mundo fue la Iglesia Católica, fue así que moldeó a las sociedades americanas dentro de un sentido medieval de la vida, todo esto debido al gran monopolio pedagógico de la Iglesia.

### **5. 2. 2. 3 El individualismo heredado.**

De acuerdo con Ramos (2012), el mexicano hereda del español el individualismo. Y es que dentro de la idiosincrasia del español se alaba bastante este tipo de característica. De hecho, no fue un colectivo el que conquista América, sino un acto individual. S. Madariaga, en Ramos (2012, p. 31), *"afirma que éste (el español), como hombre de pasión, tiene que ser rebelde a todo encadenamiento por parte de la vida colectiva y es, en consecuencia, un individualista... Lo curioso de España es que allí se puede ser individualista hasta los extremos sin dejar de ser español... La inestabilidad de la vida española, después de su efímero periodo de unidad y grandeza imperial, es el efecto de la fuerza centrífuga de los individuos que dificulta toda acción colectiva uniforme"*. Era entonces cuestión de tiempo para que la Nueva España se

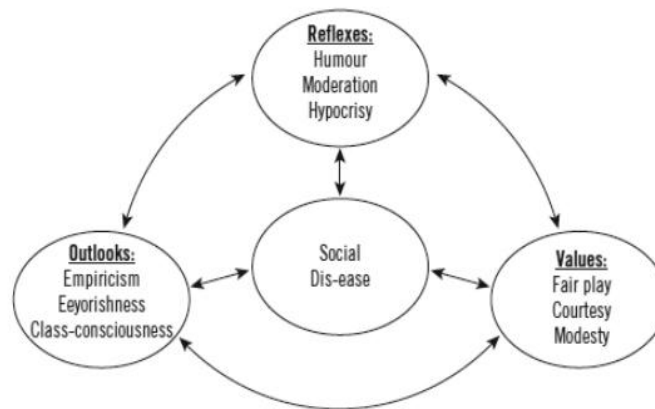
independizara. “No hacíamos otra cosa que emanciparnos de España a la española”. Ramos (2012, p. 32).

Queda entonces en el mexicano esta característica de tener una pasión individualista por lograr sus fines. Sintiéndose inferior, pero mostrando una superioridad superficial que oculta tal inferioridad. Lo que hace que denigre su cultura y busque, a pesar de no estar preparado, en las naciones más avanzadas esa superioridad que tanto desea.

### 5. 2. 3 Reino Unido, el antisocial.

Para Kate Fox (2014), existen 10 características que definen al ciudadano inglés. La principal es lo que ella llama la enfermedad social, un tipo de característica que de acuerdo a la descripción que lleva a cabo en su obra se refiere específicamente a lo *antisocial*. Las otras nueve las coloca en tres grupos, como se muestra en la siguiente figura:

**Figura 5. 1 Características del ciudadano inglés.**



Fuente: Kate Fox (2014, pág. 541).

De acuerdo con la autora, la obsesión por la privacidad ha llevado al ciudadano inglés a una dicotomía en su comportamiento, una parte bastante afamada “la reserva inglesa” y otra infame “el hooliganismo inglés”. Fox (2014), coloca lo antisocial como la característica principal del inglés, ya que de acuerdo a su análisis de esta se derivan todos los demás reflejos, perspectivas de la vida y valores, como se muestra en la Figura 5.1.



### **5. 2. 3.1 Reflejos del ciudadano inglés.**

Dentro del grupo de reflejos del inglés coloca al humor, a la moderación y a la hipocresía. Los reflejos para Fox (2014), son aquellos impulsos enraizados, automáticas formas de pensar y ser, así como respuestas instintivas o lo que ella llama el modo predeterminado del inglés.

Dentro de este grupo de reflejos el que considera más importante es el humor. Comenta que este es algo que viene de modo predeterminado en el inglés. Las conversaciones, ya sean virtuales o sociales, involucran siempre bromas, ironía, ingenio, burla, juego de palabras, sátira, eufemismo, autodesprecio, sarcasmo, toque de pomposidad o simplemente tontería. El humor para el inglés es como respirar, no funciona sin él. Es una respuesta particular cuando se siente incómodo o sin poder manejar algún asunto. Cuando duda, bromea. Sin embargo, este tipo de humor no debe ser confundido con el buen humor. Es todo lo contrario, mucho de este comportamiento es cínico, negro, hostil o algunas veces cruel. Es pasivo-agresivo, una forma cobarde, calculada y manipuladora forma de violencia. Tanto que los bromistas no podrían derrocar a gobiernos pero han contribuido significativamente a la caída de muchos líderes políticos. Lo positivo del humor inglés es que es también uno de los primeros significados para expresar afecto, así como para alcanzar un vínculo social e intimidad.

La segunda característica dentro de los reflejos es la moderación. Para la autora la moderación es un conjunto completo de cualidades relacionadas. El evitar los extremos, excesos e intensidad son algunas de ellas. El miedo al escándalo, la precaución y la preferencia por la comfortable domesticidad, familiaridad, seguridad y conveniencia. La ambivalencia, apatía, lo suave, la medianía, el no tomar parte en discusiones para no tener problemas con las partes, el conservadurismo. La moderada laboriosidad y el moderado hedonismo. El “trabajar moderadamente, jugar moderadamente”, más que el “trabajar duro, jugar duro” son citas que se prefieren. La inclinación por el orden y la especial marca de “desorden ordenado”. La tendencia al compromiso, lo complejamente ordinario del inglés. Con algunas notables excepciones, algunas excentricidades son mayormente colectivas y conformistas. El inglés hace todo con moderación, excepto la misma moderación, la cual lleva al extremo.

La tercera característica de los reflejos es la hipocresía. Para Fox (2014), el inglés es justamente renombrado por su hipocresía. Este es un rasgo omnipresente que involucra casi todo el comportamiento, aún los ideales que más se añoran como la modestia, la cortesía y el juego

limpio. Mucha de esa hipocresía es una forma de propiedad, ocultando opiniones reales y sentimientos con el fin de evitar entrar en discusiones, este comportamiento del inglés está vinculado con su moderación. Tal comportamiento no representa que son viles por naturaleza o pérfidos, o al menos no más que otras culturas, sino que lo antisocial los hace naturalmente cautos, indirectos, pasivo-agresivos, sin una inclinación a decir lo que quieren decir. Prefieren pretender ser propios que lanzar una afirmación honesta.

### **5. 2. 3. 2 *Perspectivas del ciudadano inglés.***

Para Fox (2014), otro grupo importante son las perspectivas. Las describe como la visión que se tiene del mundo; la manera de pensar, buscar, estructurar y comprender las cosas. La cosmología sociocultural.

El empirismo es la primera de las características dentro de las perspectivas. De acuerdo con Fox, en el inglés están enraizados estos principios filosóficos, basando su conocimiento en el sentido de la experiencia. El empirismo es un rasgo para mantener los pies en la tierra, acercamiento a la realidad, pragmatismo; o el cinismo, realismo, pretensión y disgusto por lo artificial.

El pesimismo es la segunda característica dentro de las perspectivas. Además de estarse quejando internamente demasiado de las cosas lo cual también es una característica que define al inglés, otro de los rasgos que lo caracteriza es la total ineficiencia para quejarse o confrontar la fuente de descontento, simplemente se quejan unos con otros, proponer soluciones prácticas está olvidado debido a las reglas de la queja interna. Llorar desesperadamente está prohibido, excepto entre personas íntimas. El inglés tiene una marca especial de fatalismo.

La conciencia de clase es la tercera característica dentro de las perspectivas. De acuerdo con Fox (2014), todas las sociedades tienen una jerarquía y métodos para indicar el estatus social. Sin embargo, lo que distingue el sistema de clase social del inglés es: *a)* el hecho de que la clase no es evaluada del todo en la riqueza, muy poco en la ocupación, sino que en indicadores no económicos como el discurso, las maneras, el gusto y las elecciones del estilo de vida; *b)* el grado con el cual la clase determina el gusto, el comportamiento y los juicios; *c)* la aguda sensibilidad en la forma en que el sistema determina la clase; y *d)* la negación de todo esto y la

tímida aprehensión acerca de la clase: la oculta, la indirecta, la no hablada y la hipócrita naturaleza de la conciencia de clase del inglés.

### **5. 2. 3. 3 Valores del ciudadano inglés.**

En cuanto a los valores, para Fox (2014), estos son los ideales, las normas, la guía fundamental de principios. El estándar moral al cual se suscribe y al que se aspira. Esos valores son: el juego limpio, la cortesía y la modestia. El juego limpio es casi una obsesión religiosa. Mucha de la moralidad del inglés es acerca del juego limpio. El no promover este valor en el inglés provoca más indignación que cualquier otro acto. Este valor está muy marcado en las etiquetas no escritas. No solamente en los juegos o deportes que es donde está más asociado el término *fair play*, sino también es utilizado en compras, formalidades en la mesa, desorden ordenado, etiqueta de manejo, códigos de coqueteo, etiqueta de negocios, etcétera.

La cortesía es un poderoso ideal. Mucha de la propiedad del inglés está profundamente arraigada, tanto que es casi involuntaria y parece no tener sentido, pero otra requiere de conciencia o en efecto de una aguda autoconciencia. El inglés es bastante admirado por su cortesía pero condenado por su reserva, lo cual lo hace ver arrogante, frío y antipático. Aunque la reserva es ciertamente un síntoma de lo antisocial, es también al menos en parte una forma de cortesía, lo que los sociolingüistas llaman propiedad negativa. El inglés juzga a los demás juzgándose así mismo, y asume que todos comparten su misma necesidad obsesiva de privacidad.

El ciudadano inglés no es naturalmente más modesto que otras naciones, de hecho, prefieren la arrogancia, sin embargo, tienen estrictas reglas acerca de la apariencia de la modestia, incluyen prohibiciones en la jactancia y en las formas de darse importancia así mismos, y las reglas prescriben con la auto depreciación y la auto burla. Colocan en un lugar alto a la modestia, aspiran a ella. Sin embargo, la modestia que presentan actualmente es frecuentemente falsa. La propia depreciación es una manera de ironía, queriendo decir lo contrario a lo que la gente entiende. Es un tipo de código, no obstante, el problema surge cuando se trata de comunicar con algún extranjero en tal código. La modestia inglesa es frecuentemente competitiva y puede ser un distintivo del grado de humor involucrado. Las reglas de la modestia

frecuentemente actúan como un balance de la arrogancia natural, así como las reglas de la cortesía los protegen de las tendencias agresivas.

#### **5. 2. 3. 4 Posibles causas del comportamiento.**

Las siguientes son algunas hipótesis que presenta Fox (2014) acerca del porqué del comportamiento del inglés. Para comenzar se cuestiona *el clima*, sin embargo, Fox (2014) comenta que este en todo el norte de Europa es bastante parecido, ¿entonces por qué solamente el inglés presenta este tipo de comportamiento? Otro número de escritores apuntan hacia *la historia*. Sin embargo, surge la duda ¿qué parte de la historia? Si el haber tenido y haber perdido un imperio afectó, aunque también lo hizo Roma, España, Austria, Portugal y otros, pero ellos siguen siendo diferentes al inglés. Algunos sugieren que la tendencia de este comportamiento es aún más reciente (G. J Renier, autor de *The English: Are They Human?*) culpa a las *escuelas públicas* por el ridículo exceso de reserva inglesa, también atribuyen las desventajas sociales a la *segregación de género en las escuelas estatales*. El antropólogo Geoffrey Gorer apunta que el carácter nacional, específicamente la auto restricción y disciplina al *establecimiento de la fuerza policiaca*.

Algunos parecen creer que todo lo grosero, agresivo, trato antisocial comenzó junto con el sexo, en 1963, cuando las circunstancias fueron distintas, entonces los individuos comenzaron a comportarse de esa manera de nuevo. Fox se cuestiona entonces si ni el clima ni la historia pueden explicar completamente el comportamiento del inglés, qué hay de la geografía.

El ser una raza de isla se ha colocado algunas veces como la explicación al carácter nacional, tal como la insularidad. Sin embargo, existen muchas otras naciones insulares en el mundo y su idiosincrasia es diferente a la del inglés. Pero siendo más específicos, tomando el tamaño de la isla y la densidad de su población, relativamente pequeña, bastante sobrepoblada, no es difícil ver como tales condiciones producen una inhibición, obsesión por la privacidad, cautela social, difícil y algunas veces personas odiosamente antisociales, una cultura con propiedad negativa, cuya cortesía es la principal preocupación para evitar la intromisión y la imposición, una cultura con extremada conciencia de clase, preocupada con el estatus los límites y las demarcaciones, una sociedad caracterizada por la incomodidad, la vergüenza, la división, el

miedo a la intimidad, emociones, al escándalo, variando entre ser abotonado, sobre propiedad y una agresiva beligerancia.

### **5.3 *The World Values Survey (WVS).***

*The World Values Survey (WVS)*, o bien, la Encuesta Mundial de Valores, es una red global de científicos sociales que estudian el cambio de valores y su impacto en la vida política y social, es dirigida por un equipo internacional de estudiosos, con la Asociación *World Values Survey* y la Secretaría del *World Values Survey* con sede en Viena, Austria.

La encuesta, que comenzó en 1981, busca utilizar el diseño de investigación más rigurosa y de alta calidad. La WVS consiste de encuestas nacionalmente representativas conducidas en casi 100 países los cuales contienen casi 90 por ciento de la población mundial, utilizando un cuestionario en común. La WVS es la más grande investigación, no comercial, transnacional, de series de tiempo de creencias humanas y valores jamás llevada a cabo, actualmente incluye entrevistas con casi 400,000 encuestados. Además, la WVS es el único estudio académico cubriendo el rango total de variaciones mundiales, desde los países más pobres a los más ricos, en todas las mayores zonas culturales del mundo.

La WVS busca ayudar a científicos y tomadores de decisión a entender los cambios en las creencias, valores y motivaciones de la gente a través del mundo. Miles de científicos políticos, sociólogos, psicólogos sociales, antropólogos y economistas han utilizado tales datos para analizar temas como el desarrollo económico, democratización, religión, equidad de género, capital social, y bienestar subjetivo. Los datos también han sido ampliamente utilizados por funcionarios del gobierno, periodistas y estudiantes, y grupos en el Banco Mundial han analizado las relaciones entre factores culturales y el desarrollo económico.

Entender los valores de las culturas de las economías que se están estudiando es crucial para la presente investigación. Esto dará pie a un conjunto de deducciones acerca del efecto que tienen estos en la evolución de las sociedades, pero sobre todo en su evolución económica. La cultura, como se mencionó anteriormente, es de grupos y no de individuos, sin embargo, son los individuos por medio de sus decisiones los que van dictando los valores con los que decide regir su vida cotidiana y su convivencia con los propios.

La WVS trabaja por medio de olas (*waves*) que abarcan varios años en los cuales se llevan a cabo las encuestas. Y están compuestas de la siguiente manera: Wave 1 de 1981 a 1984; Wave 2 de 1990 a 1994; Wave 3 de 1995 a 1998; Wave 4 de 1999 a 2004; Wave 5 de 2005 a 2009; Wave 6 de 2010 a 2014; y Wave 7 de 2010 a 2014. En el presente estudio se eligió trabajar con la Wave 5, ya que fue la ola más actual que presentaba a las 3 economías a analizar, cabe resaltar también que lo más cercano a Reino Unido que se encontró fue Gran Bretaña y fueron los datos que se utilizaron. En algunas tablas presentadas los datos de esta región no se encontraron en las estadísticas.

A continuación, se presentan algunas preguntas con sus respectivos resultados. Se hace mención a la importancia de la ciencia, el rol de la mujer en los negocios, la tradición, la prensa, la televisión, entre otros. Cabe aclarar que Gran Bretaña es lo más cercano a Reino Unido que se encontró en la WVS, por tal motivo se incorporó no como iguales sino como un tipo de similitud, ya que esta simplemente excluye a Irlanda del Norte.

### **5. 3. 1 La tradición.**

Aunque existen distintas definiciones del concepto tradición, cabe destacar que en la pregunta llevada a cabo en la encuesta no especifica la definición presentada a los encuestados. Para comprender mejor tal cuestionamiento presentamos algunas de las ramificaciones que tiene el concepto.

De acuerdo con Madrazo (2005), la utilización cotidiana de la palabra está dirigida, por un lado, a todo lo heredado por los antepasados, así como a los actos repetitivos en el tiempo o provenientes de otra generación. Es entonces que se habla de tradiciones religiosas, festivas, comunicativas, normativas, técnicas, estéticas, culinarias, recreativas, etc. Esta manera de comprender la tradición es la que predomina en lo que ella denomina “sociedades *folk*”, en la que la manera de vivir tiene poca cercanía con la de las grandes ciudades. En este caso la tradición forma parte esencial en la cotidianeidad. De hecho, en algunas comunidades indígenas tal concepto es considerado como autoridad, lo que significa que la mayoría de las normas, prácticas, creencias e instituciones dependen de ella. Mientras que en las sociedades occidentales, aquellas con una tendencia a dirigir su vida por medio de la racionalidad

productiva capitalista e individualista, el concepto es utilizado para descalificar, así como expresar anacronismo, conservadurismo y retraso material.

Teniendo esto en cuenta podemos entender mejor la pregunta relacionada con la importancia que le dan las sociedades analizadas al concepto.

La pregunta relacionada con la tradición realizada a los encuestados fue: ¿es importante para ti la tradición? Las respuestas se presentan en la siguiente tabla:

**Tabla 5. 1 Importancia de la tradición. Corea del Sur, México y Gran Bretaña. WVS Wave 5: 2005-2009.**

|                                              | TOTAL | Country/región |        |               |
|----------------------------------------------|-------|----------------|--------|---------------|
|                                              |       | South Korea    | Mexico | Great Britain |
| <i>Very much like me</i>                     | 21.7  | 7.4            | 33.5   | 20.6          |
| <i>Like me</i>                               | 24.2  | 14.8           | 29.8   | 26.7          |
| <i>Somewhat like me</i>                      | 18.2  | 26.4           | 13.7   | 15.3          |
| <i>A little like me</i>                      | 15.3  | 25.5           | 8.5    | 13.8          |
| <i>Not like me</i>                           | 12.9  | 20.4           | 5.1    | 15.8          |
| <i>Not at all like me</i>                    | 6.2   | 5.5            | 6.5    | 6.6           |
| <i>Don't know</i>                            | 0.8   | 0              | 1.4    | 0.8           |
| <i>No answer</i>                             | 0.6   | 0              | 1.4    | 0.1           |
| <i>Missing; Not asked by the interviewer</i> | 0.1   | 0              | 0      | 0.2           |
| <b>(N)</b>                                   | 3.801 | 1.2            | 1.56   | 1.041         |
| <i>Mean</i>                                  | 2.92  | 3.53           | 2.4    | 2.97          |
| <i>Standard Deviation</i>                    | 1.54  | 1.31           | 1.49   | 1.58          |
| <i>Base mean</i>                             | 3.744 | 1.2            | 1.516  | 1.028         |

Fuente: Elaboración propia con datos de WVS (2020).

Cabe resaltar que para los mexicanos encuestados la tradición cuenta bastante, los resultados arrojan que el 63.3 % de ellos la consideran importante. Los menos tradicionalistas de las economías analizadas son los surcoreanos, mientras que de los británicos encuestados al menos la mitad consideran importante la tradición. A pesar de que Corea del Sur se podría considerar un país paternalista, la tradición no se refleja en la encuesta; el avance científico y tecnológico que ha tenido en las últimas décadas puede ser que haya menguado el interés por la

tradición al ser un país bastante innovador y más inclinado al pensamiento occidental. México podría aprovechar la importancia que le da a este aspecto para vincularla con las industrias culturales, lo que ya hace en algunas regiones, sobre todo del sur del país. Gran Bretaña combina prácticamente la tradición con los aspectos no tan tradicionales. Tiene aún significativos sectores bastante tradicionales, como la Cámara de los Lores, además cuenta con la figura de la reyna en pleno Siglo XXI.

### 5. 3. 2 Percepción del empleo.

Las siguientes preguntas de la encuesta están relacionadas con el empleo. Se les cuestiona a los entrevistados la prioridad que tienen al momento de elegir un empleo, la comparación entre hombre y mujer como mejor ejecutivo, y si las actividades realizadas en su trabajo son mayormente creativas o rutinarias.

Una de las preguntas llevadas a cabo fue: ¿cuál es la primera opción que se elige al momento de buscar un trabajo? Las respuestas se plasman en la siguiente tabla:

**Tabla 5. 2 Opciones al momento de buscar trabajo. Corea del Sur, México y Gran Bretaña. WVS Wave 5: 2005-2009.**

|                                              | TOTAL | <i>Country/región</i> |               |                      |
|----------------------------------------------|-------|-----------------------|---------------|----------------------|
|                                              |       | <i>South Korea</i>    | <i>Mexico</i> | <i>Great Britain</i> |
| <i>A good income</i>                         | 25.4  | 26.7                  | 19.2          | 33.4                 |
| <i>A safe job with no risk</i>               | 38.2  | 56.9                  | 37.9          | 16.8                 |
| <i>Working with people you like</i>          | 9.6   | 5.5                   | 10.6          | 13                   |
| <i>Doing an important work</i>               | 24.5  | 11                    | 29.7          | 32.4                 |
| <i>Don't know</i>                            | 0.7   | 0                     | 1.3           | 0.7                  |
| <i>No answer</i>                             | 0.7   | 0                     | 1.3           | 0.6                  |
| <i>Missing; Not asked by the interviewer</i> | 0.8   | 0                     | 0             | 3                    |
| <b>(N)</b>                                   | 3.801 | 1.2                   | 1.56          | 1.041                |



Fuente: Elaboración propia con datos de WVS (2020).

La Tabla 5. 2 nos muestra que los surcoreanos tienen como prioridad al momento de buscar trabajo el que no sea riesgoso (56.9 %) y en segundo lugar ponen atención en el ingreso. El mexicano pone más atención en el riesgo que representa el trabajo (37.9 %) y en segundo lugar en la realización de un trabajo importante (29.7 %). Las personas encuestadas de Gran Bretaña se fijan más en el salario (33.4 %) y en llevar a cabo un trabajo importante (32.4 %), que en tener un trabajo riesgoso o trabajar con personas que les parezcan agradables.

En cuanto a la posición de la mujer frente al hombre en los negocios se encontró la siguiente pregunta: ¿los hombres son mejores ejecutivos de negocios que las mujeres? Las respuestas a esta pregunta fueron las siguientes:

**Tabla 5. 3 Comparación entre hombres y mujeres como mejores ejecutivos. Corea del Sur, México y Gran Bretaña. WVS Wave 5: 2005-2009.**

|                                              | <b>TOTAL</b> | <b>Country/región</b> |               |                      |
|----------------------------------------------|--------------|-----------------------|---------------|----------------------|
|                                              |              | <b>South Korea</b>    | <b>Mexico</b> | <b>Great Britain</b> |
| <i>Agree strongly</i>                        | 5.7          | 11.5                  | 3.2           | 2.7                  |
| <i>Agree</i>                                 | 23.3         | 38.2                  | 18.7          | 13                   |
| <i>Disagree</i>                              | 50.5         | 34.1                  | 58.4          | 57.5                 |
| <i>Strongly disagree</i>                     | 17.3         | 16.2                  | 16.4          | 20                   |
| <i>Missing; Not asked by the interviewer</i> | 0            | 0                     | 0             | 0.1                  |
| <i>No answer</i>                             | 1            | 0                     | 1.9           | 0.8                  |
| <i>Don't know</i>                            | 2.2          | 0                     | 1.4           | 5.9                  |
| <i>(N)</i>                                   | 3.801        | 1.2                   | 1.56          | 1.041                |

Fuente: Elaboración propia con datos de WVS (2020).

Si se dividen las respuestas dadas por los encuestados en dos simples opciones: *Agree Strongly* y *Agree* colocándolas en acuerdo; y *Disagree* y *Strongly Disagree* como en desacuerdo, en Corea del Sur prácticamente la mitad de los encuestados, 49.7 %, considera que los hombres son mejores ejecutivos de negocios que las mujeres. En México la respuesta de los encuestados a

esta pregunta fue de 21.9 % a favor y 74.8 en contra. Los encuestados de Gran Bretaña por su parte 15.7 % consideran estar de acuerdo con la pregunta y 77.5 % en desacuerdo. Que una sociedad dude o ponga en tela de juicio las habilidades de las mujeres en actividades de emprendimiento ofrece un panorama en el cual se cierran oportunidades de crecimiento en un gran conjunto de sectores de las economías. Prácticamente la mitad de la población de los países son mujeres. El potencial que se tiene al no alentarlas a desarrollar sus propios proyectos innovadores o de emprendimiento frena a esa mitad de la población que podría tener efecto positivo en el desarrollo económico.

La creatividad es importante al momento de llevar a cabo un trabajo, sin embargo como anteriormente se mencionó la automatización y estandarización de los procesos productivos tienen un efecto en el empleo. La siguiente pregunta ofrece un panorama general de la coyuntura por la que atraviesa cada país en este tema: ¿son las tareas que llevas a cabo en tu trabajo, mayormente rutinarias, o mayormente creativas? Si no trabajas actualmente, describe tu trabajo del pasado. Utiliza la siguiente escala en la que 1 significa mayormente tareas rutinarias y 10 significa mayormente tareas creativas. Las respuestas se muestran en la siguiente tabla:

**Tabla 5. 4 Tareas rutinarias o creativas en el trabajo. Corea del Sur, México y Reino Unido. WVS Wave 5: 2005-2009.**

|                                 | TOTAL | Country/region |        |               |
|---------------------------------|-------|----------------|--------|---------------|
|                                 |       | South Korea    | Mexico | Great Britain |
| <i>Mostly routine tasks</i>     | 18.9  | 18.1           | 19.2   | 19.4          |
| 2                               | 8.9   | 15.3           | 3.7    | 9.5           |
| 3                               | 10    | 21.1           | 3.3    | 7.1           |
| 4                               | 5.2   | 9.3            | 1.3    | 6.2           |
| 5                               | 10.8  | 16             | 4.9    | 13.8          |
| 6                               | 3.8   | 4.7            | 1.9    | 5.9           |
| 7                               | 4.7   | 5.9            | 1.8    | 7.6           |
| 8                               | 6.1   | 4.7            | 3.9    | 10.9          |
| 9                               | 2.9   | 2.6            | 1.8    | 5             |
| <i>Mostly not routine tasks</i> | 6     | 1.7            | 8.8    | 6.7           |
| <i>Don't know</i>               | 0.4   | 0              | 0.8    | 0.2           |
| <i>No answer</i>                | 1.4   | 0.6            | 2.5    | 0.5           |
| <i>Not applicable</i>           | 20.4  | 0              | 46.2   | 5.2           |

|                                              |       |       |      |       |
|----------------------------------------------|-------|-------|------|-------|
| <i>Missing; Not asked by the interviewer</i> | 0.5   | 0     | 0    | 1.9   |
| <i>(N)</i>                                   | 3.801 | 1.2   | 1.56 | 1.041 |
| <i>Mean</i>                                  | 4.3   | 3.79  | 4.47 | 4.79  |
| <i>Standard Deviation</i>                    | 2.93  | 2.31  | 3.54 | 2.97  |
| <i>Base mean</i>                             | 2.941 | 1.192 | 789  | 960   |

Fuente: Elaboración propia con datos de WVS (2020).

Para facilitar el análisis de las respuestas de los encuestados estas se engloban en dos respuestas: las calificaciones mostradas que van desde mayormente tareas rutinarias hasta el número 5 se considerarán rutinarias y del número 6 hasta mayormente tareas no rutinarias se considerarán creativas. La mayoría de las respuestas de los encuestados en Corea del Sur, 79.8 por ciento considera que las tareas que realizan o realizaban en su último trabajo son o fueron rutinarias. Los mexicanos con un 32.4 % consideraron que sus tareas son o eran rutinarias contra un 18.2 por ciento que eran creativas, sin embargo el 46.2 por ciento consideran que la pregunta no es aplicable al empleo que tienen, o al último que tuvieron. En Gran Bretaña el 56 % de los encuestados considera que las tareas llevadas a cabo en su trabajo son o fueron rutinarias, mientras que el 36.1 % se acercan a tareas más creativas, el 0.2 % no sabía, el 0.5 % no contestó y el 5.2 consideró que la pregunta no era aplicable a su circunstancia.

En la actualidad la estandarización y automatización de las actividades en las empresas han propiciado que los trabajadores tengan tareas repetitivas, sobre todo si son empleados con bajos salarios o si llevan a cabo actividades de simple producción. La maquinaria, robots, herramientas, modelos de producción, la división del trabajo, entre otros factores que exigen a las empresas eficiencia ha llevado a este tipo de actividades repetitivas y rutinarias en las fábricas. Las encuestas llevadas a cabo muestran tal circunstancia.

### **5. 3. 3 Percepción de la ciencia y la tecnología.**

La ciencia y la tecnología son cada vez más importante en la vida cotidiana. Es por ello que se eligieron algunas preguntas que vinculan estos conceptos con las personas encuestadas. Estos pueden ser abstractos para una gran parte de la población, sobre todo para aquellas que no están

relacionadas con los trabajos que se llevan a cabo dentro de la ciencia. Aunque las personas están más apegadas a las tecnologías y es más comprensible por la utilización de estas día a día y pueden ver el cambio y los efectos que tienen, el de ciencia no es igual. La percepción que tienen las sociedades del avance científico y tecnológico puede reflejar el apoyo a un conjunto de diferentes políticas, programas y tomadores de decisión que influyen en la evolución económica.

Una de las preguntas relacionada con esto fue: ¿cuál es su opinión acerca de los avances científicos? Las respuestas fueron las siguientes:

**Tabla 5. 5 Opinión acerca de avances científicos y tecnológicos. Corea del Sur, México y Gran Bretaña. WVS Wave 5: 2005-2009.**

|                                              | <b>TOTAL</b> | <b>Country/región</b> |               |                      |
|----------------------------------------------|--------------|-----------------------|---------------|----------------------|
|                                              |              | <b>South Korea</b>    | <b>Mexico</b> | <b>Great Britain</b> |
| <i>Will help</i>                             | 57           | 66.8                  | 54.3          | 49.9                 |
| <i>Will harm</i>                             | 28.5         | 32.7                  | 28.9          | 23                   |
| <i>Some of each</i>                          | 11.7         | 0                     | 13.4          | 22.5                 |
| <i>Don't know</i>                            | 2.6          | 0                     | 3.4           | 4.2                  |
| <i>No answer</i>                             | 0.3          | 0.6                   | 0             | 0.3                  |
| <i>Missing; Not asked by the interviewer</i> | 0            | 0                     | 0             | 0.1                  |
| <i>(N)</i>                                   | 3.801        | 1.2                   | 1.56          | 1.041                |

Fuente: Elaboración propia con datos de WVS (2020).

Las encuestas llevadas a cabo en las 3 economías muestran que la opinión de las personas acerca de los avances científicos y tecnológicos ayudará. Sin embargo, en Corea del Sur prácticamente una tercera parte de los encuestados opina que la tecnología causará algún tipo de daño; en México el 28.9 % y en Gran Bretaña el 23 % de los encuestados opina de la misma manera.

Otro de los cuestionamientos que se les realizaron a los encuestados en cuanto a ciencia es: ¿la ciencia y la tecnología están haciendo nuestra vida más saludable, fácil y más cómoda? Las respuestas fueron las siguientes:

**Tabla 5. 6 Efecto de la ciencia y la tecnología en la vida. Corea del Sur y México. WVS Wave 5: 2005-2009.**

|                            | <b>TOTAL</b> | <b>Country/region</b> |               |
|----------------------------|--------------|-----------------------|---------------|
|                            |              | <b>South Korea</b>    | <b>Mexico</b> |
| <i>Completely disagree</i> | 5.1          | 2.2                   | 7.3           |
| 2                          | 1.9          | 2.1                   | 1.7           |
| 3                          | 3.4          | 4.3                   | 2.7           |
| 4                          | 4.1          | 6.5                   | 2.2           |
| 5                          | 12.4         | 17.4                  | 8.6           |
| 6                          | 7.3          | 8.6                   | 6.3           |
| 7                          | 12.1         | 16.3                  | 8.9           |
| 8                          | 18.3         | 18.8                  | 17.9          |
| 9                          | 10.5         | 9.4                   | 11.3          |
| <i>Completely agree</i>    | 23.1         | 14.5                  | 29.7          |
| <i>Don't know</i>          | 1            | 0                     | 1.8           |
| <i>No answer</i>           | 0.9          | 0                     | 1.5           |
| <i>(N)</i>                 | 2.76         | 1.2                   | 1.56          |
| <i>Mean</i>                | 7.11         | 6.77                  | 7.38          |
| <i>Standard Deviation</i>  | 2.56         | 2.28                  | 2.74          |
| <i>Base mean</i>           | 2.708        | 1.2                   | 1.508         |

Fuente: Elaboración propia con datos de WVS (2020).

Si se agregan los puntos del 1 al 5 para considerar una respuesta negativa y del 6 al 10 para considerarla positiva; el 32.5 % de los surcoreanos no considera que la ciencia tenga estos efectos positivos en la vida. Por el lado mexicano, el apoyo por parte de la muestra encuestada a la cuestión llega hasta el 74.1 %. El avance científico y tecnológico no solamente lleva a efectos positivos, también tiene efectos negativos. Racionalizar todas las decisiones conlleva a crear un ambiente en el que el ser humano queda de lado en algunas de las decisiones, lo que produce este recelo.

Las generaciones presentes no son las únicas que importan. En la actualidad la preocupación por las futuras generaciones sobre todo en el tema ambiental ha tomado fuerza. Una de las preguntas elegidas en cuanto al tema de las generaciones futuras es la siguiente: ¿a

causa de la ciencia y tecnología habrá más oportunidades para la siguiente generación? Las respuestas se presentan a continuación:

**Tabla 5. 7 Oportunidades para generaciones futuras a causa de la ciencia y la tecnología. Corea del Sur y México. WVS Wave 5: 2005-2009.**

|                            | TOTAL | Country/región |        |
|----------------------------|-------|----------------|--------|
|                            |       | South Korea    | Mexico |
| <i>Completely disagree</i> | 4.3   | 1.4            | 6.6    |
| 2                          | 2.2   | 1.9            | 2.4    |
| 3                          | 3.7   | 4.4            | 3.1    |
| 4                          | 4.7   | 6.6            | 3.3    |
| 5                          | 9.1   | 11.2           | 7.4    |
| 6                          | 7.4   | 9.7            | 5.6    |
| 7                          | 11.6  | 16             | 8.2    |
| 8                          | 17.3  | 18.8           | 16.2   |
| 9                          | 13.5  | 11.1           | 15.4   |
| <i>Completely agree</i>    | 23.8  | 18.8           | 27.7   |
| <i>Don't know</i>          | 1.4   | 0              | 2.6    |
| <i>No answer</i>           | 0.8   | 0              | 1.4    |
| <i>(N)</i>                 | 2.76  | 1.2            | 1.56   |
| <i>Mean</i>                | 7.25  | 7.1            | 7.37   |
| <i>Standard Deviation</i>  | 2.55  | 2.27           | 2.75   |
| <i>Base mean</i>           | 2.698 | 1.2            | 1.498  |

Fuente: Elaboración propia con datos de WVS (2020).

Si se analiza de la misma manera que la anterior encuesta presentada podemos decir que prácticamente tres cuartos de la población surcoreana y mexicana, 7.4 y 73.1 respectivamente, consideran que la ciencia y la tecnología conlleva mejores oportunidades para las generaciones venideras.

Actualmente la ciencia ha tomado un papel importante en el planeta, la coyuntura de la Pandemia causada por el Virus Sars-Cov 2 ha puesto a la ciencia, sobre todo la relacionada con la salud, la medicina y la farmacéutica en el ojo del mundo entero. La encuesta refleja un poco la importancia que le dan las personas en la actualidad a la ciencia. El aspecto ambiental es otro de

los que en estos últimos años ha tomado fuerza, como anteriormente se comentó. La base científica, aunque discutida bastante en el aspecto ambiental, trasciende generaciones.

Una pregunta acerca de la vida cotidiana relacionada con la ciencia y la tecnología fue la siguiente: ¿la ciencia y la tecnología están haciendo que nuestra manera de vivir cambie bastante rápido? Las respuestas fueron se presentan en la siguiente tabla:

**Tabla 5. 8 Cambios rápidos en la vida por efecto de la ciencia y la tecnología. Corea del Sur y México. WVS Wave 5: 2005-2009.**

|                     | TOTAL | <i>Country/región</i> |               |
|---------------------|-------|-----------------------|---------------|
|                     |       | <i>South Korea</i>    | <i>Mexico</i> |
| Completely disagree | 3.5   | 1.7                   | 4.9           |
| 2                   | 1     | 1                     | 1             |
| 3                   | 1.7   | 1.8                   | 1.5           |
| 4                   | 2.8   | 3.8                   | 2             |
| 5                   | 7.5   | 11.2                  | 4.7           |
| 6                   | 5.9   | 8.1                   | 4.3           |
| 7                   | 10.9  | 15.1                  | 7.6           |
| 8                   | 17.5  | 19.4                  | 16            |
| 9                   | 16.3  | 14.1                  | 18.1          |
| Completely agree    | 30.9  | 23.7                  | 36.3          |
| Don't know          | 0.8   | 0                     | 1.4           |
| No answer           | 1.2   | 0                     | 2.2           |
| (N)                 | 2.76  | 1.2                   | 1.56          |
| Mean                | 7.82  | 7.54                  | 8.05          |
| Standard Deviation  | 2.34  | 2.16                  | 2.45          |
| Base mean           | 2.704 | 1.2                   | 1.504         |

Fuente: Elaboración propia con datos de WVS (2020).

De acuerdo a los resultados mostrados, una gran mayoría de los encuestados considera que la vida sí está cambiando rápidamente debido a la ciencia y la tecnología. En el caso de Corea del Sur el 80.4 % se inclina hacia esta respuesta, mientras que el 82.3 de los mexicanos lo hace de la misma manera. El uso de la tecnología por parte de la sociedad en la actualidad es importante para llevar a cabo muchas de sus actividades cotidianas, sin embargo ese mismo

avance tanto científico como tecnológico ha propiciado que tales herramientas de uso cotidiano lleguen a ser obsoletas rápidamente y que la actualización y asimilación de su utilización por parte de la sociedad deba estar al día lo que produce este efecto de obsolescencia rápidamente.

La siguiente pregunta podría considerarse bastante compleja, ya que compara dos conceptos bastante discutidos en diversas ramas del conocimiento. Entender lo que es la fe en cada cultura es complejo. Aunque al parecer en esta encuesta se refiere a la creencia personal en un ser superior. Como anteriormente se mencionó, la religión está presente en las 3 economías que se han analizado. Algunas de estas tienen diferentes creencias de este tipo y los individuos basan algunas de sus decisiones en ellas. La pregunta fue: ¿dependemos demasiado en la ciencia y no lo suficiente en la fe?

**Tabla 5. 9 Ciencia vs fe. Corea del Sur y México. WVS Wave 5: 2005-2009.**

|                            | TOTAL | Country/región |        |
|----------------------------|-------|----------------|--------|
|                            |       | South Korea    | Mexico |
| <i>Completely disagree</i> | 9.6   | 8.8            | 10.2   |
| 2                          | 3.1   | 3              | 3.1    |
| 3                          | 5.2   | 7.8            | 3.3    |
| 4                          | 5.1   | 8.2            | 2.7    |
| 5                          | 14.6  | 22.8           | 8.3    |
| 6                          | 8.1   | 11.2           | 5.7    |
| 7                          | 9.6   | 12.5           | 7.3    |
| 8                          | 11.9  | 10.5           | 13     |
| 9                          | 9.8   | 7.3            | 11.7   |
| <i>Completely agree</i>    | 20.4  | 7.7            | 30.2   |
| <i>Don't know</i>          | 1.3   | 0              | 2.3    |
| <i>No answer</i>           | 1.3   | 0.2            | 2.2    |
| <i>(N)</i>                 | 2.76  | 1.2            | 1.56   |
| <i>Mean</i>                | 6.45  | 5.68           | 7.07   |
| <i>Standard Deviation</i>  | 2.91  | 2.51           | 3.06   |
| <i>Base mean</i>           | 2.687 | 1.197          | 1.49   |

Fuente: Elaboración propia con datos de WVS (2020).



Mientras que en Corea del Sur, la sociedad está dividida entre la ciencia y la fe al considerar que la fe aún está presente en la dependencia de sus decisiones, con 50.6 % a favor de la dependencia en la ciencia y 49.2 % a favor de la fe sobre la ciencia; en México el 67.9 % de los encuestados consideran que se depende más de la ciencia que de la fe. La presente cuestión es bastante importante para las sociedades, ya que si las tomas de decisión se llevan a cabo por la fe y no por la evidencia que ofrece la ciencia, la incertidumbre de que las decisiones se tomen de manera adecuada es aún mayor en todos los aspectos de la vida.

La siguiente pregunta que se tomó de la encuesta fue: ¿es el mundo mejor o peor a causa de la ciencia y la tecnología?

**Tabla 5. 10 Efecto de la ciencia y la tecnología para el mundo. Corea del Sur y México. WVS Wave 5: 2005-2009.**

|                           | TOTAL | Country/región |        |
|---------------------------|-------|----------------|--------|
|                           |       | South Korea    | Mexico |
| <i>A lot worse off</i>    | 10.8  | 1.2            | 18.2   |
| 2                         | 3.6   | 3.3            | 3.8    |
| 3                         | 4.3   | 3.9            | 4.7    |
| 4                         | 4.3   | 6.1            | 2.9    |
| 5                         | 13.9  | 19.6           | 9.6    |
| 6                         | 10.8  | 14.6           | 7.9    |
| 7                         | 12.4  | 16.8           | 9.1    |
| 8                         | 14.8  | 17.5           | 12.6   |
| 9                         | 8.1   | 8.8            | 7.5    |
| <i>A lot better off</i>   | 15.3  | 8.1            | 20.8   |
| <i>Don't know</i>         | 0.7   | 0              | 1.3    |
| <i>No answer</i>          | 0.9   | 0              | 1.6    |
| <i>(N)</i>                | 2.76  | 1.2            | 1.56   |
| <i>Mean</i>               | 6.24  | 6.48           | 6.04   |
| <i>Standard Deviation</i> | 2.82  | 2.08           | 3.27   |
| <i>Base mean</i>          | 2.715 | 1.2            | 1.515  |

Fuente: Elaboración propia con datos de WVS (2020).

Llevando a cabo una simplificación de los resultados, colocándolos en desacuerdo del resultado *a lot worse off* al 5 y del 6 a *a lot better off* como en de acuerdo, obtenemos que el 34.1 por ciento de los encuestados en Corea del Sur consideran que el mundo es peor a causa de la ciencia y la tecnología. A pesar de los grandes avances que ha hecho el gobierno de Corea del Sur por mantenerse en este sector, así como en innovación, prácticamente una de cada tres personas consideran que el mundo va hacia un peor lugar. Por otro lado, el 57.9 por ciento de los mexicanos encuestados consideran que la ciencia ha estado llevando al mundo por buen camino. En México existe también un avance y esfuerzo, sobre todo por parte del gobierno, en apoyar a jóvenes en su proceso de cursar posgrados y especialidades. Existe toda una estructura dedicada a este sector, a pesar de reflejarse poco en las patentes o en una capitalización de los hallazgos y descubrimientos científicos. A pesar de esto, prácticamente 3 de cada 5 personas en México consideran que la ciencia junto con la tecnología es buena para el planeta.

#### 5. 3. 4 Confianza en la prensa y en la televisión.

Se eligieron de la encuesta general dos de los medios de comunicación más importantes del siglo pasado, la televisión y la prensa. A pesar de que la televisión ha perdido un poco de influencia en la sociedad a causa de las nuevas TIC's, en la encuesta se considera relevante. La prensa por su lado ha aprovechado bastante tal avance ha multiplicado su alcance al no quedarse en papel y saltar a la red.

El cuestionamiento llevado a cabo fue el siguiente: se nombrará un número de organizaciones. ¿Podría elegir la confianza que tiene en cada una de ellas? las respuestas para la confianza en la prensa fueron las siguientes:

**Tabla 5. 11 Confianza en la prensa. Corea del Sur, México y Gran Bretaña. WVS Wave 5: 2005-2009.**

|                      | TOTAL | Country/región |        |               |
|----------------------|-------|----------------|--------|---------------|
|                      |       | South Korea    | Mexico | Great Britain |
| <i>A great deal</i>  | 7.1   | 6.2            | 11.7   | 1.3           |
| <i>Quite a lot</i>   | 37    | 58             | 37.4   | 12            |
| <i>Not very much</i> | 37.2  | 31.8           | 30.8   | 53.1          |
| <i>None at all</i>   | 17.1  | 3.9            | 18.1   | 31            |

|                                              |       |     |      |       |
|----------------------------------------------|-------|-----|------|-------|
| <i>Don't know</i>                            | 0.9   | 0   | 1.2  | 1.3   |
| <i>No answer</i>                             | 0.6   | 0   | 0.8  | 0.9   |
| <i>Missing; Not asked by the interviewer</i> | 0.1   | 0   | 0    | 0.3   |
| <i>(N)</i>                                   | 3.801 | 1.2 | 1.56 | 1.041 |

Fuente: Elaboración propia con datos de WVS (2020).

Si se unen las dos primeras opciones, *A great deal* y *Quite a lot*, como confianza en la prensa y las dos siguientes, *Not very much* y *None at all*, como desconfianza en la prensa, obtenemos que aquellos que menos confianza en la prensa tienen son los británicos con 84.1 por ciento del total de los encuestados. El siguiente lugar de las economías analizadas es México con 48.9 por ciento, prácticamente la mitad de la población tiene desconfianza en la información presentada por la prensa. Por último y quien más confianza tiene en la prensa es Corea del Sur con el 64.2 por ciento de los encuestados. La prensa en algunos lugares del planeta ha perdido credibilidad debido a que obedece a élites que tratan de mantener el statu quo, además los medios y las redes sociales digitales ya son variados y expresan diferentes perspectivas de un mismo problema. Sin embargo, en la actualidad las *fake news* o bien noticias falsas invaden las redes sociales creando algunas veces desinformación. El exceso de medios de información digital también conlleva a un exacerbado bombardeo de noticias de las que es prácticamente imposible estar al tanto.

Las respuestas para la confianza en la televisión fueron las siguientes:

**Tabla 5. 12 Confianza en la televisión. Corea del Sur, México y Gran Bretaña. WVS Wave 5: 2005-2009.**

|                      | TOTAL | Country/región     |               |                      |
|----------------------|-------|--------------------|---------------|----------------------|
|                      |       | <i>South Korea</i> | <i>Mexico</i> | <i>Great Britain</i> |
| <i>A great deal</i>  | 7.5   | 7.7                | 10.4          | 2.8                  |
| <i>Quite a lot</i>   | 40.9  | 59.1               | 35.9          | 27.6                 |
| <i>Not very much</i> | 37.4  | 29.8               | 35.5          | 49.1                 |
| <i>None at all</i>   | 12.5  | 3.3                | 16.7          | 16.7                 |
| <i>Don't know</i>    | 0.9   | 0                  | 0.6           | 2.3                  |

|                                              |       |     |      |       |
|----------------------------------------------|-------|-----|------|-------|
| <i>No answer</i>                             | 0.7   | 0   | 0.9  | 1.1   |
| <i>Missing; Not asked by the interviewer</i> | 0.1   | 0   | 0    | 0.4   |
| <i>(N)</i>                                   | 3.801 | 1.2 | 1.56 | 1.041 |

Fuente: Elaboración propia con datos de WVS (2020).

Si se realiza la misma división que en las respuestas pasadas damos cuenta que quienes más confianza tienen en la televisión es Corea del Sur con un 66.8 por ciento de los encuestados, mientras que en México prácticamente la mitad de la población, 52.2 por ciento, sigue teniendo confianza en tal medio. Por otro lado, de los británicos encuestados el 65.8 por ciento tiene desconfianza en la televisión.

## Capítulo 6

### Comportamiento en Economía Creativa

#### 6.1 La República de Corea y su Plan de Economía Creativa.

El gobierno de la presidente Park en el año 2013 preparó una nueva institución, el Ministerio de Ciencia, TIC's y planeación del Futuro (MSIP, por sus siglas en inglés), el cual está a cargo del manejo de la estrategia en economía creativa. En junio del mismo año el MSIP trazó el "Plan de Economía Creativa" (PEC) para ello. El PEC estableció que la creatividad y la imaginación de Corea del Sur se combinarían con la ciencia, la tecnología y las TIC's para crear nuevas industrias y mercados, hacer más fuertes las industrias existentes y de esta manera crear trabajos dignos. Además, estableció que la economía de Corea del Sur ha alcanzado los límites de crecimiento que tuvo los 40 años anteriores y que el gobierno ahora está trabajando para cambiar el paradigma económico surcoreano hacia un tipo de crecimiento fundado en la creatividad.

El Plan de Economía Creativa establece una visión para la realización de una nueva era de felicidad para población surcoreana a través de una economía creativa, estableciendo tres metas, de las cuales surgen seis estrategias, y de estas últimas se desprenden tareas, las cuales completan en total 24 (MSIP, 2013; MOSF, 2013, citado en Guzmán, 2018).

Las tres metas son:

- Crear nuevos trabajos y mercados a través de la creatividad y la innovación;
- Fortalecer el liderazgo de Corea del Sur a través de una economía creativa;
- Creación de una sociedad donde la creatividad sea respetada y manifiesta.

Las seis estrategias y algunas de sus tareas son las siguientes:

1. "Compensar apropiadamente la creatividad y crear un ecosistema que promueve la creación de *Start-ups*;

Tareas para *Star-ups*:

- Apoyo para las *Start-ups* en financiamiento para cambiar el anterior préstamo a inversión.
- Beneficios en impuestos a la *inversión ángel*: el capital en ganancias puede ser diferido. Si el dinero del *stock* de ventas de empresas existentes es reinvertido en otra empresa, el capital obtenido de impuestos de las ventas (10%) será diferido hasta que las nuevas acciones hayan dado resultados. Para fomentar la inversión ángel, el rango de reducción del impuesto del ingreso incrementará del 30% al 50% para elevar a 50 millones de KRW la inversión, mientras que el rango para el monto sobre 50 millones KRW permanecerá en 30%. La deducción límite dentro del ingreso total anual habrá crecido de 40% a 50%.
- Un sistema de *Crowd-funding* será introducido para proveer una plataforma de financiamiento en línea para inversiones a pequeña escala para las *Start-ups*. Y un Fondo de Creación Futura de 500 billones de KRW será creado (200 billones de KRW para *Start-ups* y 300 billones de KRW para fusiones y adquisiciones M&A). Este fondo dará prioridad a los inversores privados en la distribución de utilidades.
- Una puerta será abierta para empresas de capital de riesgo de surcoreanos en el extranjero para recibir inversiones del Fondo de Fondos (FOF) bajo condiciones similares a empresas de riesgo domésticas. Para empresas de capital de riesgo de alto nivel de países extranjeros el FOF también proveerá una colaboración activa si ellas quieren invertir en *Start-ups* coreanas. Los coreanos en el extranjero también serán elegibles para apoyo del *Angel Investment Matching Fund*. El gobierno formará el *Start-up "Supporters for Young People"* con exitosos hombres de negocios de casa y del extranjero. También activamente se invitarán a surcoreanos en el extranjero para ser mentores e invertir en *Start-ups* surcoreanas.
- El gobierno también introducirá el "*Start-up-Friendliness Index*" para la evaluación del fondo gubernamental de instituciones de investigación.

Tareas para crecimiento y etapas de salida:

- La M&A no es una ruta de salida para compañías de riesgo en Corea del Sur. Para promover la M&A para el propósito de la adquisición de nuevas tecnologías, el gobierno proveerá nuevos beneficios en impuestos. El 10% del valor de la tecnología en un

acuerdo M&A será deducible del comprador. Para permitir que firmas grandes adquieran compañías de riesgo, cuando ellas adquieran una compañía de riesgo o una SME con un mínimo de un 5% en inversión en investigación y desarrollo la compañía grande será capaz de posponer la afiliación de la compañía adquirida por tres años.

- Un *Growth Ladder Fund* (fondo público 0.6 trillones de KRW, fondo privado 0.4 trillones de KRW) consistirá de *stocks*, *mezzanines*, seguridad en el respaldo de activos y préstamos para el crecimiento y etapas de lanzamiento, incluyendo la protección de los derechos de propiedad, apoyo para la M &A, Oferta Pública Inicial (IPO, por sus siglas en inglés) y relanzamiento.
  - El gobierno expandirá la participación de las firmas de contabilidad y las firmas de consulta extranjeras en la operación del “*M&A Information Network*”. Para promover el M&A será introducido un sistema de certificación para instituciones corredoras e incrementará sus incentivos ofreciéndoles prioridad en el *M&A Matching Fund*.
  - The *Korea New Exchange* (KONEX) será establecida para estimular el crecimiento de *Start-ups* innovadoras. Los requerimientos del KONEX y los artículos sujetos a notificación pública serán disminuidos. En el caso de que alguna actividad M&A entre una compañía listada dentro del KONEX y una compañía que no lo está, algunas regulaciones para compañías serán excluidas. Las restricciones dentro de sociedades de inversión de riesgo no serán aplicadas a las listadas en la KONEX.
  - El mercado KOSDAQ será sometido a una significativa reforma. El gobierno separará el KOSDAQ *Market Committee* de la Mesa de directores en la Bolsa de Corea y fortalecerá la organización y función del comité al nivel de una organización independiente. El gobierno también buscará mejorar la operación del listado del comité por medio de una selección principalmente de expertos en tecnología y relajando los requerimientos.
  - El gobierno operará 100 billones de won en el “*Restart Support Fund*” relanzando compañías que también recibirán preferencia en el *Angel Investment Matching Fund*.
2. Fortalecer el rol de las empresas de riesgo, así como pequeñas y medianas empresas (SME’s, por sus siglas en inglés) en la economía creativa, y mejorar su habilidad para incorporarse en los mercados globales.

Tareas:

- Atraer una fuerza laboral técnica para las empresas *Start-ups* de riesgo. El gobierno expandirá la actual disponibilidad de opciones en compañías de riesgo. Una *Start-up Visa* será introducida para remover obstáculos para extranjeros con deseos de iniciar negocios con buena tecnología en Corea del Sur.
- A las corporaciones con productos de futuro prometedor se les ofrecerán oportunidades para entrar al mercado público a través del *Excellent Product System* y podrán también ser publicados en los *malls* en línea del gobierno.
- La protección de la tecnología y la prevención de la piratería será fortalecida. 100 billones de KRW serán agregados al *Intellectual Property Fund*, que podrá comprar patentes de SME's y arrendarlas devolviendo el derecho a las SME's para de esta manera proteger las patentes y la tecnología de las compañías. Sanciones más fuertes serán también introducidas contra el uso no autorizado de tecnología. El gobierno ampliará su sistema "*Technology Deposition Safe*", el cual demuestra al propietario de tecnología manteniendo artículos de valor tecnológico como diseño en instituciones públicas. El apoyo será también incrementado para compañías que apliquen patentes en Estados Unidos y otros países extranjeros después de adquirir patentes domésticas. El abuso de secretos comerciales será monitoreado muy de cerca.

3. Motor de crecimiento para ser pioneros en nuevos mercados y nuevas industrias.

Tareas:

- Se harán esfuerzos para combinar ciencia, tecnología y TIC's en industrias existentes. Bajo el "*Vitamin Project*", industrias que fueron fuertes tradicionalmente pero que ahora se encuentran en conflicto mejorarán su productividad ampliando el sistema gerencial basado en Información Tecnológica (IT, por sus siglas en inglés). Se realizarán actividades para que las regulaciones que afectan la creación de mercado y la convergencia de la industria sean más racionales.
- A diferencia del previo una sola vez (aún si algunas veces es a largo plazo) garantías de préstamo, el gobierno proveerá convergencia tecnológica e industrial a través de un



seguimiento a las SME's para cada etapa del proceso (como lo es en la transferencia de tecnología o comercialización).

- Creación de nuevas industrias basadas en software e internet. Más de 5,000 personas serán entrenadas como profesionales en seguridad de software para el 2017. El *Korea Digital Fund* (400 billones de KRW) será canalizado para promover producción de contenido y creación de negocios en industrias como la música, filmes, juegos, animación y música. Para fomentar nuevas industrias de internet, la *Cloud Computing Development Act* será promulgada y se establecerá un *Big Data Analysis and Utilization Center*.
  - Inversión en nuevas industrias orientadas al futuro serán promovidas. Sectores prometedores a futuro como el biomédico, nano y tecnología ambiental, y una larga escala nacional de industrias estratégicas como lo son los satélites y el poder nuclear serán más apoyados.
4. Fomentar talento creativo mundial que tenga el espíritu para estar a la altura para desafiar y perseguir sueños.

Tareas:

- El talento creativo será fortalecido. Se ofrecerá apoyo, por ejemplo, para desarrollar nuevo material didáctico para estudiantes de educación media y elemental, convergencia en las clases y departamentos para estudiantes universitarios. Un campo de *Star-up* en tecnologías será operado y un nuevo programa de mentores será desarrollado. Trabajos en el extranjero también serán anunciados al público a través del *K-Move Portal* y el *Global Internship Programme*.
5. Fortalecer las capacidades de innovación en la ciencia, tecnología y TIC's, la cual forme la fundación de la economía creativa.

Tarea:

- La inversión gubernamental en investigación básica será incrementada para lograr 40% más en 2017. Para proveer oportunidades para investigadores creativos jóvenes, *Future Challenge Adventure Research Projects* serán conducidos. El proceso de evaluación para investigación básica será simplificado.

6. Promover una cultura de economía creativa junto con la población de Corea.

Tarea:

- Una *Creative Economy Expo* será puesta al público, dando publicidad a casos de éxito. *Infinite Imagination Rooms* serán establecidos para proveer programas de mentores al público. Un portal en línea para la economía creativa – *Creative Korea* – estará disponible. La utilidad de datos propiedad del gobierno para crear nuevos modelos de negocio serán abiertos al público, con la promulgación de la *Public Information Supply and Use Stimulation Act*. Canales para la comunicación los sectores públicos y sectores privados serán fortalecidos.

En cada una de estas seis estrategias hay de 3 a 5 tareas para ser completadas. Agencias y ministerios relevantes desarrollarán e implementarán apropiadamente las tareas de esta lista, las cuales serán coordinadas por el nuevo ministerio formado, el MSIP. El gobierno también planea preparar una asociación pública-privada, la cual se realiza con la expectativa de ayudar a una implementación efectiva del Plan de Economía Creativa a través de una constante comunicación de los puntos de vista del sector privado y reflejando éstos en políticas.

### 6. 1. 1 Exportaciones e importaciones de bienes creativos de Corea del Sur.

Las siguientes tablas y figuras nos muestran el comportamiento del comercio de bienes creativos de Corea del Sur por parte de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, por sus siglas en inglés), del año 2009 al 2014.

**Tabla 6. 1 Exportaciones de bienes creativos por categorías, Corea del Sur, 2009-2014. (Millones de dólares).**

| Año           | 2009  | 2010  | 2011  | 2012  | 2013  | 2014  |
|---------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Art Crafts    | 1,335 | 1,508 | 1,735 | 1,744 | 1,822 | 1,805 |
| Audio Visuals | 237   | 264   | 255   | 62    | 66    | 64    |
| Design        | 1,126 | 1,288 | 1,483 | 1,894 | 2,152 | 2,029 |

|                        |              |              |              |              |              |              |
|------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>New Media</b>       | 1,125        | 1,484        | 1,648        | 859          | 727          | 823          |
| <b>Performing Arts</b> | 62           | 75           | 76           | 85           | 71           | 71           |
| <b>Publishing</b>      | 496          | 697          | 670          | 638          | 665          | 622          |
| <b>Visual Arts</b>     | 386          | 256          | 237          | 298          | 359          | 382          |
| <b>Total</b>           | <b>4,767</b> | <b>5,572</b> | <b>6,104</b> | <b>5,580</b> | <b>5,862</b> | <b>5,796</b> |

Fuente: Elaboración propia con datos de UNCTAD (2017).

Cinco de las siete categorías presentan un promedio de crecimiento anual positivo. Las cuales son: *Art Crafts* con 6.41%, *Design* con 13.03%, *Performing Arts* con 3.53%, *Publishing* con 5.93% y *Visual Arts* con 2.30%. Las dos categorías que presentan decrecimiento son la *Audio Visual* con -12.86% y *New Media* con -1.42%.

Al año 2014 las que mejor posicionadas eran la categoría *Design*, le seguía la de *Art Crafts* y la de *New Media*. El promedio anual de crecimiento de todos los bienes creativos del año 2009 al 2014 en cuanto a exportaciones fue de 4.36%.

**Tabla 6. 2 Importaciones de bienes creativos por categorías, Corea del Sur, 2009-2014. (Millones de dólares).**

| <b>Año</b>             | <b>2009</b>  | <b>2010</b>  | <b>2011</b>  | <b>2012</b>  | <b>2013</b>  | <b>2014</b>  |
|------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>Art Crafts</b>      | 156          | 162          | 180          | 172          | 184          | 215          |
| <b>Audio Visuals</b>   | 896          | 960          | 745          | 170          | 167          | 143          |
| <b>Design</b>          | 2,145        | 2,784        | 3,412        | 3,655        | 4,017        | 4,499        |
| <b>New Media</b>       | 892          | 1,505        | 1,588        | 731          | 505          | 431          |
| <b>Performing Arts</b> | 112          | 131          | 164          | 168          | 161          | 158          |
| <b>Publishing</b>      | 295          | 300          | 301          | 271          | 262          | 261          |
| <b>Visual Arts</b>     | 349          | 393          | 451          | 350          | 346          | 329          |
| <b>Total</b>           | <b>4,845</b> | <b>6,235</b> | <b>6,841</b> | <b>5,517</b> | <b>5,642</b> | <b>6,036</b> |

Fuente: Elaboración propia con datos de UNCTAD (2017).

En cuanto a importaciones tres de cada siete categorías tienen un crecimiento promedio anual positivo, estas categorías son: *Art Crafts* con 6.87%, *Design* con 16.27%, *Performing Arts* con 7.71%. Las cuatro categorías con crecimiento promedio anual negativo son: *Audio Visual* con -21.71%, *New Media* con -5.06%, *Publishing* con -2.33% y *Visual Arts* con -0.22%.

En el año 2014 la categoría que más importó fue la de *Design* seguida de *New Media* y *Visual Arts*. Siguiendo con las importaciones, el promedio anual de crecimiento de los 6 años fue de 5.66%. Podemos dar cuenta que existe un déficit de -1.3%.

Analizando las dos tablas se explica que la balanza comercial de las categorías mencionadas presenta déficit en la mayoría de los años analizados. Solamente en el año 2012 y 2013, presentan un superávit de 63 y 220 millones de dólares, respectivamente. El peor año para la balanza comercial fue el 2011 llegando a un déficit de 737 millones.

**Tabla 6. 3 Principales socios comerciales en exportaciones de bienes creativos, Corea del Sur, 2009-2014.**  
(Millones de dólares)

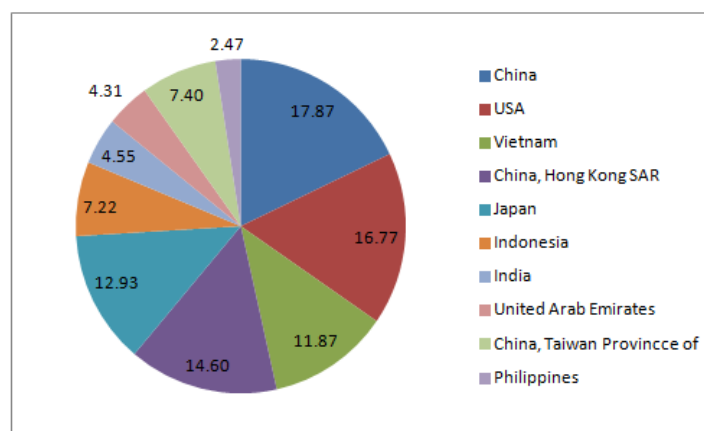
| Rank | Partner                   | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|------|---------------------------|------|------|------|------|------|------|
| 1    | China                     | 482  | 696  | 844  | 733  | 773  | 800  |
| 2    | USA                       | 592  | 637  | 636  | 688  | 720  | 790  |
| 3    | Vietnam                   | 276  | 337  | 434  | 498  | 624  | 707  |
| 4    | China, Hong Kong SAR      | 668  | 590  | 773  | 528  | 461  | 517  |
| 5    | Japan                     | 520  | 556  | 521  | 606  | 461  | 467  |
| 6    | Indonesia                 | 196  | 244  | 302  | 333  | 334  | 340  |
| 7    | India                     | 161  | 184  | 199  | 154  | 200  | 203  |
| 8    | United Arab Emirates      | 149  | 173  | 174  | 180  | 188  | 180  |
| 9    | China, Taiwan Province of | 316  | 469  | 495  | 232  | 142  | 139  |
| 10   | Philippines               | 61   | 74   | 97   | 113  | 128  | 126  |

Fuente: Elaboración propia con datos de UNCTAD (2017).

La **Tabla 6. 3** nos ofrece los principales socios exportadores de Corea del Sur, podemos dar cuenta que 9 de ellos pertenecen al mismo continente al que pertenece Corea del Sur, Asia. El otro pertenece a América, sin embargo, ocupa un lugar importante entre los socios, el segundo lugar.

La siguiente figura nos muestra el porcentaje que representa cada socio exportador del top diez durante los seis años analizados.

**Figura 6. 1 Porcentaje total de los principales socios exportadores, 2009-2014.**



Fuente: Elaboración propia con datos de UNCTAD (2017).

Así como son necesarias las exportaciones, también existen algunos bienes creativos que son necesarios introducir al país con el fin de satisfacer las demandas de los ciudadanos. Los principales socios importadores se presentan en la siguiente tabla:

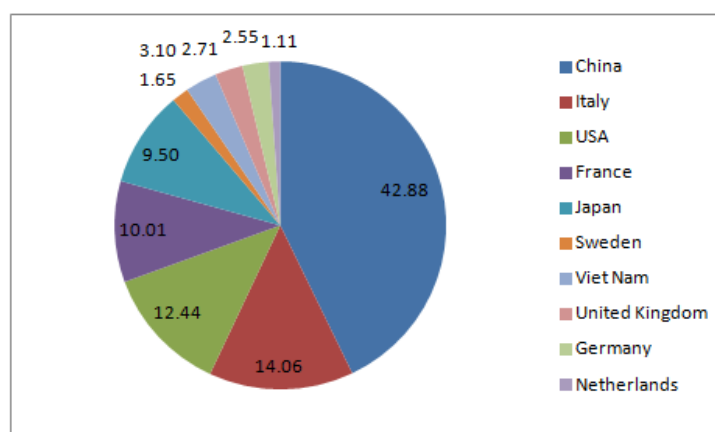
**Tabla 6. 4 Principales socios comerciales en importaciones de bienes creativos, Corea del Sur, 2009-2014. (Millones de dólares).**

| Rank | Partner        | 2009  | 2010  | 2011  | 2012  | 2013  | 2014  |
|------|----------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1    | China          | 1,456 | 1,815 | 2,086 | 2,046 | 2,107 | 2,468 |
| 2    | Italy          | 361   | 482   | 677   | 714   | 804   | 889   |
| 3    | USA            | 659   | 624   | 560   | 537   | 539   | 555   |
| 4    | France         | 293   | 373   | 561   | 517   | 537   | 515   |
| 5    | Japan          | 487   | 513   | 460   | 402   | 404   | 387   |
| 6    | Sweden         | 5     | 7     | 8     | 24    | 156   | 261   |
| 7    | Viet Nam       | 84    | 95    | 123   | 139   | 181   | 243   |
| 8    | United Kingdom | 114   | 125   | 116   | 124   | 135   | 142   |
| 9    | Germany        | 99    | 114   | 120   | 113   | 136   | 129   |
| 10   | Netherlands    | 16    | 19    | 21    | 86    | 50    | 119   |

Fuente: Elaboración propia con datos de UNCTAD (2017).

Los socios importadores están más diversificados que los exportadores, tres de ellos pertenecen a Asia, seis a Europa y uno a América. La siguiente figura muestra el porcentaje total de los principales socios en importaciones de los seis años.

**Figura 6. 2 Porcentaje total de los principales socios importadores, 2009-2014.**



Fuente: Elaboración propia con datos de UNCTAD (2017).

Podemos dar cuenta el gran plan que se tiene para la economía creativa en Corea del Sur. Bastante explícito, abarcando todo un conjunto de instituciones y a su vez un gran conglomerado de sectores.

## **6. 2 México, su economía creativa y efecto en el desarrollo.**

Valdivia, Quintana, Mendoza y Rodríguez (2020) comentan que:

*“Alrededor del 10% de la fuerza laboral en México tiene una ocupación creativa (2018). En las ciudades del país existen cerca de 100 mil unidades económicas que producen bienes y servicios creativos (2019). El país exporta cerca de 6 mil millones de dólares en bienes creativos (2015). Las zonas metropolitanas (ZM) concentran el 90% de la economía creativa nacional, siendo la ZM del Valle de México en donde poco más del 50% de la economía creativa se genera (2013). Las ZM de Querétaro, Mérida, Tijuana, Guadalajara, Puerto Vallarta, Cancún, Pachuca, León, entre otras, destacan por su*

*fuerte crecimiento en la economía creativa. El segmento de servicios creativos explica 33% del valor agregado de la economía creativa (2018), mientras que los segmentos de Arte, Software, I & D y Entretenimiento lo hacen alrededor del 17% cada uno. Las actividades creativas asociadas al Software han crecido a una tasa muy superior (5%) a la de la economía global durante 2003-2018” (p.10).*

De acuerdo con Valdivia et al. (2020), en México se carece de un análisis completo sobre el efecto de la economía creativa en el desarrollo. Apuntan también a la necesidad de una clasificación de las Industrias Creativas y Culturales (ICC) para aproximarse mejor al concepto economía creativa. La clasificación que utilizan en la obra los autores proviene de los códigos del Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN), ya que en estos se basan las estadísticas económicas sectoriales de México. Lo cual da origen a 12 grupos genéricos en cuanto a estudios sobre las ICC, lo que permite llevar a cabo estudios comparativos con otras regiones. Estos grupos son: a) *Publicación*; b) *Industria Fílmica, video y sonido*; c) *Retransmisión y programación*; d) *Programación de computadoras, software y actividades relacionadas*; e) *Arquitectura y actividades relacionadas*; f) *I & D (Investigación y Desarrollo)*; g) *Publicidad y estudios de mercado*; h) *Diseño y fotografía*; i) *Creación artística y entretenimiento*; j) *Bibliotecas y museos*; k) *Juegos y apuestas*; y l) *Deportes*.

Sin embargo, la propuesta de los autores es reclasificar las actividades en cinco segmentos: a) *Arte*; b) *Servicios (creativos)*; c) *Software*; d) *I & D*; y e) *Entretenimiento*.

De acuerdo con los autores, esta clasificación tiene mayor poder discriminatorio y da cuenta de manera más eficiente sobre la actividad de la economía creativa en el sistema urbano de México. Logrando concentrar patrones de concentración y diversificación espacial, además de vinculaciones de ellos entre sí, así como con sectores que los complementan como el de mediana y alta tecnología manufacturera y como los del turismo y gastronomía. Además esta segmentación permite la no discriminación entre ocupaciones creativas y no creativas, lo que sirve para realizar otro conjunto de mediciones.

México cuenta con dos bases estadísticas con las que se realizó el estudio de economía creativa llevado a cabo por Valdivia *et al.* (2020) del Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias de la UNAM. El primero, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) con los Censos Económicos, los cuales poseen gran cantidad de información valiosa

desagregada tanto sectorial como regional, pero son bastante limitados en la especificidad de lo ocupacional; mientras que las Encuestas Nacionales de Ocupación y Empleo (ENOE) del mismo INEGI son excelentes en la medición de ocupaciones creativas, pero fallan en la ubicación exacta del sector creativo al que pertenecen.

De acuerdo con Valdivia *et al.* (2020) los tres factores que han llevado al desarrollo y crecimiento acelerado de las ICC son:

- La vinculación de la economía regional con el Tratado de Libre Comercio de Norteamérica, hoy TMEC.
- La reconfiguración del sistema urbano y de ciudades del país.
- El papel que las amenidades y sectores clave de vinculación asociados al Turismo y otros sectores han tenido en algunas ZM.

Es uno de estos tres en el que descansa el impulso que ha tenido la economía creativa en las ZM y obliga al tipo de especialización que será requerida dentro del sector.

De acuerdo con Valdivia *et al.* (2020) el crecimiento de ciudades medias, tales como Querétaro, Tijuana, León y Mérida están afectando la localización de firmas y trabajadores en las ICC atrayéndolas.

La siguiente tabla nos muestra la cantidad de personas involucradas en el empleo creativo en México:

**Tabla 6. 5 Empleo Creativo en México. 2005 y 2018.**

|                                             | 2005       | 2018       | Participación POT (%) |       | TCPA 2005-2018 |
|---------------------------------------------|------------|------------|-----------------------|-------|----------------|
|                                             |            |            | 2005                  | 2018  |                |
| <b>Población ocupada total</b>              | 40,321,130 | 51,473,960 | 100.0                 | 100.0 | 1.9            |
| <b>Ocupaciones creativas</b>                | 2,870,550  | 3,889,350  | 7.1                   | 7.6   | 2.4            |
| <b>Empleo en industrias creativas</b>       | 1,366,628  | 2,018,586  | 3.4                   | 3.9   | 3.0            |
| <b>Tridente creativo</b>                    | 3,771,544  | 5,184,459  | 9.4                   | 10.1  | 2.5            |
| <b>Especialistas creativos</b>              | 465,634    | 723,477    | 1.2                   | 1.4   | 3.4            |
| <b>No creativos en industrias creativas</b> | 900,994    | 1,295,109  | 2.2                   | 2.5   | 2.8            |



|                                           |           |           |     |     |     |
|-------------------------------------------|-----------|-----------|-----|-----|-----|
| <b>Creativos en sectores no creativos</b> | 2,404,916 | 3,165,873 | 6.0 | 6.2 | 2.1 |
|-------------------------------------------|-----------|-----------|-----|-----|-----|

Tridente Creativo = Especialistas creativos + No creativos en Industrias Creativas + Creativos en sectores no creativos.

Fuente: Datos del segundo trimestre de la ENOE 2005 y 2018 en Valdivia *et al.* (2020).

En el año 2005 del total de la población ocupada en México, el 7.1 por ciento pertenecían a ocupaciones creativas. Había 2, 870, 550 personas empleadas en industrias creativas. De la población total ocupada el 1.2 por ciento se consideraban especialistas creativos. Sin embargo, las industrias creativas no solamente incorporan a la clase creativa dentro de sus sectores sino que también las personas no creativas son necesarias para que estas industrias funcionen, en ese entonces representaban el 2.2 por ciento del total de la población ocupada. Uno de los datos interesantes es el de creativos en sectores no creativos, lo que llama la atención y representa la falta de vinculación de la educación con el sector productivo, en ese entonces representaban el 6 por ciento del total de la población ocupada.

Todas las categorías en el 2018 dentro de la población ocupada, tuvieron un incremento con respecto al año 2005. Las ocupaciones creativas tuvieron un aumento del 0.5 por ciento, al igual que el empleo en industrias creativas. Los especialistas creativos incrementaron en 0.2 por ciento, al igual que los creativos en sectores no creativos. Los no creativos en industrias creativas aumentaron en 0.3 por ciento.

La anterior información nos ofrece un panorama general de la cantidad las personas dedicadas al sector creativo en México y de su comportamiento en estos 13 años.

Algunas de las actividades creativas no están exentas de comportamientos relacionados con el espacio. Algunos pensadores económicos ya han explicado el conjunto de beneficios que tiene este factor para las empresas, como lo son la cercanía con las materias primas, con el consumidor final, la educación de las regiones donde se localizan, entre muchos otros. A continuación se presentan la población ocupada en Industrias Creativas y Culturales de las principales zonas metropolitanas de México, además se presenta el valor agregado que generaron tanto en el año 2003 como en el 2013.

**Tabla 6. 6 Las ICC de las principales Zonas Metropolitanas. 2003 y 2013.**

| Zona Metropolitana              | Estructura        |      |                |      | T C P A 2003-2013 |                |
|---------------------------------|-------------------|------|----------------|------|-------------------|----------------|
|                                 | Población Ocupada |      | Valor agregado |      | Población Ocupada | Valor agregado |
|                                 | 2003              | 2013 | 2003           | 2013 |                   |                |
| Valle de México                 | 51                | 52.9 | 66.3           | 55.8 | 4.3               | -3             |
| Guadalajara                     | 6.4               | 6.7  | 3.5            | 6.1  | 4.5               | 4.3            |
| Monterrey                       | 7.3               | 6.6  | 8              | 7.8  | 2.7               | -1.6           |
| Puebla-Tlaxcala                 | 2.6               | 2.6  | 1.5            | 1.8  | 3.9               | 0.6            |
| Querétaro                       | 1.5               | 2.5  | 1              | 2.7  | 9.4               | 9.2            |
| Juárez                          | 3.6               | 2    | 2              | 1.3  | -2.2              | -5.2           |
| Tijuana                         | 1.8               | 1.8  | 1              | 2.3  | 3.8               | 7.1            |
| León                            | 1.6               | 1.8  | 0.6            | 1.8  | 5                 | 9.7            |
| Mérida                          | 1.4               | 1.6  | 0.7            | 1.3  | 5.5               | 5.5            |
| Toluca                          | 1.9               | 1.2  | 1.6            | 1.1  | -0.6              | -4.7           |
| SLP-Soledad de Graciano Sánchez | 1.2               | 1.2  | 0.6            | 1    | 4.2               | 3.9            |
| Resto de las ZM                 | 19.7              | 19.2 | 13.1           | 16.8 | 4                 | -1.7           |

Fuente: Censos Económicos 2004, 2009, 2014, INEGI en Valdivia *et al.* (2020).

De acuerdo con Valdivia *et al.* (2020) las zonas metropolitanas (ZM) del país concentran casi el 90% de las actividades creativas en términos de valor agregado, empleo y remuneraciones. El Valle de México, comparando la población ocupada en el 2003 y en el 2013 tuvo un aumento, pero una disminución del 10.5 por ciento en cuanto a valor agregado comparando los mismos años, lo que nos dice que con más población ocupada logró menos valor agregado en el 2013.

La tasa de crecimiento promedio anual en valor agregado del 2003 al 2013 más alta se presenta en León, con 9.7% seguido de Querétaro con 9.2 y Tijuana con 7.1. Los lugares más bajos de las zonas metropolitanas presentadas en la Tabla 6. 6 los ocupa el Valle de México con menos 3%, Toluca con -4.7% y Juárez con -5.2%. En cuanto a tasa de crecimiento promedio anual de la población ocupada en ICC durante la misma década los casos más altos son los de Querétaro con 9.4 %, seguido de Mérida con 5.5 y León con 5%. Los últimos tres lugares los ocupa Monterrey con 2.7%, Toluca con -0.6 y Juárez con -2.2%.

En 14 ciudades se concentra el 80% de las actividades creativas. El Valle de México explica más del 50 por ciento de la población ocupada en ICC en el 2013 y el 55.8 por ciento del valor agregado. Las ZM ubicadas en la franja fronteriza como Monterrey, Juárez y Tijuana representaban en el 2013 el 10.4% por ciento de la población ocupada en ICC, mientras que en valor agregado explicaban el 11.4%.

**Tabla 6. 7 Comparativo de unidades económicas de las ICC. 2014,2015 y 2019.**

| Sector Creativo                                          | Unidades Económicas |         |         | Estructura |       |       |
|----------------------------------------------------------|---------------------|---------|---------|------------|-------|-------|
|                                                          | 2014                | 2015    | 2019    | 2014       | 2015  | 2019  |
| <b>Actividades de publicación</b>                        | 1,201               | 1,569   | 1,678   | 1.8        | 1.5   | 1.5   |
| <b>Industria Fílmica, video y sonido.</b>                | 1,027               | 1,227   | 1,635   | 1.5        | 1.2   | 1.5   |
| <b>Actividades de retransmisión y programación</b>       | 890                 | 1,852   | 1,996   | 1.3        | 1.8   | 1.8   |
| <b>Programación de computadoras, consultoría y otras</b> | 2,661               | 3,317   | 4,203   | 4.0        | 3.1   | 3.8   |
| <b>Arquitectura</b>                                      | 5,487               | 6,326   | 6,983   | 8.2        | 6.0   | 6.3   |
| <b>I &amp; D</b>                                         | 1,177               | 2,133   | 2,455   | 1.8        | 2.0   | 2.2   |
| <b>Publicidad y estudios de mercado</b>                  | 6,821               | 8,332   | 8,854   | 10.1       | 7.9   | 7.9   |
| <b>Diseño y fotografía</b>                               | 9,532               | 14,511  | 14,188  | 14.2       | 13.7  | 12.7  |
| <b>Creación artística y entretenimiento</b>              | 1,777               | 4,158   | 4,165   | 2.6        | 3.9   | 3.7   |
| <b>Bibliotecas y museos</b>                              | 241                 | 5,997   | 6,085   | 0.4        | 5.7   | 5.5   |
| <b>Juegos y apuestas</b>                                 | 4,659               | 5,385   | 5,469   | 6.9        | 5.1   | 4.9   |
| <b>Deportes y entretenimiento</b>                        | 31,698              | 50,997  | 53,837  | 47.2       | 48.2  | 48.3  |
| <b>Total ICC</b>                                         | 67,171              | 105,804 | 111,548 | 100.0      | 100.0 | 100.0 |

Fuente: Censo Económico 2014 y el DENUE 2015 y 2019 en Valdivia *et al.* (2020).

En México en 2019 había un total de 111,548 empresas que sus actividades pertenecían a las industrias creativas y culturales. La mayor cantidad de ellas se encontraba en el rubro de *Deportes y entretenimiento* representando el 48.3 por ciento del sector. Le seguía el *Diseño y fotografía*, después *Publicidad y Estudios de Mercado*, *Arquitectura*, *Bibliotecas y Museos*,

Juegos y Apuestas, *Programación de computadoras, consultoría y otras, Creación artística y entretenimiento*, mientras que los últimos lugares los ocupaba la *I & D, Actividades de retransmisión y programación, Actividades de publicación* y al final la *Industria fílmica, video y sonido*.

El sector creativo que más ha crecido en cuanto a unidades económicas, del 2014 al 2019, es *Deportes y entretenimiento* con un incremento de 22, 139 unidades económicas, superando 3.78 veces al segundo lugar que es *Bibliotecas y museos*. En tercer lugar de crecimiento lo ocupa el sector creativo *Diseño y fotografía* el cual aumentó en 4, 656 unidades económicas del 2014 al 2019. Los últimos tres lugares los ocupan *Juegos y Apuestas, Industria Fílmica, Video y Sonido* y *Actividades de Publicación*.

**Tabla 6. 8 Estructura y crecimiento de las ocupaciones creativas, 2005-2018.**

|                                                     | 2005      | 2018      | 2005  | 2018  | 2005-2018 |
|-----------------------------------------------------|-----------|-----------|-------|-------|-----------|
| <b>Ocupaciones creativas</b>                        | 2,870,550 | 3,889,350 | 100.0 | 100.0 | 2.4       |
| <b>Publicidad y mercadotecnia</b>                   | 395,603   | 446,529   | 13.8  | 11.5  | 0.9       |
| <b>Arquitectura</b>                                 | 130,259   | 175,794   | 4.5   | 4.5   | 2.3       |
| <b>Diseño, artes visuales</b>                       | 131,384   | 212,952   | 4.6   | 5.5   | 3.8       |
| <b>Artesanos</b>                                    | 1,066,999 | 1,234,326 | 37.2  | 31.7  | 1.1       |
| <b>Directivos artesanos</b>                         |           | 27,498    | 0.0   | 0.7   |           |
| <b>Cine, video y fotografía</b>                     | 104,682   | 150,666   | 3.6   | 3.9   | 2.8       |
| <b>Televisión, radio</b>                            | 8,736     | 5,201     | 0.3   | 0.1   | -3.9      |
| <b>Directivos TV y radio</b>                        |           | 7,456     | 0.0   | 0.2   |           |
| <b>Moda y artes escénicas</b>                       | 144,429   | 149,067   | 5.0   | 3.8   | 0.2       |
| <b>Directivos actividades artísticas</b>            | 23,121    | 26,506    | 0.8   | 0.7   | 1.1       |
| <b>Publicaciones</b>                                | 36,306    | 35,751    | 1.3   | 0.9   | -0.1      |
| <b>Software, informática y consulta tecnológica</b> | 332,802   | 563,516   | 11.6  | 14.5  | 4.1       |
| <b>Directivos software</b>                          | 43,866    | 32,840    | 1.5   | 0.8   | -2.2      |
| <b>I &amp; D</b>                                    | 320,613   | 721,694   | 11.2  | 18.6  | 6.4       |
| <b>Directivos I &amp; D</b>                         | 131,750   | 99,554    | 4.6   | 2.6   | -2.1      |

Fuente: Datos del ENOE del segundo trimestre de 2005 y 2018 en Valdivia et al. (2020)

De acuerdo con la Tabla 6. 8 las *Ocupaciones creativas* han tenido un aumento de 1,018,800 del año 2005 al 2018. Las ocupaciones creativas que más aumento han tenido son la *I & D* con 401,081; *Software, informática y consulta tecnológica* con 230,714; y la de *Artesanos*

con 167,327. Las ocupaciones creativas que han tenido las mayores disminuciones del año 2005 al 2018 son *Televisión y radio*, presentando números negativos con -3,535, en penúltimo lugar *Directivos de software* con -11,026 y en último lugar con -32,196 se encuentran los *Directivos de I & D*.

En cuanto a porcentaje de ocupaciones creativas en el año 2018, el primer lugar lo ocupa *Artesanos* con el 31.7%, el segundo *I & D* con 18.6% y el tercero *Software, informática y consulta tecnológica* con 14.5%. Esto refleja la situación por la que pasa México en la actualidad. Tiene un apoyo enorme de recursos hacia la I & D por medio de programas de becas de miles de jóvenes que no encuentran un trabajo acorde a su educación terciaria y continúan sus estudios de posgrado. A su vez está inmerso en una economía digital que es indispensable para lograr mantener la vida del sector productivo, académico, político y social, lo que explica tanta ocupación en *Software, informática y consulta tecnológica*, pero una gran parte de la población sigue llevando a cabo procedimientos rudimentarios y tienen escolaridad baja, por lo cual el rubro de *Artesanos* representa la mayor cantidad de las ocupaciones creativas, la gran mayoría de las veces llevadas a cabo por oficios.

Los 4 últimos lugares en porcentaje de las ocupaciones creativas en el año 2018 las ocupa *Directivos artesanos* y *Directivos actividades artísticas* con 0.7% las dos, en penúltimo *Directivos TV y radio* con 0.2% y en último *Televisión y radio* con 0.1%.

**Tabla 6. 9 Posición de ocupaciones en ocupaciones creativas. 2005 y 2018.**

| Posición de ocupación                 | Economía total |       | Ocupaciones creativas |       |
|---------------------------------------|----------------|-------|-----------------------|-------|
|                                       | 2005           | 2018  | 2005                  | 2018  |
| <b>Remunerados</b>                    | 65.8           | 70.3  | 64.1                  | 65.7  |
| <b>Empleadores</b>                    | 4.6            | 4.6   | 7.4                   | 7.5   |
| <b>Trabajadores por cuenta propia</b> | 22.0           | 20.5  | 26.1                  | 24.7  |
| <b>Trabajadores sin pago</b>          | 7.5            | 4.6   | 2.4                   | 2.0   |
| <b>Total</b>                          | 100.0          | 100.0 | 100.0                 | 100.0 |

Fuente: Datos del ENOE del segundo trimestre de 2005 y 2018 en Valdivia et al. (2020).

De la Tabla 6. 9 podemos destacar que hay más porcentaje de *Empleadores* en las ocupaciones creativas que en la economía total. También hay más porcentaje de *Trabajadores*

*por cuenta propia* que en la economía total. Hay menos porcentaje de *Trabajadores sin pago* en las ocupaciones creativas que en la economía total, tanto en el año 2005 como en el año 2018. El único dato que tuvo un decrecimiento de ocupaciones creativas frente a la economía total es el de *Remunerados*, sin embargo presenta un aumento dentro de su mismo grupo del 1.6 por ciento del año 2005 al 2018. Las ocupaciones creativas que presentan disminución en el porcentaje del año 2005 al 2018 son *Trabajadores sin pago*, lo cual se puede considerar positivo para el sector, sucede lo mismo con los *Trabajadores por cuenta propia*.

Llama la atención el gran porcentaje de trabajadores por cuenta dentro de las ocupaciones creativas, sin embargo, el trabajo del creativo es muchas veces aislado, se podría establecer como una característica del sector, al menos los datos lo muestran así. El dato importante que destaca también es el porcentaje de trabajadores sin pago en las ocupaciones creativas, ya que muchos de estos no obtienen los beneficios de prestaciones que la ley marca.

**Tabla 6. 10 Empleo por género y ocupación creativa. 2005 y 2018.**

| Ocupaciones creativas                        | 2005   |       | 2018   |       |
|----------------------------------------------|--------|-------|--------|-------|
|                                              | Hombre | Mujer | Hombre | Mujer |
| Publicidad y mercadotecnia                   | 14.7   | 12.0  | 10.8   | 12.6  |
| Arquitectura                                 | 6.0    | 1.7   | 5.7    | 2.5   |
| Diseño, artes visuales                       | 3.8    | 6.1   | 4.6    | 6.9   |
| Artesanos                                    | 30.8   | 49.3  | 25.7   | 41.5  |
| Directivos artesanos                         | 0.0    | 0.0   | 0.7    | 0.7   |
| Cine, video y fotografía                     | 4.2    | 2.6   | 4.5    | 2.9   |
| Televisión, radio                            | 0.3    | 0.2   | 0.1    | 0.1   |
| Directivos TV y radio                        | 0.0    | 0.0   | 0.1    | 0.3   |
| Moda y artes escénicas                       | 7.0    | 1.3   | 5.4    | 1.3   |
| Directivos actividades artísticas            | 0.6    | 1.2   | 0.8    | 0.5   |
| Publicaciones                                | 1.2    | 1.4   | 1.0    | 0.8   |
| Software, informática y consulta tecnológica | 15.6   | 4.0   | 19.1   | 7.0   |
| Directivos software                          | 1.8    | 1.1   | 1.2    | 0.2   |
| I & D                                        | 10.2   | 13.0  | 18.4   | 18.8  |
| Directivos I & D                             | 3.8    | 6.0   | 1.8    | 3.8   |
| Total                                        | 100.0  | 100.0 | 100.0  | 100.0 |

Fuente: Datos del ENOE del segundo trimestre de 2005 y 2018 en Valdivia et al. (2020).

La información en la tabla anterior muestra que la actividad con mayor crecimiento del año 2005 al 2018 ha sido el de la *I & D*, tanto el hombre como la mujer lideran en esta actividad con un 8.2 y un 5.8 por ciento, respectivamente. Podemos dar cuenta que más individuos se han estado incorporando a esta actividad sacrificando tiempo de estudio, ya que es de las actividades que más años de escolaridad requiere, como se verá en la siguiente tabla. Sin embargo no están tomando los puestos directivos en *I & D*. Otra actividad importante en cuanto a innovación y tecnología que ha tenido crecimiento tanto en hombres como en mujeres es la de *software, informática y consulta tecnológica*, esta ha logrado un aumento en el porcentaje de 3.5 en hombres y 3.0 en mujeres con respecto al año 2005.

La actividad *artesanos* es la que presenta mayor decrecimiento, el porcentaje de hombres que salieron de esta actividad con respecto al 2005 es del 5.1 por ciento, mientras que las mujeres que dejaron esta misma actividad respecto al mismo año fueron del 7.8 por ciento.

Los hombres han dejado actividades como la *publicidad y la mercadotecnia* y la *moda y artes escénicas* en estos 13 años. La ocupación creativa *cine video y fotografía* crecieron igual tanto en hombres como en mujeres con un 0.3 por ciento.

Tanto hombres como mujeres creativas han estado dejando las actividades más rudimentarias para pasar hacia actividades basadas en el conocimiento y en las tecnologías de la información.

**Tabla 6. 11 Años de escolaridad por tipo de ocupación creativa.**

| Ocupaciones creativas                        | 2005 | 2018 |
|----------------------------------------------|------|------|
| Publicidad y mercadotecnia                   | 14.9 | 14.9 |
| Arquitectura                                 | 14.3 | 15.4 |
| Diseño, artes visuales                       | 13.6 | 14.5 |
| Artesanos                                    | 7.2  | 8.3  |
| Directivos artesanos                         |      | 10.8 |
| Cine, video y fotografía                     | 11.5 | 12.8 |
| Televisión, radio                            | 13.8 | 14.8 |
| Directivos TV y radio                        |      | 14.7 |
| Moda y artes escénicas                       | 9.7  | 11.2 |
| Directivos actividades artísticas            | 13.1 | 14.0 |
| Publicaciones                                | 14.6 | 15.7 |
| Software, informática y consulta tecnológica | 13.2 | 14.9 |
| Directivos software                          | 14.9 | 15.6 |

|                             |      |      |
|-----------------------------|------|------|
| <b>I &amp; D</b>            | 17.1 | 17.1 |
| <b>Directivos I &amp; D</b> | 15.7 | 16.5 |
| <b>No creativos</b>         | 8.5  | 10.0 |

Fuente: Datos del ENOE del segundo trimestre de 2005 y 2018 en Valdivia et al. (2020).

La Tabla 6. 11 contiene la relación de los años de escolaridad con el tipo de ocupación creativa. Aunque la tabla muestra algunas características interesantes de la cantidad de años con la ocupación, no siempre sucede de la misma manera. Sobre todo por la falta de vinculación de la educación con el sector productivo. Donde muchas veces el tipo de estudio llevado a cabo tiene muy poca relación con la ocupación que se tiene. Los datos son peculiares y algunos de ellos podrían darse por sentado como la poca escolaridad necesaria para ocupar un puesto en la realización de artesanías o la gran cantidad de años necesarios para lograr ocupar lugares en puestos que están relacionados con la Investigación y Desarrollo.

En modas y artes escénicas son también pocos los años necesarios para ocupar un puesto de trabajo, sin embargo aumenta al momento de ser directivo con al menos 3 años más para ubicarse en este tipo de puesto. En cuanto a publicidad y mercadotecnia, al menos en México no ha habido necesidad de estudiar más tiempo desde el año 2005 al 2018. Parece no haber evolucionado mucho este tipo de ocupación o puede ser que exista un vínculo estrecho entre el sector productivo y la educación que prácticamente se mantienen actualizados los planes de estudio.

Para ocupar un puesto en arquitectura es necesario haber estudiado al menos un año más en el 2018 que en el 2005. Lo mismo aplica para las artes visuales. Los artesanos a pesar de ser en el que menos tiempo de escolaridad es necesaria, a diferencia del 2005, tener al menos un año más de escolaridad. Pero para ocupar un puesto de directivo en esta actividad son necesarios al menos 10 años. Para televisión y radio la diferencia para ocupar un puesto es de un año más de escolaridad, cabe resaltar que es la misma cantidad de años para ocupar un puesto de director en las mismas dos actividades.

Para ocupar puestos donde se llevan a cabo publicaciones eran necesario 14.6 años en el 2005, sin embargo en la actualidad son necesarios 15.7. Para las actividades que involucran software, informática y consulta tecnológica eran necesarios en el 2005 haber tenido 13.2 años de escolaridad y en el 2018 eran necesarios 14.9, cabe resaltar que en esta actividad es en la que



más años de escolaridad son necesarios de todas las analizadas para lograr ocupar un puesto en el 2018. En la actividad de I + D son necesarios los mismos años de escolaridad en el 2018 que en el 2005, sin embargo, para ser directivo son necesarios menos años, pero sí sobre pasar los años de estudio necesarios para llevar a cabo cualquiera de las actividades creativas analizadas. Aquellos individuos no creativos son los que menos años de escolaridad necesitan para ocupar un puesto en alguna actividad no creativa. Esto nos lleva a la conclusión de que sus actividades pueden llegar a ser estandarizadas y repetitivas, sin involucramiento en la toma de decisiones y como apoyo de las actividades creativas.

**Tabla 6. 12 Población con ocupaciones creativas por ciudad, 2005 y 2018.**

| Ciudad                  | 2005      | 2018      | Participación POT (%) |       | TCPA 2005-2018 |
|-------------------------|-----------|-----------|-----------------------|-------|----------------|
|                         |           |           | 2005                  | 2018  |                |
| <b>Ciudad de México</b> | 756,573   | 1,055,833 | 45.2                  | 44.5  | 2.0            |
| <b>Guadalajara</b>      | 136,252   | 199,252   | 8.1                   | 8.4   | 3.0            |
| <b>Monterrey</b>        | 123,167   | 183,813   | 7.4                   | 7.7   | 3.1            |
| <b>Puebla</b>           | 71,154    | 84,075    | 4.2                   | 3.5   | 1.3            |
| <b>Tijuana</b>          | 31,852    | 54,820    | 1.9                   | 2.3   | 4.3            |
| <b>León</b>             | 40,658    | 51,113    | 2.4                   | 2.2   | 1.8            |
| <b>Querétaro</b>        | 28,599    | 50,434    | 1.7                   | 2.1   | 4.5            |
| <b>Mérida</b>           | 37,014    | 47,958    | 2.2                   | 2.0   | 2.0            |
| <b>Toluca</b>           | 30,306    | 46,096    | 1.8                   | 1.9   | 3.3            |
| <b>San Luis Potosí</b>  | 32,072    | 42,961    | 1.9                   | 1.8   | 2.3            |
| <b>Hermosillo</b>       | 27,540    | 41,229    | 1.6                   | 1.7   | 3.2            |
| <b>Chihuahua</b>        | 27,967    | 36,809    | 1.7                   | 1.6   | 2.1            |
| <b>Aguascalientes</b>   | 24,639    | 34,291    | 1.5                   | 1.4   | 2.6            |
| <b>Resto Ciudades</b>   | 307,589   | 444,511   | 18.4                  | 18.7  | 2.9            |
| <b>Total</b>            | 1,675,382 | 2,373,195 | 100.0                 | 100.0 | 2.7            |

Fuente: Datos de la ENOE del segundo trimestre de 2005 y 2018 en Valdivia et al. (2020).

La Tabla 6. 12 nos muestra las 13 principales ciudades de México que tienen mayor población con ocupaciones creativas. Se muestran los datos del 2005 y del 2018. Estas 13 ciudades representan juntas el 81.3 por ciento del total de ocupaciones creativas de las ciudades de México. Cabe destacar que en el 2018 la Ciudad de México (CDMX) contaba con el 44.5 por ciento de las ocupaciones creativas. Esto se explica un poco por la cantidad de habitantes que

tiene la ciudad. Guadalajara ocupa el segundo lugar con 199,252 ocupando el 8.4 por ciento, el tercer lugar lo ocupa Monterrey con 7.7%, el cuarto Puebla con 4.2% y el quinto Tijuana con 1.9%. En los 13 años del análisis las 13 ciudades muestran incremento en este tipo de ocupaciones, así como tasa de crecimiento promedio anual positiva. Las 3 ciudades que mantienen tasas de crecimiento promedio anual más alto en los 13 años son Querétaro con 4.5%, Tijuana con 4.3% y Toluca con 3.3%. Además, siete de estas se encuentran sobre la media que es 2.7%.

Otra manera de medir parte de la economía creativa en México proviene de la Cuenta Satélite de la Cultura. A continuación se presentan las áreas generales y los datos en cuanto a valor agregado, puestos de trabajo, exportaciones e importaciones de los años 2008 y 2018.

**Tabla 6. 13 Valor agregado, Empleo y Comercio exterior de la Cuenta Satélite de la Cultura en México por área general, 2008 y 2018.**

| Áreas generales                                                  | Valor agregado(m\$) |                | Puestos de trabajo |                  | Exportaciones (m\$) |               | Importaciones(m\$) |               |
|------------------------------------------------------------------|---------------------|----------------|--------------------|------------------|---------------------|---------------|--------------------|---------------|
|                                                                  | 2008                | 2018(p)        | 2008               | 2018(p)          | 2008                | 2018(p)       | 2008               | 2018(p)       |
| <b>Total Cultura</b>                                             | <b>487,360</b>      | <b>737,742</b> | <b>1,277,482</b>   | <b>1,395,669</b> | <b>12,317</b>       | <b>13,382</b> | <b>61,349</b>      | <b>44,325</b> |
| <b>Subtotal de áreas generales y específicas</b>                 | 402,537             | 635,217        | 1,051,671          | 1,139,367        | 12,317              | 13,382        | 61,349             | 44,325        |
| <b>Artes visuales y plásticas</b>                                | 8,352               | 7,479          | 21,966             | 23,049           | 4,067               | 720           | 9,530              | 7,735         |
| <b>Artes escénicas y espectáculos</b>                            | 25,259              | 32,106         | 22,633             | 22,353           | 5                   | 2             | 9                  | 12            |
| <b>Música y conciertos</b>                                       | 7,944               | 6,248          | 44,892             | 48,442           | 1,981               | 343           | 7,979              | 2,706         |
| <b>Libros, impresiones y prensa.</b>                             | 25,786              | 20,068         | 87,027             | 74,573           | 1,812               | 1,743         | 10,100             | 7,906         |
| <b>Medios audiovisuales</b>                                      | 175,669             | 383,389        | 184,573            | 194,939          | 4,438               | 10,567        | 33,648             | 25,835        |
| <b>Artesanías</b>                                                | 85,984              | 102,466        | 434,563            | 498,151          |                     |               |                    |               |
| <b>Diseño y servicios creativos</b>                              | 40,404              | 48,331         | 142,724            | 154,836          | 9                   | 5             | 48                 | 89            |
| <b>Patrimonio material y natural</b>                             | 9,218               | 9,000          | 32,201             | 35,368           | 5                   | 1             | 35                 | 41            |
| <b>Formación y difusión cultural en instituciones educativas</b> | 23,920              | 26,131         | 81,092             | 87,656           | N/A                 | N/A           | N/A                | N/A           |
| <b>Producción cultural en los hogares</b>                        | 84,822              | 102,525        | 225,811            | 256,302          | N/A                 | N/A           | N/A                | N/A           |

(p): Cifras preliminares; N/A: No aplica

Fuente: Datos de la Cuenta Satélite de Cultura en México, INEGI en Valdivia *et al.* (2020).

Si se compara el año 2008 y el año 2018 la cultura total creció en valor agregado 66 por ciento. El área general que más crecimiento tuvo fue el de *Medios audiovisuales*, con un valor agregado de 207,720 millones de pesos, el segundo fue el de *Producción cultural en los hogares* con 17,703 millones de pesos y en tercer lugar las *Artesanías* con 16,482 millones de pesos. Los últimos lugares los ocupan las *Artes visuales y plásticas*, *Música y conciertos*, y los *Libros, impresiones y prensa*, con -873; -1,696; y 5,718 millones de pesos, respectivamente.

En cuanto a puestos de trabajo, en el año 2008 se tenían en el total de las actividades culturales 118,187 puestos de trabajo menos que en el 2018. Las áreas generales que tienen mayor diferencia comparando los dos mismos años son las artesanías con 63,588 puestos más, la producción cultural en los hogares con 30,491 puestos más en el 2018 y el diseño y servicios creativos con 12,112 puestos de trabajo más en el mismo año comparado con el 2008. Las áreas generales que representan los últimos lugares son *Artes visuales o plásticas* que fue la que menos creció son un total de 1,083 puestos de trabajo en 2018, sin embargo dos áreas generales muestran números negativos, estas son *Artes escénicas y espectáculos*, y *Libros, impresiones y prensa* con -280 y -12,454 puestos de trabajo, respectivamente.

Las exportaciones e importaciones del total de la cultura en el año 2008 presentan un déficit de 49,032 millones de pesos al igual que en el año 2018, sin embargo este fue más bajo con 30,943 millones de pesos. Todas las áreas generales presentan déficit comercial, tanto en 2008 y en 2018. La que más déficit presenta en el año 2008 es *Medios audiovisuales* con 29,210 millones de pesos, seguida de *Libros, impresiones y prensa* con 8,288 millones de pesos y en tercer lugar *Música y conciertos* con 5,998 millones de pesos. En el año 2018 el primer lugar se mantiene *Medios audiovisuales*, sin embargo, este bajó prácticamente a la mitad de la década anterior quedando con 15,268 millones de pesos de déficit, le sigue en segundo lugar *Artes visuales y plásticas* con 7,015 millones de pesos y el tercer lugar lo ocupa *Libros impresiones y prensa* con un déficit de 6,163 millones de pesos.

El gran déficit en *Medios visuales* lo explica prácticamente la importación de la industria fílmica estadounidense. El mercado que tiene Estados Unidos en nuestro país en esta industria es considerable, ya que México se encuentra dentro de las diez economías que más taquilla generan a nivel mundial.

### **6. 3 Reino Unido, sus industrias creativas y su efecto en el desarrollo económico.**

Como se mencionó anteriormente la National Endowment for Science Technology and the Arts (NESTA, por sus siglas en inglés), es quien se encarga de llevar las estadísticas de la economía creativa del Reino Unido y promover programas para el desarrollo de la misma y la innovación.

De acuerdo con NESTA, la economía creativa y las artes tienen un gran potencial para contribuir al bienestar social, económico y cultural. Sin embargo, sus necesidades y potencial no han sido completamente comprendido por los tomadores de decisión y aquellos que apoyan la innovación. Como resultado, estas actividades son infravaloradas la mayoría del tiempo. El trabajo de esta fundación, desde 2009, es mostrar el valor de la economía creativa y hacer crecer ese valor. Entre el año 2017 y 2020 se siguieron tres importantes estrategias para alcanzar este objetivo, las cuales son:

- Colocar la economía creativa en el corazón de la política local y nacional. Con el fin de beneficiar el bienestar nacional, es esencial tener políticas que nutran las industrias creativas.
- Ayudar a las organizaciones culturales y artísticas a prosperar. Con el apoyo adecuado, las artes y la cultura tienen el poder de transformar vidas y enfrentar problemas sociales.
- Desarrollar un centro de investigación de renombre mundial. Para hacer crecer la economía creativa, es necesario comprender lo que lleva a su crecimiento así como lo que lo inhibe.

Durante la última década, NESTA ha logrado mostrar el valor de la economía creativa, influido en políticas para ayudarla a crecer, ha apoyado a organizaciones culturales y artísticas a prosperar por medio de tecnologías digitales y nuevas fuentes de financiamiento. Con sus investigaciones han alcanzado demostrar el porqué las industrias creativas son cruciales para obtener una ventaja competitiva. Lo han hecho a través del Creative Industries Policy and Evidence Centre (PEC). Con sus investigaciones independientes ofrece recomendaciones para nutrir a las políticas. Liderado por NESTA, y fundado por el Arts and Humanities Research Council, el PEC está creada de 10 universidades del Reino Unido. Lo que trae consigo a los

mejores investigadores a contestar las preguntas más complicadas acerca de las industrias creativas.

Varias de las investigaciones llevadas a cabo se han discutido en debates parlamentarios y han tenido influencia en compromisos entre el gobierno y la industria.

En el Reino Unido, en Londres y en el Sureste dominan las industrias creativas, esto se ha analizado a detalle regional por medio de investigadores de la Universidad de Manchester adscritos al PEC.

Del 2012 al 2015, los 7 millones de libras esterlinas del Digital R&D Fund for the Arts ayudaron a 53 organizaciones de artistas a utilizar la tecnología digital para construir nuevos modelos de negocio, y mejorar el alcance de la audiencia y el compromiso.

En el año 2016, NESTA lanzó el Digital Arts and Culture Accelerator para explorar si un modelo de avance tecnológico puede transferirse al sector cultural y de las artes.

Las siguientes tablas muestran el comportamiento de las industrias creativas en el Reino Unido del año 2007 y el 2014. Se destaca el número de empresas dedicadas a las industrias, el volumen de ventas, el empleo que generan, el volumen de ventas por trabajador y el número de trabajadores por empresa.

**Tabla 6. 14 Las industrias creativas en el Reino Unido, 2007 y 2014.**

|                                                  | <b>2007</b>    | <b>2014</b>    |
|--------------------------------------------------|----------------|----------------|
| <b>All creative industries_business.count</b>    | 187,848        | 258,801        |
| <b>All creative industries_turnover (TH GBP)</b> | 125,785,557.00 | 167,357,243.00 |
| <b>All creative industries_employment</b>        | 954,289        | 1,185,332      |
| <b>All creative industries_turn_pw</b>           | 131.81         | 141.19         |
| <b>All creative industries_work_pb</b>           | 5.08           | 4.58           |

Fuente: Elaboración propia con datos de NESTA (2021).

La Tabla 6. 14 muestra que del 2007 al 2014 los negocios dedicados a las industrias creativas aumentaron en 37.77 por ciento, lo que corresponde a 70,953 empresas más. El aumento de volumen de ventas fue del 33.04 por ciento, o bien 41,571,686,000 de libras esterlinas. El empleo también tuvo un aumento si se comparan estos dos años, el crecimiento fue de 231,043 empleados lo que representa el 24.21 por ciento más del año 2007. Esto significa que

en el total de las industrias creativas cada empleado generó en el 2007, 131,810 libras esterlinas, mientras que en el 2014 cada uno de ellos generó 141,190 libras esterlinas.

**Tabla 6. 15 La industria de la Publicidad en el Reino Unido, 2007-2014.**

| <b>Creative Industry</b>          | <b>2007-2010</b> | <b>2011-2014</b> |
|-----------------------------------|------------------|------------------|
| <b>Advertising_business.count</b> | 18,070           | 22,195           |
| <b>Advertising_turnover</b>       | 22,869,436.05    | 26,970,585.00    |
| <b>Advertising_employment</b>     | 108,152          | 135,894          |
| <b>Advertising_turn_pw</b>        | 211.46           | 198.47           |
| <b>Advertising_work_pb</b>        | 5.98             | 6.12             |

Fuente: Elaboración propia con datos de NESTA (2021).

De acuerdo con la Tabla 6. 15, los negocios de la industria de la publicidad, del periodo 2007-2010 al periodo 2011-2014, crecieron un 22.82 por ciento, lo que significa que en el segundo periodo hay 4,125 negocios más en comparación con el primero. La diferencia del volumen de ventas fue también positiva llegando a 4,101,148,950 libras esterlinas lo que significó un 17.93 por ciento más que en el periodo 2007-2010. El empleo en el periodo 2011-2014 representa un crecimiento del 25.65 por ciento, comparado con primero periodo; 27,742 empleados se sumaron a esta industria creativa. Sin embargo, a pesar de haber tenido un incremento en el número de empleados, la cantidad el volumen de ventas por trabajador presenta una disminución en el segundo periodo. Cada trabajador produjo 12, 990 libras esterlinas menos que en el primer periodo. El número de trabajadores por empresa también presentó un pequeño aumento en comparación con el primer periodo.

**Tabla 6. 16 La industria de la Arquitectura en Reino Unido, 2007-2014.**

| <b>Creative Industry</b>           | <b>2007-2010</b> | <b>2011-2014</b> |
|------------------------------------|------------------|------------------|
| <b>Architecture_business.count</b> | 11057            | 13765            |
| <b>Architecture_turnover</b>       | 5,350,956.80     | 5,728,970.00     |
| <b>Architecture_employment</b>     | 59984.75         | 63243            |
| <b>Architecture_turn_pw</b>        | 89.21            | 90.59            |
| <b>Architecture_work_pb</b>        | 5.425047481      | 4.59447875       |

Fuente: Elaboración propia con datos de NESTA (2021).

La Tabla 6. 16 muestra que al final del conteo en el segundo periodo 2,708 nuevos negocios de la industria creativa de la arquitectura se habían sumado, representando un crecimiento del 24.19 por ciento respecto al primer periodo. El volumen de ventas comparando los dos años también tuvo un aumento llegando a 378,013,200 más que en el primer periodo, representando un 7.06 por ciento. Hubo también un aumento en empleados de 3,258 lo que representó 5.43 por ciento. En el segundo periodo cada empleado generó 1,380 libras esterlinas más de lo que se generó en el primero. Sin embargo, los trabajadores por empresa bajaron prácticamente a 1 en el segundo periodo.

**Tabla 6. 17 La industria del Diseño en Reino Unido, 2007-2014.**

| <b>Creative Industry</b>     | <b>2007-2010</b> | <b>2011-2014</b> |
|------------------------------|------------------|------------------|
| <b>Design_business.count</b> | 15,251           | 19,966           |
| <b>Design_turnover</b>       | 4,189,349.38     | 5,337,295.00     |
| <b>Design_employment</b>     | 39,041           | 51,624           |
| <b>Design_turn_pw</b>        | 107.31           | 103.39           |
| <b>Design_work_pb</b>        | 2.55             | 2.58             |

Fuente: Elaboración propia con datos de NESTA (2021).

La Tabla 6. 17 muestra que en el segundo periodo se contabilizaron 4,715 negocios más en la industria del diseño que en el primero, lo cual representa un crecimiento del 30.91 por ciento. El volumen de ventas tuvo un incremento de 1,147,945,620 libras esterlinas más en el segundo periodo con respecto al primero, representando un crecimiento del 27.40 por ciento. El número de empleados aumentó en 32.23 por ciento, lo que significó 12,583 empleados más. Sin embargo, este aumento de empleados en el sector generó menos ganancias que en el primer periodo. El número de empleados por empresa prácticamente se mantuvo igual que en primer periodo, con 2.58 empleados por negocio.

**Tabla 6. 18 La industria creativa del cine, radio y televisión en Reino Unido, 2007 y 2014.**

| <b>Creative Industry</b>                   | <b>2007-2010</b> | <b>2011-2014</b> |
|--------------------------------------------|------------------|------------------|
| <b>Film, radio &amp; TV_business.count</b> | 24140            | 27994            |
| <b>Film, radio &amp; TV_turnover</b>       | 26,876,679.75    | 30,563,800.00    |
| <b>Film, radio &amp; TV_employment</b>     | 154000           | 162992           |
| <b>Film, radio &amp; TV_turn_pw</b>        | 174.52           | 187.52           |
| <b>Film, radio &amp; TV_work_pb</b>        | 6.37             | 5.82             |

Fuente: Elaboración propia con datos de NESTA (2021).

La industria del cine, la radio y la televisión creció en volumen de ventas 13.71 por ciento. También se crearon 3,854 empresas más en el segundo periodo. El empleo tuvo un aumento de 8,992 trabajadores. Cada uno de ellos generó 13,000 libras esterlinas más en el periodo del 2011-2014 que en el 2007-2010. Los trabajadores por empresa tuvieron una disminución en el segundo periodo.

**Tabla 6. 19 La industria de la música y las artes escénicas en el Reino Unido, periodo 20007-2010 y 2011-2014.**

| <b>Creative Industry</b>                          | <b>2007-2010</b> | <b>2011-2014</b> |
|---------------------------------------------------|------------------|------------------|
| <b>Music &amp; performing arts_business.count</b> | 31873            | 32844            |
| <b>Music &amp; performing arts_turnover</b>       | 9,827,564.05     | 10,865,315.00    |
| <b>Music &amp; performing arts_employment</b>     | 101065           | 107500           |
| <b>Music &amp; performing arts_turn_pw</b>        | 97.24            | 101.07           |
| <b>Music &amp; performing arts_work_pb</b>        | 3.17             | 3.27             |

Fuente: Elaboración propia con datos de NESTA (2021).

La industria de la música y las artes escénicas presenta un crecimiento en el segundo periodo, en este se sumaron 971 nuevos negocios, lo que representa 3.04 por ciento con respecto al primer periodo. El volumen de ventas también presentó un aumento, el cual fue de 10.55 por ciento. La cantidad de empleados presentó un crecimiento de 6,435 empleados más con respecto al primer periodo. El volumen de ventas aumentó 3,830 libras esterlinas, lo que representó 3.93 por ciento. El número de trabajadores por empresa aumentó 3.15 por ciento.



**Tabla 6. 20 Industria de la Publicación en Reino Unido, periodos 2007-2010 y 2011-2014.**

| <b>Creative Industry</b>         | <b>2007-2010</b> | <b>2011-2014</b> |
|----------------------------------|------------------|------------------|
| <b>Publishing_business.count</b> | 9434             | 10003            |
| <b>Publishing_turnover</b>       | 19,901,801.85    | 17,419,000.00    |
| <b>Publishing_employment</b>     | 158747.75        | 143449.25        |
| <b>Publishing_turn_pw</b>        | 125.37           | 121.43           |
| <b>Publishing_work_pb</b>        | 16.82719419      | 14.34062281      |

Fuente: Elaboración propia con datos de NESTA (2021).

Los negocios de publicación tuvieron un crecimiento de 6.03 por ciento en el segundo periodo, lo que representa 569 nuevos negocios. El volumen de ventas tuvo un decrecimiento de 12.47 por ciento. El empleo también tuvo una disminución de 9.63 en el segundo periodo, lo que representó 15,298 empleos menos. El volumen de ventas por trabajador cayó, al igual que el número de trabajadores por negocio, representando 3.14 y 14.74 por ciento, respectivamente.

**Tabla 6. 21 Industria del Software y Digital en Reino Unido, periodos 2007-2010 y 2011-2014.**

| <b>Creative Industry</b>                     | <b>2007-2010</b> | <b>2011-2014</b> |
|----------------------------------------------|------------------|------------------|
| <b>Software &amp; digital_business.count</b> | 85404            | 109758           |
| <b>Software &amp; digital_turnover</b>       | 46,048,176.55    | 56,906,965.00    |
| <b>Software &amp; digital_employment</b>     | 364757.25        | 440775.25        |
| <b>Software &amp; digital_turn_pw</b>        | 126.24           | 129.11           |
| <b>Software &amp; digital_work_pb</b>        | 4.270962133      | 4.015882669      |

Fuente: Elaboración propia con datos de NESTA (2021).

El número de negocios de la industria Software y Digital creció 28.51 por ciento lo que representó 24,357 más negocios para el segundo periodo. El volumen de ventas también tuvo un crecimiento importante de 30.09 por ciento. El empleo en la industria tuvo un crecimiento de 20.84 por ciento, lo que significó 76,018 trabajadores más en el segundo periodo. El volumen de ventas por trabajador tuvo un crecimiento en el segundo periodo, cada trabajador generó 2,870 libras esterlinas más. A pesar de eso, el número de trabajadores por empresa prácticamente se mantuvo igual.

**Tabla 6. 22 Número de empresas por Industria Creativa en Reino Unido, Periodo 2007-2010 y 2011-2014.**

| Industrias Creativas                     | 2007-2011 | 2011-2014 | % Crecimiento |
|------------------------------------------|-----------|-----------|---------------|
| Industria de la Publicidad               | 18,070    | 22,195    | 22.83         |
| Industria de la Arquitectura             | 11,057    | 13,765    | 24.49         |
| Industria del Diseño                     | 15,251    | 19,966    | 30.92         |
| Industria del Cine, Radio y T. V.        | 24,140    | 27,994    | 15.97         |
| Industria de la Música y Artes Escénicas | 31,873    | 32,844    | 3.05          |
| Industria de la Publicación              | 9,434     | 10,003    | 6.03          |
| Industria del Software y Digital         | 85,404    | 109,758   | 28.52         |

Fuente: Creación propia con datos de NESTA (2021).

De todas las industrias creativas catalogadas en el Reino Unido, la que más creció en cuanto a creación de empresas, en porcentaje con respecto a los periodos 2007-2011 y 2011-2014, fue la *Industria del diseño*, en segundo lugar se encuentra la *Industria del software y digital*, el tercer lugar lo ocupa la *Industria de la arquitectura*, el cuarto la *Industria de la publicidad*, los tres últimos lugares los ocupa la *Industria del cine, radio y televisión*, la *Industria de la publicación* y la *Industria de la música y artes escénicas*. Sin embargo, la que mayor número de empresas creó fue la *Industria del software*, con 24,354 más en el periodo de 2011-2014, en segundo lugar la de Diseño con 4,715 empleados, el tercer lugar lo ocupó la de la publicidad con 4,125, el cuarto la *Industria del cine, radio y televisión* con 3,854, los tres últimos lugares los ocuparon la industria de la arquitectura, la música y artes escénicas y la industria de la publicación, con 2,708, 971, y 569, respectivamente.

**Tabla 6. 23 Volumen de ventas por Industria Creativa en Reino Unido, Periodo 2007-2010 y 2011-2014. (En miles de Libras esterlinas)**

| Industrias Creativas                     | 2007-2011     | 2011-2014     | % Crecimiento |
|------------------------------------------|---------------|---------------|---------------|
| Industria de la Publicidad               | 22,869,436.05 | 26,970,585.00 | 17.93         |
| Industria de la Arquitectura             | 5,350,956.80  | 5,728,970.00  | 7.06          |
| Industria del Diseño                     | 4,189,349.38  | 5,337,295.00  | 27.40         |
| Industria del Cine, Radio y T. V.        | 26,876,679.75 | 30,563,800.00 | 13.72         |
| Industria de la Música y Artes Escénicas | 31,873.00     | 32,844.00     | 3.05          |
| Industria de la Publicación              | 19,901,801.85 | 17,419,000.00 | -12.48        |

|                                         |               |               |       |
|-----------------------------------------|---------------|---------------|-------|
| <b>Industria del Software y Digital</b> | 46,048,176.55 | 56,906,965.00 | 23.58 |
|-----------------------------------------|---------------|---------------|-------|

Fuente: Creación propia con datos de NESTA (2021).

La industria creativa que más volumen de ventas obtuvo en porcentaje con respecto al periodo anterior fue la *Industria del diseño*, el segundo lugar lo ocupó la *Industria del software*, el tercero la *Industria de la publicidad*, el cuarto la *Industria del cine, radio y televisión*, los tres últimos lugares los ocuparon la *Industria de la arquitectura*, la *Industria de la música y artes escénicas*, y el último lugar, presentando número negativos fue la *Industria de la publicación*.

Sin embargo, el comportamiento de las industrias es diferente si ponemos atención a las libras esterlinas obtenidas directamente por industria. El primer lugar lo ocupa la del software con un total de 10,858,788,450 libras esterlinas más obtenidas en el segundo periodo, el segundo lugar lo ocupa la *Industria de la publicidad* con 4,101,148,950 libras esterlinas, el tercero la *Industria del cine, radio y televisión* con 3,687,120,250 libras esterlinas más, el cuarto lugar lo ocupa la *Industria del diseño* con 1,147,945,620 libras esterlinas más en el segundo periodo. Los tres últimos lugares los ocupan la *Industria de la arquitectura* con 378,013,200 libras esterlinas más, la *Industria de la música y artes escénicas* con 971,000 libras esterlinas más en el segundo periodo, el último lugar presentó 2,482,201,850 libras esterlinas menos que en el primer periodo y la industria fue la de publicación.

**Tabla 6. 24 Cantidad de empleados por industria creativa en Reino Unido, 2007-2010 y 2011-2014.**

| <b>Industrias Creativas</b>                     | <b>2007-2010</b> | <b>2011-2014</b> | <b>% Crecimiento</b> |
|-------------------------------------------------|------------------|------------------|----------------------|
| <b>Industria de la Publicidad</b>               | 108,153          | 135,895          | 25.65                |
| <b>Industrias de la Arquitectura</b>            | 59,985           | 63,243           | 5.43                 |
| <b>Industria del Diseño</b>                     | 39,042           | 51,625           | 32.23                |
| <b>Industria del Cine, Radio y T. V.</b>        | 154,001          | 162,993          | 5.84                 |
| <b>Industria de la Música y Artes Escénicas</b> | 101,065          | 107,501          | 6.37                 |
| <b>Industria de la Publicación</b>              | 158,748          | 143,449          | -9.64                |
| <b>Industria del Software y Digital</b>         | 364,757          | 440,775          | 20.84                |

Fuente: Creación propia con datos de NESTA (2021).

El primer lugar en cuanto a porcentaje de crecimiento en empleo lo obtuvo la *Industria del diseño*, el segundo lugar lo ocupó la *Industria de la publicidad*, el tercero la *Industria del software*, el cuarto lugar fue ocupado por la *Industria de la música y artes escénicas*, mientras que los tres últimos lugares os ocuparon la *Industria del cine, radio y televisión*, la de la arquitectura y el último lugar presentando número negativos lo ocupa la *Industria de la publicación*.

Llevando a la tención directamente a la cantidad de empleados podemos dar cuenta que el primer lugar lo ocupa la *Industria del software y digital* con 76,018 empleados más en el segundo periodo, el segundo lugar lo ocupó la *Industria de la publicidad* con 27,742 empleados más, e tercer lugar lo ocupó la *Industria del diseño* con 12,583 empleados más en el segundo periodo, el cuarto lo ocupó la *Industria del cine, radio y televisión* con 8,992 empleados más. Los tres últimos lugares fueron ocupados por la *Industria de la música y artes escénicas*, la *Industria de la arquitectura* y la *Industria de la publicación*, con 6,436, 3,258 y -15,299 empleados, respectivamente. Cabe resaltar la gran pérdida de empleos de que tuvo la última industria.

**Tabla 6. 25 Volumen de ventas por trabajador de industrias creativas en Reino Unido, periodo 2007-2010 y 2011-2014.**

| <b>Industrias Creativas</b>                     | <b>2007-2010</b> | <b>2011-2014</b> | <b>% Crecimiento</b> |
|-------------------------------------------------|------------------|------------------|----------------------|
| <b>Industria de la Publicidad</b>               | 211.46           | 198.47           | -6.14                |
| <b>Industria de la Arquitectura</b>             | 89.21            | 90.59            | 1.55                 |
| <b>Industria del Diseño</b>                     | 107.31           | 103.39           | -3.65                |
| <b>Industria del Cine, Radio y T. V.</b>        | 174.52           | 187.52           | 7.45                 |
| <b>Industria de la Música y Artes Escénicas</b> | 97.24            | 101.07           | 3.94                 |
| <b>Industria de la Publicación</b>              | 125.37           | 121.43           | -3.14                |
| <b>Industria del Software y Digital</b>         | 126.24           | 129.11           | 2.27                 |

Fuente: Creación propia con datos de NESTA (2021).

La industria que más crecimiento tuvo en cuanto a volumen de ventas por trabajador en porcentaje fue la *Industria del cine radio y televisión*, el segundo lugar lo ocupó la *Industria de la música y artes escénicas*, el tercer lugar la *Industria del software*, el cuarto lugar lo ocupó la

*Industria de la arquitectura*. Los tres últimos lugares con números negativos todos, los ocuparon la *Industria del diseño*, la *Industria de la publicación* y la *Industria de la publicidad*.

Analizando directamente el volumen de ventas, la industria en la que el trabajador generó más fue la *Industria del cine, radio y televisión* con 13,000 libras esterlinas más que el periodo anterior, el segundo lugar lo ocupa la *Industria de la música y artes escénicas* con 3,830 libras esterlinas más, el tercer lugar lo ocupó la *Industria del software y digital* con 2,870 libras esterlinas más que el periodo anterior, el cuarto lugar lo ocupó la *Industria de la arquitectura* con 1,380 libras esterlinas más. Los tres últimos lugares los ocuparon la *Industria del diseño*, la *Industria de publicación* y la *Industria de la publicidad* con -3,920, -3,940 y -12,990 libras esterlinas con respecto al periodo anterior.

**Tabla 6. 26 Trabajadores por empresa de las industrias creativas en Reino Unido, periodo 2007-2010 y 2011-2014.**

| Industrias Creativas                     | 2007-2010 | 2011-2014 | % Crecimiento |
|------------------------------------------|-----------|-----------|---------------|
| Industria de la Publicidad               | 5.99      | 6.12      | 2.30          |
| Industria de la Arquitectura             | 5.43      | 4.59      | -15.31        |
| Industria del Diseño                     | 2.56      | 2.59      | 1.00          |
| Industria del Cine, Radio y T. V.        | 6.38      | 5.82      | -8.73         |
| Industria de la Música y Artes Escénicas | 3.17      | 3.27      | 3.22          |
| Industria de la Publicación              | 16.83     | 14.34     | -14.78        |
| Industria del Software y Digital         | 4.27      | 4.02      | -5.97         |

Fuente: Creación propia con datos de NESTA (2021).

La industria que más trabajadores por empresa aumentó en porcentaje fue la de la música y artes escénicas, el segundo lugar lo ocupó la *Industria de la publicidad* y la última que tuvo aumento fue la del diseño. Las industrias restantes presentaron una disminución en porcentaje quedando de la siguiente manera: *Industria del software*, *Industria del cine, radio y televisión*, *Industria de la publicación* y al final la *Industria de la arquitectura*.

## **Análisis y conclusiones.**

Primeramente se responderán las preguntas de investigación. A pesar de que ellas se contestaron a través de la investigación se ha considerado colocar énfasis a ciertos puntos clave, para después pasar a las hipótesis y finalmente a las conclusiones correspondientes.

### **Contestando las preguntas de investigación.**

La primera pregunta de investigación fue: ¿Cuál elemento de la triple hélice (gobierno, academia e industria) fue primordial para dar impulso a la incorporación de la economía creativa de manera integral en Corea del Sur, Reino Unido y México, y qué efectos ha tenido esta en el desarrollo económico de estos países?

Como se puede dar cuenta, la incorporación de la industria creativa en Corea del Sur vino de lo que se considera la Triple Hélice. Tanto el gobierno, la industria y la academia fueron incorporando y fortaleciendo la industria creativa. Con planes que van desde la creación de nuevas instituciones e incorporación a la bolsa de valores, hasta festivales, apoyos y fondos para aquellos que desean ser parte de la economía creativa de este país. Han puesto a la creatividad y la innovación en el centro de su economía con el fin de darle un impulso y nuevo giro al agotamiento de la economía. Corea del Sur en algunos sectores es frontera tecnológica y esto es debido al apoyo que durante varias décadas tuvieron por parte del gobierno empresas que hoy se pueden considerar cruciales para la economía digital. Colocan y declaran explícitamente en el plan que la creatividad en la sociedad debe ser respetada y hacerse manifiesta.

Los valores paternalistas del surcoreano hacen que este tipo de políticas públicas prosperen. El haber sido colonia de China y de Japón, además de haber sido guiado por Estados Unidos ha dejado este tipo de idiosincrasia en el ciudadano. Aunque la economía es vista por algunos pensadores como un Estado Desarrollista Autoritario o Régimen de Industrialización Burocrático, esto le ha funcionado para lograr una evolución económica interesante en poco tiempo.

En el caso de Corea del Sur, la geografía ayudó a que el gobierno invirtiera en el capital humano. Al dividirse en el paralelo 38 después de la Guerra de Corea 1950-1953, las industrias pesadas y los recursos naturales más valiosos quedan en el norte, lo que orilló a Corea del Sur a

apostar por el capital humano e ir en 50 años de una economía agrícola a una economía basada en el conocimiento y a invertir en esta última década en lo que se podría considerar la frontera de la evolución económica, la economía creativa. Al parecer la geografía está bastante arraigada con el futuro de las economías.

Es más fácil para los países con un sistema de propiedad intelectual sólido prosperar por medio de las innovaciones y la creatividad. Existen incentivos para invertir en proyectos de innovación, para crear nueva música, cine, diseños, patentes, literatura, entre muchas otras actividades que es necesario sean protegidas.

Corea de Sur apuesta por las *Star-ups*. Ha propuesto inversiones ángel, deducciones de impuestos, *crowd-funding*, etcétera. Apoya las fusiones y adquisiciones, relanzamiento de empresas, apoyo a pequeñas y medianas empresas, a negocios dentro de las TIC's, propone fortalecimiento y creación de un centro de *Big Data*, programas de movilidad global, entre muchos otros proyectos y nuevas instituciones.

Cinco de las siete categorías del sector de las industrias creativas que registra la UNCTAD (2017) de Corea del Sur han tenido un promedio de crecimiento anual positivo. Lo que significa que las empresas surcoreanas siguen ofreciendo, al menos hasta el año 2014, bienes creativos al exterior. Del 2009 al 2014 el promedio de crecimiento anual de los bienes creativos en cuanto a exportaciones fue del 4.36%. Sin embargo la balanza comercial presenta solamente superávit en dos años, 2012 y 2013.

Los socios de exportaciones de Corea del Sur se pueden considerar bastante regionales, 9 de los 10 principales socios en el sector creativo pertenecen al mismo continente que pertenece este país. Sin embargo, recibe productos de una gran cantidad de países europeos, pero con una gran dependencia del 42.88 por ciento de bienes creativos provenientes de China.

El Reino Unido es de los pioneros en este tema. Por medio de John Howkins surgió el concepto economía creativa. Llamando de esta forma la atención de la comunidad académica e industrial para poco a poco ir desarrollando una de las naciones más preocupada por las industrias creativas.

El efecto en el desarrollo económico tiene buen aspecto en esta economía. Sobre todo, en general, ya que el total de las industrias creativas presenta aumento en la cantidad de negocios, volumen de ventas y empleo, al menos del periodo que va del año 2007 al 2014. El volumen de la publicidad también tuvo números positivos, al igual que las industrias de la arquitectura, el

diseño, el cine, radio y televisión, la música y artes escénicas, la del *software* y digital. La única que presentó número negativos fue la industria de la publicación. En cuanto a generación de empleos también todas, excepto la industria de la publicación, presentan crecimiento.

Por otro lado, México en el año 2018 alrededor del 10 por ciento de la fuerza laboral perteneció a este sector. Las exportaciones de este país lograron acercarse a los 6 mil millones de dólares en el 2015. En el 2019 había alrededor de 100 mil empresas dedicadas a producir bienes y servicios creativos. Las zonas metropolitanas concentran el 90% de la economía creativa a nivel nacional.

La incursión de la economía creativa en este país se ha dado de manera aislada por parte de sus industrias. Y en esta última década ha sido impulsada por la academia con la realización de estudios y análisis. Gobiernos locales han tratado de establecer planes que incluyan dentro de sus políticas públicas a la economía creativa. Algunos candidatos a gobernadores, congresistas locales, etcétera, han marcado la importancia de este sector en sus campañas. Se habla de apoyos a distintos sectores por parte de los gobiernos locales y nacionales, pero no de un plan integral a nivel nacional.

El efecto que ha tenido la economía creativa en el desarrollo económico en México se ha incrementado. La mayoría de los indicadores mantienen una tasa de crecimiento promedio anual positiva como lo es el caso de la población ocupada, las ocupaciones creativas, el empleo en industrias creativas, especialistas creativos, no creativos en industrias creativas. Uno de los que alarma es el de individuos creativos laborando en sectores no creativos, que lleva un 2.1 por ciento de promedio de crecimiento anual.

México presenta crecimiento en la mayoría de las zonas metropolitanas más importantes en industrias creativas y culturales. Tiene crecimiento en la mayoría de las categorías en cantidad de unidades económicas. Ha aumentado el porcentaje de hombres y mujeres que van de una actividad rudimentaria como lo es las artesanías hacia actividades donde la utilización de tecnología es más avanzada. Otro de los focos rojos es en el déficit del total de la cultura, que al menos en el año 2018 estuvo por arriba 3 veces el valor de las exportaciones.

La segunda pregunta de investigación fue: ¿Cuáles son las prácticas más importantes que han llevado a cabo Corea del Sur, Reino Unido y México para fortalecer tales industrias creativas?



Corea del Sur cuenta con representantes de las variadas industrias creativas, por medio de los cuales sus necesidades son expuestas ante los tomadores de decisión. Estas representaciones son asociaciones, algunas de las más importantes son las siguientes: *Korea Software Industry Association* (KOSA), *Korea Association for ICT promotion* (KAIT), *Koras Internet & Digital Entertainment Association* (K-IDEA), *Next Generation Convergence Contents Industry Association* (NOIA), *Recording Industry Association of Korea* (RIAK), entre otras. Cuenta también con Agencias públicas de Promoción. Tiene fortalecido el sistema de propiedad intelectual y es funcional, tal como lo se muestra en el apartado de propiedad intelectual. Cuenta con un Plan de Economía Creativa a nivel nacional.

Los análisis presentados por el Reino Unido son muy claros. Por medio de NESTA han impulsado bastantes apoyos y llevado a las dos cámaras a debate aspectos de la economía creativa logrando la convergencia entre el gobierno y las industrias. Han puesto en el corazón de la política local y nacional a la economía creativa. Han hecho prosperar a organizaciones artísticas y culturales. Cuentan un gran centro de investigación apoyado por investigadores de 10 universidades. La función que han tenido y que han logrado es mostrar el valor de la economía creativa y su efecto en el desarrollo económico.

De las prácticas más importantes realizadas en México es el impulso que le han estado dando por parte de la academia los investigadores. Análisis como el de Valdivia *et al.* (2021) serán cruciales para proponer nuevas políticas públicas en este sector tanto a nivel nacional como local. Los estudios de los avances que ha tenido México en este sector son importantes a la hora de tomar decisiones. Uno de los estudios enfocados a la industria creativa de cine que también puede ser referente es el Anuario de Cine Mexicano, el cual tiene 10 años reportando a los interesados en el cine todo aquello que acontece alrededor de esta actividad. Es uno de los reportes más completos y pueden ser guía para que otras industrias lo repliquen.

La tercera pregunta de investigación fue: ¿Cuáles son las diferencias más significativas de la incorporación económico-creativa entre Corea del Sur, Reino Unido y México y qué áreas de oportunidad tiene este último país para desarrollarla?

Las diferencias más significativas de la incorporación de la economía creativa tienen que ver con quién le da el impulso al sector. En Corea del Sur quien guió por medio de un plan fue el

propio gobierno, sin embargo al ser un gobierno paternalista que se encuentra involucrado en una gran mayoría de las dimensiones de la sociedad se ha establecido que fueron los tres elementos los que formaron parte de tal plan. En México quien está impulsando son las propias empresas, pero sobre todo la academia y apenas inicia el interés por los tomadores de decisión en el sector de manera integral; mientras que en el Reino Unido es una asociación, NESTA, quien impulsa todo un conjunto de programas con la ayuda de investigadores expertos en el tema.

Las áreas de oportunidad para México son las siguientes:

Primero, es necesario que los tomadores de decisión lleven a cabo planes para el desarrollo y fortalecimiento de la economía creativa en el país. El ejemplo queda claro con Corea del Sur. Donde el plan llevado a cabo abarca un número de actores sin precedentes.

Segundo, es necesario un centro especializado en economía creativa. La existencia de alguna comisión encargada de este sector que vele por los intereses de aquellas empresas y clase creativa tanto a nivel local como a nivel nacional. El ejemplo a seguir es NESTA.

La creación de asociaciones que representen los intereses de los creativos de las actividades que conforman la economía creativa. Tal como lo ha llevado a cabo Corea del Sur.

La medición oportuna año tras año. Llevando a cabo reportes anuales. Esto más allá de servir a los académicos con datos, fomenta el desarrollo y la inversión en estas actividades en las ciudades con más oportunidades.

La cuarta pregunta fue: ¿Cuáles valores son necesarios para evolucionar hacia una economía creativa?

Entendiendo la nobleza de la economía creativa podemos decir entonces que no es necesario una evolución económica avanzada para lograr incorporarla. Sin embargo, las actividades que la conforman dan más frutos en economías avanzadas. ¿Cómo entonces lograr una evolución económica? ¿Influyen los valores y la idiosincrasia en ello? La siguiente tabla nos muestra los valores que representan la idiosincrasia de las tres economías analizadas y una aproximación del lugar en la evolución económica que presentan.

**Tabla 7.1 Valores y evolución económica de Corea del Sur, México y Reino Unido.**

| Contexto Cultural y Económico de Corea del Sur                                                        |                                    | Contexto Cultural y Económico de México                                                                        |                                    | Contexto Cultural y Económico del Reino Unido                                                                                                  |                                    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|
| Cultura del Surcoreano                                                                                | Tipo de Economía                   | Cultura del Mexicano                                                                                           | Tipo de Economía                   | Cultura del Británico                                                                                                                          | Tipo de Economía                   |
| Estado Desarrollista Autoritario, Régimen de Industrialización Burocrático Autoritario, Paternalista. | Economía Agrícola                  | Régimen Democrático, inferioridad, autodiscriminatorio, imitar sin asimilar, individualista, cultura derivada. | Economía Agrícola                  | Anti-Social, de donde se deriva el humor, moderación, hipocresía, empirista, pesimista, conciencia de clase, juego limpio, cortesía, modestia. | Economía Agrícola                  |
|                                                                                                       | Economía Industrial hacia adentro  |                                                                                                                | Economía Industrial hacia adentro  |                                                                                                                                                | Economía Industrial hacia adentro  |
|                                                                                                       | Economía Industrial hacia afuera   |                                                                                                                | Economía Industrial hacia afuera   |                                                                                                                                                | Economía Industrial hacia afuera   |
|                                                                                                       | Economía de Servicios              |                                                                                                                | Economía de Servicios              |                                                                                                                                                | Economía de Servicios              |
|                                                                                                       | Economía de la Información         |                                                                                                                | Economía de la Información         |                                                                                                                                                | Economía de la Información         |
|                                                                                                       | Economía Basada en el Conocimiento |                                                                                                                | Economía Basada en el Conocimiento |                                                                                                                                                | Economía Basada en el Conocimiento |
|                                                                                                       | Economía Digital                   |                                                                                                                | Economía Digital                   |                                                                                                                                                | Economía Digital                   |
|                                                                                                       | Economía Creativa                  |                                                                                                                | Economía Creativa                  |                                                                                                                                                | Economía Creativa                  |

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a la WVS (2020) en realidad los habitantes de las tres economías no son tan distintos. Los mexicanos son más tradicionalistas que los surcoreanos, pero los británicos están divididos por la mitad cuando se les cuestiona la importancia de la tradición. ¿O acaso influye la opción al momento de elegir un trabajo lo que permitirá tal evolución económica? La percepción que se tiene de la mujer como líder de negocios es prácticamente la misma en Reino Unido y en México. Entonces, ¿Por qué entonces México no ha logrado poner satélites en el espacio como lo hace esa nación?

Las respuestas en cuanto a si el avance científico y tecnológico ayudarán o dañarán son muy parecidas entre Corea del Sur y México. Al igual que cuando se llevó a cabo la pregunta si

estas llevarán a mejores oportunidades a las futuras generaciones. Los habitantes de las tres economías son similares en muchos aspectos de los que califica la WVS.

La clave parece ser una combinación de la idiosincrasia arraigada en el comportamiento anterior a cuando las preguntas fueron llevadas a cabo. Sin embargo, las respuestas a la encuesta no reflejan esos valores.

Las siguientes son las posibles causas, desde la perspectiva de los valores, del éxito de Corea del Sur y el Reino Unido, y de la lenta evolución económica de México.

El paternalismo del surcoreano permite esa flexibilidad que el Estado Desarrollista Autoritario necesita para guiar la evolución económica. El británico a pesar de ser anti social tiene arraigados los valores del contexto global desde hace varios siglos, fue en un tiempo el imperio más grande del mundo, fue colonizador y promovía la libertad económica. Valores que hoy equivalen a la empresa, la plusvalía y el comercio. Al parecer al mexicano tanto la geografía le ha jugado una mala pasada al obtener grandes ingresos del petróleo, lo que llaman la maldición de los recursos o la paradoja de la abundancia. Y a su vez le dio la idiosincrasia del que no coopera, el que imita sin asimilar, el individualista, el auto discriminatorio. Lo que Samuel Ramos (2012) llama *el pelado*. Aquella persona que valora salir adelante burlando la ley y las reglas. Además de no fomentar los valores globales como la empresa, la plusvalía, el comercio, la democracia, el multiculturalismo y la occidentalización apoyado por las TIC's. En una democracia, la evolución económica la hacen los ciudadanos por medio de sus representantes. En una democracia, la evolución económica es un reflejo de los ciudadanos. Ejemplo más claro es la carencia del fortalecimiento del sistema de propiedad intelectual.

### **Corroboración de las hipótesis.**

Después de la investigación llevada a cabo, las dos hipótesis se confirman:

*Hipótesis 1* La economía creativa ha incrementado su participación en la balanza comercial en cuanto a bienes creativos, empleo creativo, participación de unidades económicas, ocupaciones creativas, participación de hombres y mujeres en el sector, valor agregado, volumen de ventas, volumen de ventas por trabajador, y en trabajadores por unidad económica de estas tres naciones.

Como pudimos ver en el capítulo 5, las industrias creativas de las 3 economías analizadas han incrementado su participación. Ha aumentado el número de empresas, de empleados, de volumen de ventas y los estudios llevados a cabo comienzan a influir en la toma de decisiones.

*Hipótesis 2* De acuerdo a las características tanto económicas, políticas, sociales, culturales y comerciales de las tres economías, México cuenta con similitudes para poder incursionar en la implementación de una política integral a nivel nacional para el fortalecimiento y desarrollo de una economía creativa.

Las similitudes entre los países están claras, tanto en las instituciones que las conforman como en las industrias creativas que han desarrollado. México ha llevado planes de desarrollo a nivel nacional en otros sectores, de igual manera puede llevar una a cabo para este sector. Cuenta con expertos en prácticamente todas las áreas del conocimiento y actividades creativas. Solamente es necesario poner en la agenda la importancia de la economía creativa.

### **La nobleza de la Economía Creativa.**

Como anteriormente se comentó, la economía creativa es inclusiva. No es exclusiva de aquellos países avanzados, de industrias especializadas en sectores tecnológicos innovadores, no es elitista. Puede ejercerse en cualquier rincón del planeta. Es por ello que su rango de actividades puede abarcar desde un artesano con ocho años de escolaridad hasta un investigador dedicado a la I + D con más de 17 años de escolaridad. Permite la incorporación al sector productivo al individuo que desarrolla un oficio así como a aquella persona con estudios de posgrado. Puede pertenecer al sector formal o informal. Desde escritos, cuentos, poemas, canciones, dibujos, esculturas, cine, videojuegos, arquitectura, dramaturgia, diseño, novelas, fotografía, hasta investigación y desarrollo, patentes, modelos de utilidad, artículos científicos, generación de conocimiento, arte digital, nuevos procesos, nuevos modelos de negocio y un sinnúmero de actividades que tienen como base productiva la creatividad son las que conforman a la economía creativa.

A pesar de existir una delimitación entre industrias creativas e industrias culturales, autores como John Hartley, Wen Wen y Henry Siling Li (2015) consideran que es importante dejar abierto el acceso a que más actividades se incorporen a la economía creativa.

Es por ello que se ha considerado importante la cultura al momento de estudiar a la economía creativa. El desarrollo de tales actividades está vinculado con la historia, la idiosincrasia, costumbres, educación, geografía, vivencias de grupo, etnia, valores, identidad, religión, entre otras. Países o regiones a pesar de tener una evolución económica lenta tienen su potencial en actividades creativas y pueden ser aprovechadas para generar riqueza, empleo y beneficios intangibles. La economía creativa es adaptable a la cultura de cualquier nación.

### **Ventajas de la economía creativa.**

Tres son los argumentos que dan importancia para que la economía creativa sea digna de ser objeto de estudio.

Primero, la riqueza que genera. Como vimos a lo largo de la investigación la economía creativa genera enormes ingresos para las empresas, lo que se refleja en un crecimiento económico y a su vez influye en la generación de empleos para aumentar la calidad de vida de los trabajadores.

Segundo, hace frente al avance científico y tecnológico. Como se explicó anteriormente el avance científico y tecnológico ha ocasionado que el hombre sea sustituido por máquinas y robots en un gran conjunto de actividades productivas. La economía creativa fomenta entonces las actividades no susceptibles de automatización, promoviendo nuevos tipos de bienes y servicios, ya sean estos funcionales o simbólicos.

Tercero, más allá de las dos ventajas que presentamos anteriormente, existe un beneficio intangible dentro de las actividades que conforman la economía creativa. El ejemplo que se ofrece a continuación proviene del cine:

De acuerdo con Purcell:

*“el cine hollywoodense se transformó en una mercancía irresistible, que llegó a ser valorada por la sociedad chilena sin mayores distinciones sociales. Esto generó un enorme impacto social y cultural que situó a los Estados Unidos como un nuevo referente de modernidad “estilo norteamericano”. Este se concibió como alcanzable a través del cine, estilos y manufacturas norteamericanas” (2009, p. 46).*

De acuerdo con este autor, pocas mercancías, en este caso hablando del cine, han logrado tener un impacto profundo en la historia reciente de la humanidad. Estados Unidos logró pronto constituirse como el principal productor de filmes en el planeta después de la Primera Guerra Mundial. Los valores de la vida estadounidense se expandieron a lo largo del mundo por medio del cine, logrando de esta manera esta consolidación, no de manera coercitiva ni colonizadora sino que se sustentaba en la atracción y el consumo. Y es que más allá de contar una historia, dentro del mismo filme van implícitos un conjunto de valores y estilos de vida que la población de otras latitudes algunas veces acuña para sí misma, para sus familias o para sus comunidades.

Por otra parte, Morales (2017) comenta que el cine es también un medio de comunicación social, este tiene una influencia sobre niños y jóvenes. Es también un transmisor de estereotipos.

*“A través de este poderoso medio de comunicación que es el cine, el público toma contacto intelectual con otras comunidades humanas –por virtud de la imagen fílmica- y capta, o potencialmente puede hacerlo, los problemas de ciertos hombres y mujeres contemporáneos, quizás análogos a los suyos, en los diversos estratos sociales y diferentes países; llegando en ocasiones a un conocimiento mayor de otras culturas, de otras mentalidades, a veces lejanas o poco comprensibles normalmente. La eficacia educativa de la imagen es muy relevante, ya que está comprobado que la mente humana retiene mucho más la imagen que cualquier otro signo de comunicación. Es más efectivo, por tanto, todo aquel conocimiento intelectual que nos llega por medio de la realidad que, además de entretener y evadir, puede ser un elemento que apunte o deconstruya ideas, estereotipos, mitos, prejuicios, etcétera” (p.28).*

De acuerdo con Morales (2017, citado en Purcell, 2009), el cine influye en lo interno, ayuda a resolver conflictos, provoca cambio de actitudes, hábitos, induce a la creatividad, desarrolla la comunicación y a desechar emociones negativas. Por este tipo de influencia se utiliza como apoyo pedagógico. Para Leigh (2002, citado en Purcell, 2009), lleva al desarrollo de habilidades sociales, a la reflexión y al análisis crítico. Considerando del lado cultural, conlleva a la formación de valores (Blasco, Moreno, Blasco, Levites y Janaudis, 2015; Escámez y Gil, 2001; González, 1996; Alonso y Pereira, 2000, citados en Purcell, 2009) y además a la inteligencia ética (Jaimes, 2016, citado en Purcell, 2009).

En este caso específico solamente se analiza de manera muy general la actividad del cine, sin embargo cada una de las actividades que conforman la economía creativa tienen beneficios intangibles tanto en el aprendizaje como en la empatía con otros individuos, en el simple entretenimiento, entre otros. Al ser utilizados de manera idónea pueden fomentar y aumentar la calidad de vida de los individuos que las consumen y que las producen.

### **Sistema de medición eficiente.**

Cada nación entiende de distinta manera a la economía creativa, hasta entre los mismos estudiosos del concepto hay diferencias entre lo que pertenece y lo que no pertenece a la economía creativa. Cada uno de los análisis llevados a cabo abona poco a poco a un entendimiento de cada una de las industrias que la conforman. Es entonces necesario homogenizar la medición de estas industrias con el fin de poder realizar mejores análisis comparativos entre las naciones. De las propuestas más interesantes y que abarcan bastantes industrias y actividades creativas resalta la de la economía naranja propuesta por Buitrago y Duque en su estudio llevado a cabo por el Banco Interamericano de Desarrollo.

La propuesta es entonces medir dentro de cada una de las actividades lo siguiente: número de empresas, número de asociaciones, número de empleados, volumen de ventas, número de licenciaturas en las actividades creativas, talleres y cursos en estas actividades, exportaciones, importaciones, principales socios comerciales, no creativos en industrias creativas, creativos en sectores no creativos, porcentaje de hombres y mujeres en cada actividad, remunerados, empleadores, trabajadores por cuenta propia, trabajadores sin pago, número de instituciones públicas dedicadas al arte y la cultura, años de escolaridad por tipo de educación creativa, valor agregado generado por la actividad, festivales, etcétera.

La medición que hace cada uno de los países analizados ofrece un entendimiento claro, sin embargo la falta de homogenización en la definición de las actividades hace difícil el análisis comparativo. El caso de medición que hace Valdivia *et al.* (2021) será pionero en México, ya que abarca bastante análisis de ciudad. Lo que se presentó en la investigación es apenas un poco del gran trabajo que llevaron a cabo.



### **Datos que explican parte de la situación actual de México.**

El primer lugar en porcentaje de ocupaciones creativas en el año 2018 lo ocupa artesanos con el 31.7%, el segundo I + D con 18.6% y el tercero software, informática y consulta tecnológica con 14.5%. Esto refleja la situación por la que pasa México en la actualidad. Tiene un apoyo enorme de recursos hacia la I + D por medio de programas de becas de miles de jóvenes que no encuentran un trabajo acorde a su educación terciaria, por la carencia de una buena vinculación entre el sector productivo y el educativo, y continúan sus estudios de posgrado. A su vez está inmerso en una economía digital que es indispensable para lograr mantener la vida del sector productivo, académico, político y social, lo que explica tanta ocupación en software, informática y consulta tecnológica, pero una gran parte de la población sigue llevando a cabo procedimientos rudimentarios y tienen escolaridad baja, por lo cual el rubro de artesanos representa la mayor cantidad de las ocupaciones creativas, la gran mayoría de las veces llevadas a cabo por oficios.

De aquí podemos sacar algunas conclusiones y cuestiones. ¿Por qué dentro de las actividades creativas los lugares de directivos no se encuentran dentro de los primeros lugares? Parte de la respuesta es que el mexicano no ha tomado los valores globales tales como la empresa, el comercio y la plusvalía. A pesar de tener bastantes años de estudios y pertenecer al sector creativo sigue pensando y dirigiendo su vida como empleado. ¿Qué es necesario llevar a cabo para integrar poco a poco en la idiosincrasia del mexicano los valores globales y que estos le permitan llevar a cabo emprendimientos y comercio en otras latitudes del planeta?

### **Enfoques del pensamiento económico y economía creativa.**

La presente investigación deja un incipiente precedente de que la economía creativa puede analizarse desde distintos enfoques económicos. Pueden incorporarse a ella aquellos estudiosos que involucran más lo educativo, los que están interesados por la innovación en las diferentes actividades que la componen, los preocupados por los efectos macro y micro, los más enfocados en el comercio, en la IED, en la transferencia y absorción tecnológica entre sectores o sus actividades, en lo comparativo, así como en el capital humano. Sin embargo, la carencia de una homologación en los indicadores a nivel global deja muy poco a los matemáticos para llevar a cabo las metodologías utilizadas por ellos. Es por ello importante que los estudiosos en el tema

lleguen a un consenso acerca de qué indicadores son los importantes para poder llevar a cabo mejores análisis, pronósticos, etcétera.

Lo ideal es que todo esto vaya acompañado a su vez desde un enfoque que involucre los efectos en la sociedad, así como en las futuras generaciones y el medio ambiente.

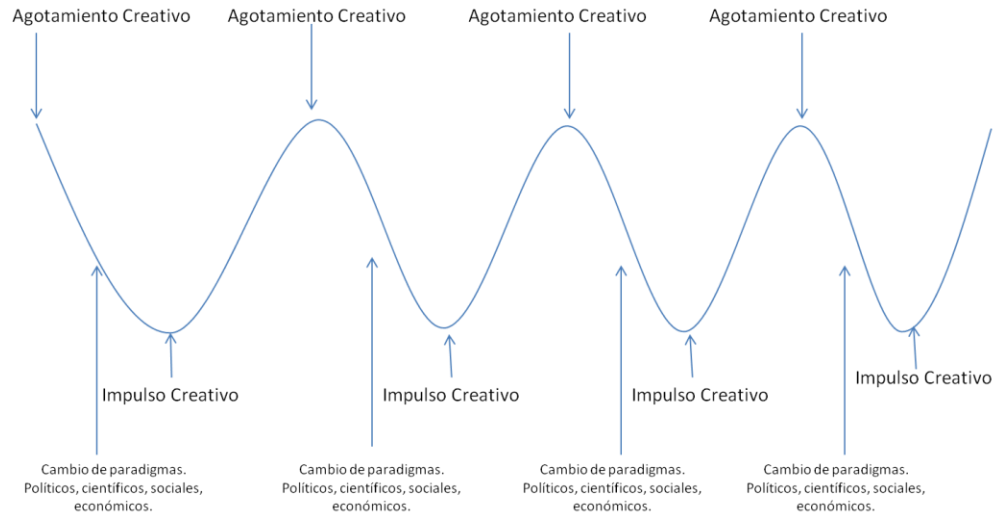
### **Futuros estudios.**

Por la limitación de tiempo la presente investigación carece específicamente de análisis comparativos del comportamiento de las actividades que componen a la economía creativa entre los países. Los futuros análisis para completar toda una escuela de pensamiento de la economía creativa permitirán que los tomadores de decisión le den la debida importancia al concepto y que se obtengan beneficios para la población en general por medio de las políticas públicas para impulsar mejor el sector. Será necesario analizar las actividades que mejor se desenvuelven en ciertos países de acuerdo a su idiosincrasia. Como se pudo ver a través de la investigación, la propuesta de un acercamiento al tipo de metodología llamado *cultural science* muestra que los valores que asimila para sí cada nación tienen un efecto en su evolución económica, por lo tanto tiene un efecto en las actividades de la economía creativa. Llevar lo cultural a lo matemático es posible hasta cierto punto, sin embargo este tipo de trabajos deben de iniciarse para lograr tener mejores pronósticos acerca de las mejores políticas públicas que se pueden incorporar a las naciones.

### **El mundo creativo y el no creativo.**

Al final, se puede dividir a la población ocupada del planeta en creativa y no creativa. Los dos tipos son necesarios para llevar a cabo la evolución en todos los aspectos. Además es difícil concebir un mundo donde todos los individuos sean creativos o donde todos sean no creativos. Los creativos no lo son en todas las actividades que conforman el gran abanico existente.

**Figura 7. 1 Los impulsos creativos.**



Fuente: Elaboración propia.

La Figura 7.2 muestra que a través del tiempo existe un agotamiento creativo por parte de esos individuos creativos, lo que conlleva a una carencia de ideas y fuerza a cuestionar los paradigmas existentes. Paradigmas tanto políticos, científicos, sociales, económicos, etc. Cuando esos paradigmas son cuestionados llega el impulso creativo necesario para volver a plantearse nuevas teorías, leyes, modos de vivir, etcétera. Este ciclo se repite y seguirá repitiéndose mientras los creativos sigan existiendo.

## Referencias

- Bacattini, Giacom. 2004. Del distrito industrial marshalliano a la teoría del distrito contemporánea. Una breve reconstrucción crítica. *Investigaciones Regionales*, (1), 9-32.
- Bauman, Z. (2013). *La Cultura en el Mundo de la Modernidad Líquida*. Fondo de Cultura Económica. México.
- Berger, T. (2004). *The Battle for Asia: From Decolonization to Globalization*. Ed. Routledge. London.
- BM (2021) Banco Mundial. (30 marzo 2020) *Gasto Público en Educación, Total (% del PIB)*. <https://datos.bancomundial.org/indicador/SE.XPD.TOTL.GD.ZS>
- Buitrago, F. y Duque, I. (2013). *Economía Naranja. Una oportunidad infinita*. Banco Interamericano de Desarrollo. Washington D. C.
- Cabrales, O. (2013). Productos y servicios para los adultos mayores, un potencial nicho de mercado en Colombia. *Dimensión Empresarial*, 11, (1), 103-115.
- Cárdenas, G. y Michel, R. (2018). Descripción de las teorías del desarrollo económico y desigualdad. *Tiempo Económico*. Universidad Autónoma Metropolitana. Vol. 18, (40), 53-64.
- Castells, M. (2008). *La Era de la Información. Economía, Sociedad y Cultura. La Sociedad Red Vol. 1*. Siglo Veintiuno Editores. Cambridge, Massachusetts.
- Christaller, W. (1966). *Central places in southern Germany*. Ed. Prentice Hall. N. J.
- CIA, (2020). Central Intelligence Agency. (28 de enero de 2020) *The World Factbook*. <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/>
- CIF (2019). Creative Industries Federation. (5 de octubre de 2020) *The UK's Creative Industries*. <http://creativeindustriesfederation.com/statistics>
- CT (2019). Consumo TIC (7 octubre 2020) *México, quinto país en número de estaciones de radio*. <https://www.consumotic.mx/telecom/mexico-quinto-pais-en-numero-de-estaciones-de-radio/>
- Cunningham, S., Banks, J. y Potts, J. (2008). Cultural Economy: The Shape of the Field. In The Cultural Economy. En *The Cultures and Globalization Series 2*, Anheier, H. e Isar, Y. (eds.). Londres: SAGE Publications.

- Domenech, R. y Galleto, V. (2006). ResearchGate. (9 de septiembre de 2020) *El nuevo mapa de los distritos industriales de España y su comparación con Italia y el Reino Unido*. Department of Applied Economics at Universitat of Barcelona, Working Papers. [https://www.researchgate.net/figure/Figura-4-El-mapa-de-los-Distritos-Industriales-Marshallianos-en-Italia-a-partir-de-la\\_fig2\\_24138229](https://www.researchgate.net/figure/Figura-4-El-mapa-de-los-Distritos-Industriales-Marshallianos-en-Italia-a-partir-de-la_fig2_24138229)
- Etzkowitz, H. (2003). Innovation in innovation: the triple Helix of University-Industry-Government Relations. *Innovation Social Science* 2003 SAGE Publications (London, Thousand Oaks, CA and New Delhi), 42 (3), pp 293-337.
- Florida, R. (2013). Bloomberg City Lab. (13 de febrero 2020) *More Losers than Winners in America's New Economy Geography*.  
<https://www.bloomberg.com/news/articles/2013-01-30/more-losers-than-winners-in-america-s-new-economic-geography>
- Fox, Kate (2014). *Watching The English. The Hidden Rules of English Behaviour*. Ed. Kate Fox. London
- Freeman, C. y Pérez C. (1988). Structural crises of adjustment, business cycles and investment behavior. En Dosi, G., Freeman C., Nelson, R. Silverberg y Soete, L. (Eds.) *Technical Change and Economic Theory*. Pinter Publishers. London and New York. 38-66
- Frey, C. B. (2019). *The Tehnology Trap. Capital, Labor and Power in the Age of Automation*. Ed. Princeton University Press. Princeton and Oxford.
- Guilera, L. (2011). *Anatomía de la Creatividad*. Ed. FUNDIT Escuela Superior de Disseny, Barcelona
- Guzmán, G. (2018). *De una economía agrícola a una economía basada en el conocimiento. La evolución del Sistema Nacional de Innovación de la República de Corea*. [Tesis de Maestría. Universidad Autónoma de Baja California]. <https://bibliotecas.uabc.mx/>
- Hartley, J., Wen W. y Siling Li H. (2015). *Creative Economy and Culture. Challenges, Changes and Futures for The Creative Industries*. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore and Washington D. C.: Ed. SAGE
- Helpman, E. (1984), Increasing Returns, Imperfect Markets and Trade Theory. En R. Jones y P. Kenen (eds.) *Handbook of International Economics* Oxford, North Holland, vol. 1, pp 325-365.
- Hernández, C. (2015). Economipedia. (13 de agosto de 2021) *Startup*. <https://economipedia.com/definiciones/startup.html>

- Hirschman, A. (1981). *La estrategia del desarrollo económico*. Fondo de Cultura Económica. México.
- Howkins John. (2013). *The Creative Economy. How people make Money from ideas*. Editorial Penguin Books. London.
- Jiménez, M. y Acosta, M. (2018). El crowdfunding como alternativa para el emprendedor del siglo XXI. *Forum Empresarial*, vol. 23, núm. 2, 81-92
- Krugman, P. (1991). Increasing Returns and Economic Geography. *Journal of Political Economy*. Vol. 99, (3), 483-499.
- Krugman, P. (2002). The fall and rise of development economics. (15 de enero de 2020). *The fall and rise of development economics*. <http://web.mit.edu/krugman/www/dishpan.html>
- Landry, C. (2001). *The Creative City*. Londres: Earthscan/Comedia.
- López, S. (2005). *La Vinculación de la Ciencia y la Tecnología con el Sector Productivo. Una Perspectiva Económica y Social*. Sinaloa, México: Editorial Burócratas.
- López, S., Escobar, A., Mungaray, A. y Audelo, C. (2012). *Economía de la Educación. Enfoques teóricos y temáticas emergentes*. Ed. Juan Pablos. Universidad Autónoma de Sinaloa.
- Lotman, Y. (1990). *Universe of The Mind: A Semiotic Theory of Culture*. Indiana University Press. Indiana
- Lucas, R. (1988). On the Mechanics of Economic Development. *Journal of Monetary Economics*, 22, (1), 3-42.
- Luzaro, A., De Jesús, D. y Pérez, M. (2017). *Economía Naranja: Innovaciones que no sabías que eran de América Latina y el Caribe*. Washington D. C.: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Madrazo, M. (2005). Algunas consideraciones en torno al significado de la tradición. *Contribuciones desde Coatepec*. Núm. 9, 115-132
- Marín, J. (2003) Globalización, Diversidad Cultural y Práctica Educativa. *Revista Diálogo Educativo*, 4, (8), 1-22
- Myrdal, G. (1974). *Teoría económica y regiones subdesarrolladas*. Fondo de Cultura Económica. México.
- NESTA (2014). National Endowment for Science Technology and Arts. (15 de junio de 2021) *Interactive map*. <https://www.nesta.org.uk/data-visualisation-and-interactive/interactive-map-geography-creativity-uk/>

- OIT (2004). *Programa global: Invirtiendo en empleo para la reducción de la pobreza y el crecimiento económico local. Documento de Programa del Servicio de Inversiones con Alto Coeficiente de Empleo – EMP/INVEST*. Ed. Organización Internacional del Trabajo 2004. Ginebra.
- OMPI (2020). Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (5 de abril de 2020). *Patentes*. <https://www.wipo.int/patents/es/>
- OMPI (2021a). Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (3 de febrero 2021) *Perfiles Estadísticos de los Países. República de Corea*. [https://www.wipo.int/ipstats/es/statistics/country\\_profile/profile.jsp?code=KR](https://www.wipo.int/ipstats/es/statistics/country_profile/profile.jsp?code=KR)
- OMPI, (2021b). Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (3 de febrero de 2021) *Perfiles Estadísticos de los Países. México*. [https://www.wipo.int/ipstats/es/statistics/country\\_profile/profile.jsp?code=MX](https://www.wipo.int/ipstats/es/statistics/country_profile/profile.jsp?code=MX)
- OMPI, (2021c). Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (3 de febrero de 2021) *Perfiles Estadísticos de los Países. Reino Unido*. [https://www.wipo.int/ipstats/es/statistics/country\\_profile/profile.jsp?code=GB](https://www.wipo.int/ipstats/es/statistics/country_profile/profile.jsp?code=GB)
- PNUD y UNESCO (2013). *Creative Economy Report 2013. Special Edition. Widening Local Development Pathways*. United Nations. New York.
- Potts, J. (2011). *Creative Industries and Economic Evolution*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Purcell, F. (2009). Una mercancía irresistible: el cine norteamericano y su impacto en Chile, 1910-1930. *Historia Crítica*. (38), 46-69
- Ramos, S. (2012). *El perfil del hombre y la cultura en México*. Ed. Espasa. México.
- Romer, P. (1990). Endogenous, Technological Change. *Journal of Political Economy*. Vol. 98, (5), Part 2, S71-S102
- Romero, A. (2005). El sistema político autoritario de Corea del Sur: Historia, desarrollo económico y democratización. *Centro de Estudios Corea Argentina (CECA)*: <http://www.uba.ar/ceca/download/sistema-politico-de-corea-del-sur.pdf>
- Romero, M (2000). *Historia del pensamiento económico: una línea en el tiempo*. Universidad Nacional Autónoma de México. Vol. 1. [https://www.depfe.unam.mx/especializaciones/aspirantes/Romero\\_2000\\_Historia-del-pensamiento-economico.pdf](https://www.depfe.unam.mx/especializaciones/aspirantes/Romero_2000_Historia-del-pensamiento-economico.pdf)

- RPE (2017). Resolución del Parlamento Europeo, de 16 de febrero de 2017, con recomendaciones destinadas a la Comisión sobre Normas de Derecho Civil sobre Robótica. (7 de marzo de 2021) *Parlamento Europeo*.  
[https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2017-0051\\_ES.html](https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2017-0051_ES.html)
- Sale, K. (1996) *Rebels against the future. The luddites and their war on the Industrial Revolution: lessons for the computer age*. Ed. Massachusetts, Addison-Wesley Publishing Company. Massachusetts.
- Santos, M. (1993). Los espacios de la Globalización. *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, No. 13, 69-77.
- Santos, Milton (2009). Espacio y Método. Algunas reflexiones sobre el concepto de espacio. *Gestión y Ambiente*, 12, (1), 147-148.
- Schwab, K. (2016). *The Fourth Industrial Revolution*. World Economic Forum. Ginebra, Suiza: Ed. Penguin Random House.
- Solé, R. (2021) Profesional Review (14 de agosto de 2021). *Blockchain: una tecnología más allá del Bitcoin*. <https://www.profesionalreview.com/2021/07/10/que-es-blockchain/>
- Thünen, Von (1966). *Isolated State*. Ed. Pergamon. Oxford.
- Toffler, A. (1979). *La tercera ola*. Ed. Bantam Books. Estados Unidos.
- Touraine, A. (1993) *Critique de la modernité*. Ed. Fayard. Paris
- UNCTAD (2017). *Strengthening the creative industries for development in the Republic of Korea*. Ed. United Nations. New York and Geneva.
- Valdivia, M., Quintana, L., Mendoza M. y Rodríguez I. (2020). *Economía Creativa en las Ciudades de México. Un estudio sobre la presencia y vinculaciones de las Industrias-Ocupaciones Creativas y Culturales en el sistema urbano de México*. Ed. Universidad Nacional Autónoma de México. Cuernavaca.
- Vázquez, A. 2005. *Las nuevas fuerzas del desarrollo*. Ed. Antonio Bosch. Barcelona.
- Vernadsky, V. (1938). Scientist thought as a planetary phenomenon. (8 de abril de 2020) *21<sup>st</sup> Century*. [https://21sci-tech.com/Articles\\_2012/Spring-Summer\\_2012/04\\_Biosphere\\_Noosphere.pdf](https://21sci-tech.com/Articles_2012/Spring-Summer_2012/04_Biosphere_Noosphere.pdf)
- Weber, A. (1929). *Alfred Weber's theory of the localization of industries*. Ed. The University of Chicago Press. Chicago.



Westreicher, G. (2015). Economipedia. (13 de agosto de 2021). *PYME – Pequeña y mediana empresa*. <https://economipedia.com/definiciones/pyme.html>

Westreicher, G. (2019). Economipedia. (13 de agosto de 2021) *Inversor Ángel*.  
<https://economipedia.com/definiciones/inversor-angel.html>

WVS (2019). World Values Survey. (5 de marzo de 2021) *World Values Survey Wave 5: 2005-2009*. <http://www.worldvaluessurvey.org/WVSOnline.jsp>