

Creative Economy as a policy for post-COVID-19 economic development in Latin America, Systematization of Theories and Evidence

Álvaro Larry Luis Felipe Mendoza Castillo, PhD candidate¹ ,
Luisamaría Antonella Prado Ibañez, Lic.² , and Lilian Estela Quispe Varela, MBA³ 

¹³Universidad César Vallejo, Perú, amendezac@ucv.edu.pe, lequispeva@ucvvirtual.edu.pe

²Universidad César Vallejo, Perú, lpradoi@ucv.edu.pe

Abstract- This scientific doctoral work studies The Creative Economy to know if the adoption of this approach allows the economic development of a country, understanding that its attractiveness lies in the generation of the value of these creative industries, and if the application of this approach generates an opportunity to overcome the ravages of covid-19. In this sense, the question that motivated this research is: Is the Creative Economy the way to generate a post covid-19 economic development in Latin America? Methodologically, in this basic research, a systematization of the related economic theories was made to find common elements, in addition to a literature review of Scopus, academic Google and IDB sources, and a characterization of these approaches until the year 2022, concludes that their application involves adopting an intensive digital strategy in the sectors referred to art, design, video games, films and crafts, because they carry with them an intangible symbolic value that exceeds their use value, although a series of aspects that are detailed in this scientific study must be considered.

Keywords: creative economy; orange economy; digital strategy; trends; economic development.

Economía creativa como política para el desarrollo económico post COVID-19 en América Latina, Sistematización de Teorías y Evidencias

Álvaro Larry Luis Felipe Mendoza Castillo, PhD candidato¹ ,
Luisamaría Antonella Prado Ibañez, Lic.² , and Lilian Estela Quispe Varela, MBA³ 

^{1,3}Universidad César Vallejo, Perú, amendoza@ucv.edu.pe, lequispeva@ucvvirtual.edu.pe

²Universidad César Vallejo, Perú, lpradoi@ucv.edu.pe

Resumen– Este trabajo científico doctoral estudia a La Economía creativa para saber si la adopción de este enfoque permite el desarrollo económico de un país, entendiendo que su atractivo reside en la generación del valor de estas industrias creativas, y si la aplicación de este enfoque genera una oportunidad de superar los estragos del covid-19. En ese sentido, la pregunta que motivó la presente ¿Es la Economía creativa, el camino para poder generar un desarrollo económico post covid-19 en América Latina?, metodológicamente en esta investigación básica, se hizo una sistematización de las teorías económicas relacionadas, para hallar elementos comunes, además de una revisión de la literatura de Scopus, Google académico y las fuentes del BID, y una caracterización de estos enfoques hasta el año 2022, concluye que su aplicación pasa por adoptar una estrategia digital intensiva en los sectores referidos al arte, el diseño, los videojuegos, las películas y las artesanías, porque llevan consigo un valor simbólico intangible que supera a su valor de uso, aunque se deben considerar una serie de aspectos que se detallan en este estudio científico.

Palabras clave: Economía creativa; Economía naranja; estrategia digital; tendencias; desarrollo económico.

I. INTRODUCCIÓN

[1] CEPAL en una reciente publicación caracterizó el impacto de la pandemia global del covid-19 en la región de América Latina y el Caribe con una fuerte caída de La economía, el consumo, la inversión y las exportaciones así como una marcada contracción en sectores clave, con diferentes niveles o grados de afectación en los diversos sectores económicos de cada país: los mayores afectados fueron la manufactura, la construcción, el comercio y el transporte. Por su parte, los autores [2], reseñaron los problemas institucionales que poseen los países de la región los que desencadenaron una serie de conflictos sociales, colapsos en el sistema de salud y escenarios económicos negativos; Concluyendo así, que es necesaria la construcción de políticas que mejoren el acceso, la asequibilidad y la calidad de los servicios proporcionados por el Estado, con la finalidad de la sociedad goce de bienestar.

Esto lleva a pensar que se necesita plantear la necesidad de mejores políticas que apunten a lograr el desarrollo sostenible de los países. Al mismo tipo de conclusión en el caso de los actuales rebotes de la pandemia arribaron [3], en su informe “Políticas para combatir la pandemia” señalando que debe haber tres prioridades para que la propagación del virus se disperse. La primera se basa en evitar que el sistema de salud colapse, garantizando, el control de la enfermedad

y para que ninguna vida se vea comprometida. En este sentido, los paquetes fiscales cobran un papel fundamental y su desarrollo dependerá del financiamiento que los gobiernos realicen. La segunda prioridad radica en ayudar a familias que se encuentran en un estado de vulnerabilidad extremo, debido a las medidas de distanciamiento social y demás. Y la tercera prioridad es brindar apoyo al sector empresarial, para que así, el empleo no se vea al extremo reducido. Una de las alternativas o enfoque que viene gozando de una gran difusión por parte del banco Interamericano de Desarrollo (en adelante BID) es el de la Economía creativa o Economía naranja, que desde el 2013 que salió la obra de Felipe Buitrago e Iván Duque, su expresidente, se viene impulsando y adoptando en Colombia.

Con el objetivo de poner el foco en la cultura y la creatividad como ejes transversales del desarrollo social, económico y ambiental, la Asamblea General de las Naciones Unidas declaró el año 2021 como el “Año Internacional de las Industrias Creativas para el Desarrollo Sostenible”. Colombia es pionera en la región y busca implementar un modelo de desarrollo en el que la diversidad cultural y la creatividad sean los pilares del cambio social y económico. La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) refleja las preocupaciones de los países sobre el enorme impacto que la pandemia de coronavirus ha tenido en las artes y la cultura a nivel mundial, particularmente debido a las pérdidas de empleo asociadas y la interrupción de procesos esenciales para la creación, producción y distribución. de bienes y servicios culturales.

Es importante entender que las industrias culturales y creativas promueven el desarrollo sostenible e inclusivo, crean nuevas oportunidades de crecimiento social y económico para los artistas y trabajadores culturales de los territorios, y contribuyen a la preservación y promoción del patrimonio y la diversidad cultural. [4]

[5] confirmaron en su estudio que el Perú sólo presentaba un escenario de problemas desbordados, dadas las consecuencias provocadas por la pandemia, debido a sus problemas estructurales preexistentes como la informalidad laboral y el alto nivel de la economía, la vulnerabilidad de los hogares y un mayor nivel de desigualdad de ingresos en comparación con los países de ingresos medios.

Los autores [6] señalan en su publicación que, al controlar las consecuencias negativas sobre la salud de la población, se deben iniciar fases de transición y reactivación económica. Asimismo, una estrategia de consolidación fiscal e instaurar herramientas que garanticen que los incrementos en el gasto fiscal serán transitorios y no generarán problemas de presupuesto. A largo plazo, proponen que un factor de

Digital Object Identifier: (only for full papers, inserted by LEIRD).
ISSN, ISBN: (to be inserted by LEIRD).
DO NOT REMOVE

recuperación económica puede ser la inversión en infraestructura, acorde a las condiciones regionales necesarias, mismas que, deberán ser ejecutadas con efectividad para garantizar crecimiento económico óptimo.

El estudio elaborado por los autores [7] en su investigación, tuvieron como objetivo determinar la posición de la economía creativa en la economía general a partir de los estudios de la literatura, revelar los vínculos relacionales de los sectores creativos con otros actores, identificar los desafíos del sector y revelar las implicaciones políticas en las industrias creativas. Asimismo, los autores llegan a la conclusión de que, en la economía nacional, cada industria creativa opera de forma independiente, a pesar de agruparse en diferentes industrias. En este sentido, las industrias creativas están en estrecho contacto con muchos aspectos de la vida sociocultural por sus amplios campos por medio de las tecnologías digitales, de la información y la comunicación, las actividades culturales, el turismo cultural, las actividades artísticas, las redes sociales, la ciudad y la vida urbana. Las ciudades creativas y las estructuras culturales con las que se relacionan los sectores creativos desempeñan un rol fundamental en el fomento del surgimiento de la creatividad y el acercamiento entre personas creativas de diferentes localidades.

II. MATERIALES Y MÉTODOS

Para poder plantear una respuesta, metodológicamente, se hizo una rigurosa revisión de la literatura científica, la cual inicialmente, luego de utilizar como buscadores a SCOPUS Google académico, y las Publicaciones del Banco Interamericano de Desarrollo tuvo 98 artículos, los cuales luego de 2 etapas de selección usando la metodología PRISMA, evaluando su pertinencia, relevancia, y grado de construcción de la teoría de la economía creativa, en la cual se tuvo como criterios de inclusión a todos los trabajos en idioma inglés o español de economía creativa o naranja , y se tuvo como criterios de exclusión a aquellos artículos simples, o de pequeñas revisiones que no alcanzaran propuestas o aportes metodológicos adicionales, por lo cual, finalmente se quedó con los aportes de 33 autores y las informaciones de 3 sitios web oficiales (Banco Mundial, CEPAL y Ministerio de Cultura de Colombia) cuyos aportes se han dividido de acuerdo a las características clave , el cimiento de una base teórica, en la que se relacionan con las teorías del desarrollo económico, lo que permite esbozar propositivamente, la manera en la cual se podría adoptar este enfoque de la Economía naranja o economía creativa como alternativa para desarrollar la economía de los países de América Latina y el Caribe, luego de haber sido profundamente afectada por el covid-19.

III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se tuvo en cuenta el estudio de los autores [8] en su estudio que proporcionó, para el año 2015, una medición del impacto de las industrias culturales y creativas (ICC), integrantes de la llamada Economía Naranja, destacando que este tipo de industrias representaron 1,9 millones Ha creado empleo en América Latina y el Caribe y ha facturado

124.000 millones de dólares. Se estimaba (antes de la pandemia mundial de Covid-19) que la creatividad emergía como la tercera habilidad más buscada por las empresas a la hora de seleccionar a sus empleados, basándose en que el objetivo de la mayoría de las startups de la Región es crear un alto nivel social y económico. impacto a través de innovaciones en sectores tradicionales como la salud, la educación y el transporte. Sin duda, se reconoce que una característica inherente al desarrollo de las actividades de esta industria creativa es la capacidad de adaptar estas manifestaciones culturales, artísticas y creativas a las nuevas tendencias de desarrollo de las empresas conocidas como startups, que van desde hasta los más recientes desarrollos tecnológicos. En este sentido, ambos investigadores concluyen que para el desarrollo de una ciudad es necesario establecer prioridades y asegurar la colaboración conjunta de instituciones públicas y/o privadas que contribuyan a mejorar las condiciones de trabajo del sector artístico y patrimonial de la ciudad de Encarnación. .

Los autores [9] en su estudio desarrollado en Colombia, utilizaron una metodología de investigación cualitativa para analizar el comportamiento de la Ley Naranja y su impacto en la economía colombiana. Resaltando que para realizar este análisis es necesario observar, recolectar información, identificar lo que está viviendo el sector y así interpretar el contexto natural del entorno. Asimismo, se señaló que se prevé que el producto interno bruto (PIB) del país crezca a un ritmo del 1,8% y un incremento del 5,1% en 2022 con el desarrollo de este tipo de economía. Esta cifra es muy optimista considerando que la creación de empresas naranjas aumentó un 9,4% en el primer semestre de 2019, según el informe de la Asociación Colombiana de Cámaras de Comercio, que señala que los proyectos relacionados con la economía naranja para la economía y lo social el desarrollo del país colombiano son factibles. Finalmente, se concluyó que el impacto de la Economía Naranja en el desarrollo del país es muy grande, ya que Colombia es por naturaleza un país lleno de talento y creatividad, características similares a las del contexto peruano y su diversidad.

Para los autores [10], se destaca que las conclusiones a las que llegaron fueron que la Economía Naranja establece tendencias de mercado cultural que -como mencionan- permiten el reconocimiento de la identidad cultural nacional, hecho que es aceptado por el consumidor internacional. Se valora mucho a aquellos países que introducen la Economía Naranja en sus actividades económicas. De esta manera, se convierte en un incentivo para la producción de bienes y servicios manufactureros/comerciales propios de la Economía Naranja y son factores cruciales en el desarrollo del “tejido empresarial y social” de cualquier país.

Para los autores [11] en su estudio optaron por un tipo de investigación descriptivo para la realización de su artículo, tomando como información la base del DANE y del portal de Transparencia Económica de Colombia. De igual forma, por medio del manejo del método cualitativo, los autores

podieron introducir las herramientas de la teoría de juegos, una extensión de la materia económica que, la cual iba a permitirles obtener resultados diáfanos con respecto a la toma de decisiones en torno al fortalecimiento de la economía naranja por parte del Gobierno Nacional y del Congreso de la República. Entendiendo a la economía naranja como: “el conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual”, los autores evidenciaron que esta parte de la economía, tiene una gran participación en el PBI, la cual ha venido aumentando a través de los años ya que, se convierte en una fuente de generación de empleo y valor, además de, poseer la posibilidad de coadyuvan con la transformación de producción y competitividad en cada país. En esta línea, también resaltaron el hecho de que, tanto para el país de Colombia, como para México, Chile, Perú y Argentina, la economía naranja ha podido ser un determinante significativo para el nivel de empleo, aportando miles de dólares a las economías latinoamericanas.

Para el autor [12], realizó su investigación utilizando una metodología documental-analítica y un diseño bibliográfico transversal, no experimental y pudo demostrar que la Economía Naranja es efectivamente un motor de creación de empleo que incentiva a los artistas o artistas a convertir a los creativos en personas, más comprometidas con la comercialización de productos o servicios innovadores y volcando su atención en la creación de empresas que les ayuden a incrementar sus niveles de ingresos, demostrando que la Economía Naranja es una industria altamente rentable para las sociedades. En la investigación llevada a cabo por [13] la autora afirma el gran potencial de las industrias creativas, al considerarse esencial para el crecimiento y desarrollo de las industrias creativas. Asimismo, menciona que, dado el aporte de la Economía Naranja, actualmente está surgiendo un nuevo sector económico, compuesto por un amplio abanico de empresas y empresas innovadoras que operan en torno a las TIC, y, además, destaca que la protección de los derechos de propiedad intelectual Es crucial fortalecer la tendencia de crecimiento de las industrias creativas y seguir contribuyendo al crecimiento económico.

Según los autores [14], en sus investigaciones aplican métodos documentales y de análisis cualitativo, haciendo referencia a los principales autores de la región (San Lorenzo, Paraguay) así como a documentos e informes de organismos internacionales que intervienen en el estudio del desarrollo de los creativos tiene que ver con la industria y su presencia en las ciudades. De esta manera, los autores señalaron que los factores relacionados con el desarrollo económico también incluyen los aportes de la industria cultural, ya que no se puede ignorar la dimensión cultural a la hora de proponer alternativas de solución a problemas que afectan la vida de los ciudadanos, afectando la política, la economía. y medidas de planificación e industrialización a nivel nacional o regional. En este contexto, se menciona que las ciudades creativas actúan como un factor exigente en el

diseño de nuevas iniciativas para lograr un desarrollo económico con mayor integración entre sectores, tomando en cuenta algunos componentes como el estilo de vida y los avances tecnológicos que son importantes para la generación de personas. son el bienestar social [15].

Este enfoque final incluyó tres fases: la delimitación de los criterios de dominio para empresas culturales y creativas, la creación de un mapeo de campo basado en el censo nacional de 2011 y el diseño de la encuesta para revelar los datos socioeconómicos utilizando el software de encuesta arc-gis. En este contexto, los autores determinaron el aporte total de las empresas culturales y creativas del centro histórico de Asunción al PIB, que tuvo un valor de 1,8%, demostrando la gran participación del sector creativo en el sistema económico paraguayo.

Para los autores [17] que en su estudio optaron por una metodología de investigación cualitativa y descriptiva, teniendo como objetivo describir y analizar el tipo de relación que existe entre la economía creativa y el turismo local, para ello, se realizó una recolección de datos por medio de documentos y entrevistas a autoridades respectivas de los proyectos de Puntos de Cultura: Spicúa Pantaneiro (Aquidauana) y Molino Cultural Sudamericano (Corumbá), ambos ubicados en la meso-región Pantanal Sul-Mateo-Grossense.

Los autores pudieron hallar como resultado que, en los últimos años, debido a la dinamización del turismo en la región del Pantanal se crearon incentivos para los artesanos de la zona, quienes pudieron ser conscientes de las oportunidades que dicho sector les brindaba y empiecen a producir artesanías y comiencen a generar ingresos y desarrollo económico a la localidad. Asimismo, las actividades generadoras de ingresos también recaen en la producción de accesorios como flores de tela y bolsos creativos, y la gastronomía, demostrando el nivel de participación de la economía naranja. Se concluye la unión de elementos como la elaboración de artículos con un elevado valor simbólico, provenientes de la cultura y el consumo y comercialización que se desarrolla en la misma región, son signos de la presencia de la economía creativa, determinando que existe una relación estrecha entre ella y el sector turismo [17].

Para que la investigación desarrollada por [18] pueda concretarse, empleó en su metodología diferentes procesos de búsqueda, entre ellas, la recolección de información procedente de fuentes primarias y secundarias, en las cuales se hallaron cifras y testimonios, lo cual permitió una exploración de los aspectos básicos de la colaboración de la economía creativa en Colombia, con el objetivo de comprender la industria creativa, su importancia y posicionamiento económico en relación al resto de los sectores económicos. De esta forma, el autor pudo obtener como resultado que, en Bogotá, cerca de 290 000 ciudadanos conforman dicha industria, quienes representan el 3% del empleo total de la capital. Por otra parte, se ha identificado, de acuerdo con los datos, que en Bogotá se centraliza el 92%

de participación de los servicios creativos, el 90% corresponde a productoras audiovisuales, el 73% a contenidos digitales y el 55% a desarrolladores de videojuegos, ello, en relación con lo que se produce en Colombia [18]. Al término de las revisiones de las bases de datos y demás material de investigación, se valida que, el fomento de la cultura como rubro de la economía en general, puede llegar a originar bienestar, no solo económico, si no, social. Adicional a ello, se concluye que la creatividad y la innovación son aspectos que comprenden a la economía creativa, lo cual, ocasiona que se conviertan en actores importantes en el sistema económico colombiano, y, por tanto, tengan el derecho de que se diseñen políticas para su desarrollo, con ello, se generarían nuevos puestos de trabajo, niveles de ingresos más altos y producción de bienes y servicios con valor agregado, coadyuvando con la sostenibilidad del desarrollo y crecimiento económico para el caso colombiano.

Los autores de [19] en su trabajo de investigación tuvieron como finalidad evidenciar el desarrollo y evolución histórica de la economía naranja en Colombia, la realización de un proceso descriptivo de los subsectores vinculados a la economía naranja, y con ello, determinar su nivel de contribución al PBI colombiano. Adicionalmente, se estudiaron variables como: valor agregado, consumo cultural y producción total según la Cuenta Satélite de Cultura 2005-2016 provenientes del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). Se determinó que la producción total de la industria de bienes, servicios y contenidos culturales ha presentado un crecimiento sostenido a lo largo de los últimos años, con lo cual, se reconoce que sus proyecciones a largo plazo son positivas, ya que, podrá contribuir cada vez más a la producción total de Colombia y, específicamente, a la relacionada con la demanda de bienes y servicios creativos-culturales.

Sin duda, luego de esta revisión Latinoamericana, la inquietud que subyace es si la adopción de este enfoque permite desarrollar la economía de un país, puesto que su atractivo reside en la generación del valor de estas industrias creativas, y si la aplicación de este enfoque como política de desarrollo genera una opción de seguir esta senda de oportunidad. En ese sentido, la pregunta que motiva el presente estudio ¿Es la Economía creativa, el camino para poder generar un desarrollo económico post covid-19 en América Latina? Aunque a priori parece ser así, esta pregunta plantea la necesidad de ir evaluando su tendencia y las actividades que implica, así como contemplar como insumo el uso de la tecnología.

Según los autores [20] en su artículo El camino de la innovación y el desarrollo de las industrias culturales y creativas en la provincia de Anhui, China: análisis de texto de políticas basado en Nvivo12 señalaron que la planificación de políticas de las industrias culturales y creativas es el factor principal que afecta el desarrollo de las industrias culturales y creativas y también es un factor importante para impulsar la transformación económica de China. El reto está en saber cómo combinar la política con el desarrollo industrial real y cómo evaluar científicamente el

efecto de construcción de las industrias culturales y creativas y construir el sistema de planificación correspondiente son los puntos clave del desarrollo actual de las industrias culturales y creativas para ello se consideran tres elementos centrales que promueven el desarrollo de la industria cultural y creativa de China: "tarea de desarrollo", "objetivo de desarrollo" y "garantía de desarrollo". Trazando como estrategias: seguir en la formulación de políticas de "patrimonio cultural y desarrollo sostenible", explorar las características regionales y la cultura de local; fortalecer el desarrollo de la integración cultural urbano-rural y la innovación de mecanismos; optimizar y ajustar la estructura y oferta de las industrias culturales; diseño de alto nivel para aclarar la dirección estratégica de la cultura y coordinar las tareas de investigación para potenciar la innovación industrial, De lograrlos adecuadamente, se podrá desarrollar industrias regionales ventajosas, formar de industrias culturales ventajosas, difundir de manera efectiva la cultura local y promover el desarrollo sostenible de la economía local [20].

Para los autores [21] en su artículo, indican que los barrios, agrupaciones, distritos culturales y creativos (CCC) se han convertido en estrategias de desarrollo local muy populares en los últimos 30 años, como se refleja en la literatura sobre planificación urbana, geografía, economía y estudios culturales. Sin embargo, esta multidisciplinariedad ha hecho que el campo académico de investigación de la CCC sea bastante confuso, ya que los autores ofrecen su propia definición o la toman prestada sin explicaciones claras. Concluyendo finalmente que se hace necesario sugerir una agenda de investigación renovada [21].

Para los autores [22] en su artículo el problema científico de involucrar el potencial creativo en el desarrollo de los ecosistemas nacionales en las actuales condiciones de profundas transformaciones tecnológicas es cada vez más relevante y demandado. El potencial creativo de los ecosistemas es una poderosa fuerza intelectual que transforma y conoce los ecosistemas modernos, genera ideas cualitativamente nuevas para enfrentar los desafíos de la nueva realidad económica y es capaz de crear combinaciones de capital efectivas basadas en estas ideas

Los autores [23] en su artículo titulado El desarrollo turístico a través de la economía creativa nos menciona que el turismo es un negocio que contribuye a la mejora del bienestar de las personas a través de la economía creativa que impulsará el crecimiento económico y creará puestos de trabajo. La condición muestra que la economía creativa se encuentra en la posición del cuadrante III, es decir, para satisfacer muchas necesidades turísticas, se necesitan diferentes industrias creativas en cada destino turístico, para que los turistas se sientan satisfechos al visitar estos atractivos turísticos. La mayor debilidad de las industrias creativas como catalizador del turismo son los recursos humanos, el acceso y el marketing, mientras que la mayor fortaleza de la industria creativa es el desarrollo de destinos turísticos y un aumento del nacionalismo. Considerando que las mayores oportunidades que se pueden apoyar de

aceleración y mejora de la economía a través del turismo en las industrias creativas son la industria de la moda y la industria de la música. Los encuestados de la investigación son personas involucradas en el turismo, es decir, tomadores de decisiones, turistas, académicos. estilo de vida y cultura social. [23].

El autor [24] en su artículo en su investigación indica que la creatividad se ha convertido en una estrategia de creación de lugares, con ciudades y regiones que buscan aumentar su atractivo para la clase creativa, apoyar industrias creativas o convertirse en 'ciudades creativas'. Examinan cómo se puede utilizar la creatividad en la creación de lugares en destinos turísticos a través de diferentes estrategias de diseño. Con el desarrollo del campo de la creación de lugares creativos, el enfoque teórico se ha desplazado de los individuos creativos a las regiones o lugares creativos. Los estudios de casos de desarrollo de ideas muestran que las estrategias deben ser sensibles al contexto local y seguir algunos principios básicos de diseño. La creación creativa de lugares incluye la consideración de los recursos, el significado y la creatividad, impulsada por una visión clara, fomentando el compromiso, brindando espacio para la expresión creativa y desarrollando narrativas coherentes [24].

El autor [25] en su investigación indica que la industria creativa cultural deportiva es el resultado del desarrollo profundo de los productos deportivos y la industrialización cultural. Es un portador tangible de nuevas ideas, nuevas tecnologías y nuevos contenidos. Tiene un alto valor económico después de la infiltración, integración, integración y sublimación. Tecnología, economía y cultura del deporte. La industria cultural y creativa del deporte tiene funciones sociales, económicas, culturales y deportivas evidentes, y su desarrollo está impulsado por factores tanto externos como internos. El desarrollo de la industria cultural y creativa del deporte de mi país necesita para reformar el sistema de gestión, mejorar el poder de la marca, cultivar talentos y ampliar los canales de financiación [25].

El autor [13] en su investigación menciona como la creatividad, aún poco conocida y entre los economistas de hoy, ha jugado un papel importante en la formulación de las estrategias regionales en los últimos años, como lo demuestran los datos. Este artículo tiene como objetivo demostrar el valor dinámico de la teoría económica de la clase creativa de Florida a través de una revisión bibliométrica y cuatro modelos que muestran la relación entre las industrias creativas y la economía en general. El artículo ha demostrado una síntesis teórica de la creatividad, demostrando, encajando e intentando fortalecer una serie de fenómenos económicos actuales en muchas ciudades del mundo, que contribuyen a modelarlas y definir las en sus aspectos físicos espaciales. Aunque se presentan conclusiones que brindan buenas razones para esperar un aumento similar en las industrias creativas: (1) aumento de la riqueza, que desplaza el gasto agregado hacia las industrias creativas porque tienen una mayor elasticidad de ingresos que la unidad; (2) El aumento del capital humano relacionado, lo que permite una mayor especialización; (3)

el aumento de las TIC, que constituyen la base tecnológica de las industrias creativas; (4) la globalización, como el acceso a los mercados globales, así como la movilidad de factores y la demanda

En el artículo de los autores [26] tiene como finalidad hacer una exploración de los principales conceptos y características del emprendimiento cultural en Colombia y su importancia en los nuevos escenarios de desarrollo económico y social de los territorios. Para ello se efectúa una aproximación a las bases conceptuales que abordan las economías creativas, el capital cultural y la importancia de las Industrias Culturales y Creativas (ICC) en la construcción de región. La etapa inicial de la investigación consideró pertinente establecer un diálogo entre diferentes autores que abordan los temas mencionados, refiriendo políticas, investigaciones y antecedentes que constituyen actualmente este escenario, con el ánimo de tener una base conceptual que guíe posteriormente la construcción de la estrategia. Los hallazgos mostraron que las dinámicas vinculadas a las ICC y el emprendimiento de base cultural en Colombia se encuentran en construcción, concluyendo que se hace necesario aportar de manera significativa desde la academia para reconocer y aprovechar el potencial creativo, la riqueza cultural de cada territorio y el espíritu emprendedor [26].

Los autores [10] en su investigación menciona que en Colombia las industrias creativas y culturales se agrupan dentro de un sector denominado Economía Creativa o Naranja, que agrupa industrias relacionadas con la cultura y las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Estas empresas están siendo impulsadas gracias a leyes que favorecen su crecimiento y expansión. La metodología consistió en análisis documental y estadístico. Los resultados muestran que el impacto de las empresas creativas en el PIB aún es bajo y no avanza al mismo ritmo que el PIB. Se concluye que no solo es necesaria la inversión, sino que el capital humano, las políticas empresariales y el seguimiento constante del proceso de innovación acompañan su desarrollo [10]. Sin embargo, por más que el panorama a desarrollar se presenta como algo esperanzador para muchos de los países de la región (América Latina) y en especial del Perú, en estos tiempos de pandemia y recuperación de las economías post covid-19 el poder adoptar este enfoque de desarrollo basado en la Economía naranja presenta en primer lugar, el desafío de que deba establecerse como parte de una política de gobierno, tal como ha sucedido en el caso de Colombia, que tiene en el Ministerio de Cultura, en asociación con el Banco Interamericano de Desarrollo, a la autoridad que promueve y vela por el desarrollo de las industrias creativas, inclusive se aprecia que para cumplir con el objetivo de aportar al fortalecimiento de las industrias creativas (Ley 1834 de 2017) y ampliar la medición de la denominada Cuenta Satélite de Cultura, cuentan con el Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE -como la entidad responsable de la planeación, levantamiento, procesamiento, análisis y difusión de las estadísticas oficiales de Colombia, en conjunto con las entidades que pertenecen al Consejo Nacional de Economía Naranja- creando para ello, la Cuenta Satélite de Cultura y

Economía Naranja (CSCEN) que concentra todos los sectores agrupados a las industrias culturales y creativas. (Ministerio de Cultura. Colombia, 2020)

Esto implica adaptar las mediciones del sector cultura desde una perspectiva económica, pero en los países de América Latina todavía son incipientes, y dentro de estas, se presentan los casos de las mediciones de la publicidad o tecnologías, esto abarca el reto de interiorizar los conceptos propios de la época actual, temas como el pago por clic, visualizaciones, etc.

Respecto a este tema de evaluar los efectos de la economía naranja, se tiene los aportes de [27] en su investigación siguen la línea anterior al tratar de evidenciar en su desarrollo que la Economía Naranja no se opone con las nuevas tecnologías. En este estudio mostraron casos hallados en América Latina y el Caribe, que esgrimen la tecnología como eje transversal para desarrollar sus productos y servicios. Los emprendimientos tecno creativos, de acuerdo con estos autores, se definen como aquellas compañías emergentes que utilizan la creatividad y acentúan la aplicación de las nuevas tecnologías en sus productos o servicios. Para cada grupo estudiado, se subrayaron las tendencias globales y de la región, teniendo como característica que los grandes grupos de los emprendimientos revisados se enfocaron en la inteligencia artificial, Machine Learning, Internet de las Cosas y democratización del diseño, servicio y contenido. Además, reseñan un informe de la consultora internacional KPMG, que evidencia la importancia económica creciente que tendrán en los siguientes años la inversión en inteligencia artificial y Machine Learning aumentará 20% en 2025, en 232.000 millones de dólares, superando a la inversión realizada el año 2018, que ascendió a 12.400 millones de dólares. De acuerdo con los datos del BID, que no consideraron el impacto económico del covid-19 los principales países que se beneficiarán con esta inversión serán Chile, Colombia, Perú y Brasil que de manera conjunta encarnan el 85% de la producción económica sudamericana y de manera total se estima que la inteligencia artificial en Latinoamérica impactará el PBI en un 5%. Es muy importante señalar que estos autores logran evidenciar que las nuevas start ups o emprendimientos de América Latina están siguiendo las tendencias globales que marca la tecnología como es el caso de la inteligencia artificial, el aprendizaje automático, la realidad virtual y el internet de las cosas, pero resaltando que el principal atributo que les genera ventaja competitiva y por ende el éxito en el desarrollo de sus productos y/o servicios es el brindarles una mejor experiencia al usuario, entendiendo que lo que busca es que su empleo de estas tecnologías le facilite la vida y no sea tan complicada su adopción.

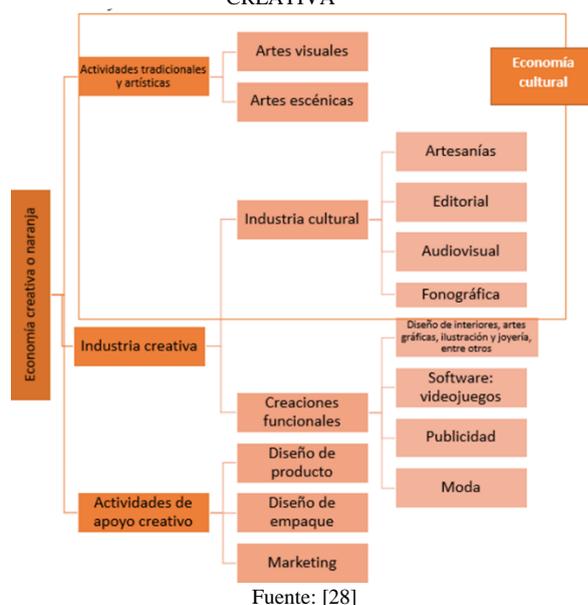
Definiciones clave para entender a la economía creativa o naranja

Ahora bien, el reto de la adopción de este enfoque pasa por considerar lo que señalaron los autores [28] en su investigación, indican que subsisten los problemas de definición y medición de la Economía Naranja, como también los principales fallos del mercado y del Estado que

se presentan en estas actividades. Sin duda, el aporte de este trabajo de investigación está en poder esgrimir el concepto de ecosistema creativo, es decir que se debe visualizar como un todo, como un sistema que facilite el diseño y elaboración de políticas públicas que puedan estimular no sólo a la oferta y la demanda, sino que garanticen la adecuada interacción entre los diversos actores de este ecosistema. Esto implica considerar el desarrollo a un nivel industrial, en otras palabras, el desarrollo de toda una industria creativa.

La Economía creativa, muchos sectores y elementos clave

FIGURA 1. SECTORES DE LA ECONOMÍA NARANJA O CREATIVA



La industria creativa, concebida así por estos autores, la conforman diversas actividades comerciales en donde el valor del resultado final se debe principalmente al contenido creativo, incluyendo a las actividades reconocidas por estar fuertemente asociadas a la cultura, como la editorial, la audiovisual, la fonográfica y las creaciones funcionales (que obtienen un resultado creativo, pero este no se encuentra necesariamente relacionado a la cultura, como es el caso del desarrollo de videojuegos, publicidad o moda). En este contexto, [28] acuñan el término de economía cultural a la suma de las actividades tradicionales y artísticas con la industria cultural. La importancia de entender y adoptar este concepto de ecosistema creativo se halla en que concibe y prioriza un establecimiento de fuertes vínculos entre el sector público y el privado, involucrando además a las comunidades locales, usuarios finales, en dónde asumen un rol preponderante las diversas instituciones educativas y centros de investigación. Además, esta situación permite que se puedan aprovechar estas relaciones para poder generar y plantear mejores estrategias que ayuden al desarrollo de las industrias creativas.

Aunque las últimas tendencias de los modelos de negocio actualmente y estimulados por la crisis económica

derivada de la pandemia global del covid-19, han acelerado sus estrategias de uso de muchas herramientas en el Internet y el aprovechamiento de las TIC, no se descarta a la cercanía geográfica, pues es en este contexto que se vuelve muy importante el tema de ecosistemas creativos para la colaboración entre los actores del ecosistema creativo, así como para favorecer el proceso de co-creación. Es justo esta situación que permite retomar el concepto de clúster y ciudades creativas (Smart cities) como subsistemas de un ecosistema creativo.

Derechos de autor y subsidios

Se tiene al estudio de [25] cuyo objetivo general de esta investigación es analizar el papel del derecho de autor en el desarrollo de las industrias culturales y creativas (ICC) en China, utilizando como casos de estudio las ciudades de Shenzhen y Hangzhou. Usando empresas representativas de las ICC y se analizó su uso del derecho de autor y otras formas de propiedad intelectual. La metodología empleada fue principalmente de tipo descriptivo y analítico, utilizando datos secundarios y entrevistas a expertos en el tema. Se analizó la estructura de las ICC en ambas ciudades, la distribución de la propiedad de las empresas, la estrategia de propiedad intelectual y el uso del derecho de autor. Las conclusiones de la investigación destacan la importancia de una estrategia integrada de propiedad intelectual para las empresas de ICC, y la necesidad de equilibrar la protección del derecho de autor con la innovación y la colaboración. También se destaca el papel crucial de la tecnología en el desarrollo de las ICC y su integración con el derecho de autor y otras formas de propiedad intelectual. En general, la investigación contribuye a la teoría sobre el uso del derecho de autor en el desarrollo de las ICC a nivel regional en China.

Los autores [29] analizan la sostenibilidad económica del trabajo cultural en el Reino Unido desde la pandemia de COVID-19 y examina la renta básica universal (RBU) como solución para los trabajadores culturales. El estudio muestra que muchos trabajadores de las artes visuales no pudieron acceder a los programas de recuperación financiera y cayeron en las grietas de los criterios complejos establecidos para estos fondos. El artículo concluye que, aunque la RBU puede no ser una panacea para los desafíos que enfrenta el sector de las artes y la cultura, podría proporcionar una red de seguridad valiosa para artistas y creativos durante tiempos de incertidumbre económica.

Respecto a los estudios en Perú, hay un primer panorama en el trabajo de [30], cuyo objetivo de esta investigación fue determinar qué influencia tuvieron las industrias creativas en el desarrollo de la región Arequipa en el año 2011. En este sentido, Lima concentró el 66,3% de las empresas establecidas, seguida de Arequipa (247), la segunda región del país con mayor número de empresas creativas creadas, lo que brinda certeza sobre la dinámica empresarial. Finalmente concluyó su investigación afirmando que existe una correlación positiva entre la variable dependiente “Desarrollo de la Región Arequipa” y la variable independiente “Impacto de las Industrias Creativas” para el periodo 2011.

Bases creativas con el desarrollo económico:

Se esbozó un panorama de los aportes de la Economía Naranja. Lo que queda es la oportunidad de brindar un breve recorrido histórico por los principales aportes que han surgido en la concepción del desarrollo económico, que permiten alinear este enfoque que representa una alternativa de desarrollo.,

Los puntos de análisis están basados en los autores. [31]y permiten darle mayor alcance al tema del desarrollo económico.

Para ello se recuerda que la preocupación por el desarrollo desde un punto de vista teórico encuentra su origen desde el siglo XVIII en que se comenzaron a desarrollar teorías económicas que abordaban el crecimiento de la economía bajo una situación de competencia en el mercado. , siempre regulado por la mano invisible de Adam Smith, lograría un equilibrio que satisficiera las necesidades de la sociedad. En este contexto, muchos autores, basándose principalmente en la realidad social y económica que existía en ese momento sobre las condiciones de la economía, estudiaron los principales mecanismos de oferta y demanda y buscaron respuestas que permitieran alcanzar el crecimiento económico sobre la base de la base de sus economías industriales.

Esto sucedió en aquellos países con pocos problemas de oferta y buenas políticas económicas que lograron estimular la demanda. Los modelos económicos propuestos posteriormente tuvieron un efecto muy positivo y sus desarrollos brindaron explicaciones sobre el desarrollo de la dinámica económica y los factores que explicaban o garantizaban el desarrollo económico de los países, dando como resultado los siguientes modelos, cuyos aportes se muestran a continuación en una tabla de resumen.

Ahora bien, si se ha podido visualizar esta serie de aportes de los principales autores reseñados, se debe destacar que en este Enfoque de la Economía naranja o Economía Creativa toma como factores muy importantes para lograr el desarrollo de la economía de un país a la Educación y tecnología, y sus efectos sobre la tasa de crecimiento del PBI de las actividades generadoras de valor en las industrias creativas y considera muy importante la distribución sectorial y territorial del desarrollo económico, mediante la creación de los clústeres industriales, por lo cual, no se trata de algo tan reciente, sino de un enfoque que bien tiene cimentada su base teórica con los hallazgos de otros autores e investigadores económicos. La Economía creativa fomenta así el desarrollo territorial a través de nuevos modelos de emprendimiento, de políticas de desarrollo que deben estar enfocadas a la generación de programas participativos, con énfasis en el ciudadano (tal como se afirma en la ley de modernización de la gestión pública) y ésta política , debe garantizar que se logre la activación de una red empresarial urbana (interrelacionado) que potencie a las ciudades mediante la dinamización del mercado y generando más y renovadas políticas públicas. [32]

TABLA 1: FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA CREATIVA

Enfoques y autores	Características
Modelos macroeconómicos enfoque keynesiano: Klein, Fair e investigadores del grupo Link.	Énfasis en el lado de la demanda, el comercio exterior, los ciclos y las variaciones a corto plazo.
Modelos neoclásicos con factor residual: Tinbergen. Denison, Griliches y Solow.	La función de producción y el factor residual. El papel de la educación, el I-D, la inversión y el crecimiento largo plazo.
Modelos mixtos: Baño y Grossman. Sneesens y Dréze. Guisán(1980), Guisán y Padrao(2001), y otros	Modelos de desequilibrio y enfoques intersectoriales que combinan oferta y demanda de inputs primarios y/o intermedios.
Modelos de capital humano: a) Efecto nivel. Barro y Lee, Romer y Weill	Efectos directos e indirectos: a) Efecto directo de la educación sobre el nivel de producción.
b) Efecto tasa: Romer, Kyriacou. Benliabid y Spiegel.	b) Educación y tecnología. Efecto sobre la tasa de crecimiento del PIB.
c)Efecto inversión. Baño. Benliabid y Spiegel. Neira y Guisán (2002)	c) Efecto dinámico indirecto de la educación, a través del capital físico.
d) Efecto fertilidad. Barro (1991). Guisán. Aguayo y Expósito (2001)	d) Efecto de la educación sobre la moderación demográfica y el incremento del PIB por habitante
Modelos de interrelaciones mundiales: impactos del comercio exterior y las políticas monetarias.	Modelos LINK e INTERLINK para la transmisión de ciclos y crecimiento.
Modelos sectoriales y de desarrollo regional	Distribución sectorial y territorial del desarrollo económico.

Fuente: [31]

Economía creativa y el rol del Estado

Pero, si es tan bueno este enfoque, la pregunta que subyace es ¿por qué la Economía creativa no se ha tomado como base para la generación de nuevas políticas públicas? Si toda la evidencia teórica de la Economía creativa con otros modelos aparentemente apunta a que con ella se puede lograr un desarrollo sustentable y humano, más allá de los beneficios económicos, sino el proponer una mayor dinámica de las sociedades y países a través de un desarrollo de las personas. Por lo cual se hace necesaria su adopción.

En este punto se debe recordar que la función de un Estado es la de proveer los servicios básicos que satisfagan las necesidades de sus ciudadanos, y debido a la asignación de recursos que se necesita para lograrlo (aunque no sea su única misión), esta situación tiene un impacto directo sobre la generación de la riqueza de un país, puesto que

contempla un incremento o mejora de las condiciones de producción de su economía y mediante el involucramiento de sus ciudadanos además se asume que el elemento que engrana las políticas y el desarrollo en el contexto actual es sin duda, el acceso a la tecnología y a la innovación que es lo que permite integrar las capacidades humanas y de generación de riqueza para obtener el bienestar de un país.

Hasta aquí se resalta la necesidad e importancia de que el Estado sea el principal propulsor de políticas que favorezcan el desarrollo de las industrias culturales garantizando la correcta asignación de recursos para ese fin, así como su adecuada capacitación y difusión de modo que se genere un efecto positivo hacia el enfoque por parte de la población, esto no quiere decir que únicamente se favorezca un desarrollo empresarial de las ciudades que fomenten los espectáculos o eventos culturales y deportivos que generen un flujo importante de inversión extranjera, descuidando las necesidades sociales de educación infraestructura de salud ni de apoyo a la creatividad e innovación, por el contrario debe procurarse ampliar la base de acción de este impulso contemplando a las micro y pequeñas empresas, pues son estas las bases de los nuevos emprendimientos o start ups, que desde la década del 90 han tenido un muy importante rol dinamizador en la actividad económica del Perú, tanto a nivel económico como social, pese al reto que genera su alto porcentaje de informalidad, se sabe que genera un alto nivel de empleos, por lo cual se constituye en una muy importante alternativa para salir de la denominada trampa de la pobreza.

La trampa de la pobreza se genera cuando un país no logra desarrollar estructuras que le permitan crecer a nivel económico, social y cultural, acarreado como consecuencia una ausencia de ahorro que permita generar inversiones, esta situación se produce debido a factores como: falta de productividad, deficiente institucionalidad, corrupción, insuficiente desarrollo del mercado de capitales, inadecuada o deficiente provisión de servicios de salud, educación, saneamiento, elevado impacto medioambiental en detrimento de la producción agrícola y los recursos naturales, etc., condiciones presentes en el Perú actual y acentuadas por los efectos económicos adversos de la pandemia global del covid-19.

Impacto de la pandemia covid-19, en el caso de Perú, América Latina y la brecha a superar

Según la web del Banco Mundial se informó que el Producto se desplomó en un 17% del PBI y la tasa de desempleo subió a 8,8% es decir a más del doble respecto al segundo semestre de 2019. Esto debido al severo confinamiento decretado por el Gobierno, aunque se proyecta que la economía se recupere fuertemente en 2021, estas cifras confirman la necesidad de buscar alternativas de desarrollo, se sabe que en un año de actividad económica normal la economía peruana es capaz de absorber 350 000 empleos, sin embargo en el primer semestre de la pandemia, se aprecia una pérdida de alrededor de 6.7 millones de empleos, lo cual equivale a casi 20 años de atraso, por ello se hace urgente pensar nuevas alternativas y

enfoques generadores de valor y con alto impacto social, como es lo que propone la Economía creativa, siendo clave para ello la comprensión de los diferentes roles dentro del ecosistema creativo y la participación decidida de sus actores.

Los autores [33] en su publicación señalaron que existe un retraso en la conectividad y digitalización en países de América Latina y el Caribe, aspectos que, han agudizado de manera drástica las consecuencias económicas y sociales de la pandemia. Además, recalcan que los confinamientos generaron un incremento en la demanda de herramientas digitales, debido a que estas permiten que las actividades económicas, educativas y sociales no se paralizen y con ello, de forma significativa, el crecimiento del PBI.

En esa línea, una mayor inversión, podrá mejorar la infraestructura de telecomunicaciones y las habilidades digitales. Asimismo, proponen que los gobiernos pudieran realizar acciones como: eliminar barreras a la implementación, determinar subsidios y tener acceso a dispositivos para hogares vulnerables.

IV. CONCLUSIONES

El presente estudio propone a la Economía creativa o naranja, como camino para poder generar un desarrollo de la Economía aceptando que su tendencia de evolución se decanta en favor de los servicios, y concluye que se requiere de la adopción de una estrategia digital intensiva en los sectores referidos al arte, el diseño, los videojuegos, las películas y las artesanías, que encierran un valor simbólico intangible mayor a su valor de uso. Además, es muy importante entender el rol de la creatividad como la principal protagonista para afrontar los cambios en la manera de producir y trabajar, y de la imprescindible convergencia entre lo análogo y lo digital. Resaltando la necesidad de saber adaptar estas manifestaciones culturales, artísticas y creativas a las nuevas tendencias de desarrollo de los negocios conocidos como startups, y que van de la mano con el desarrollo tecnológico y la superación de brechas de conectividad e infraestructura digital.

De esta forma, se menciona que la tecnología es considerada como un elemento indispensable en las economías creativas, ya que, el internet, las tecnologías digitales y las TIC son responsables del diseño de productos, servicios y contenidos creativos. Por último, se concluye que las industrias creativas generan la formación de grupos de altos ingresos en la ciudad.

Un reto pendiente es adaptar las mediciones del sector cultura desde una perspectiva económica, pero, de acuerdo con la revisión de los países de América Latina, estas mediciones todavía son incipientes, y dentro de estas, se presentan los casos de las mediciones de la publicidad o tecnologías, esto abarca el reto de interiorizar los conceptos propios de la época actual, temas como en el tema publicitario de redes, el pago por clic, visualizaciones, etc.

La mayor debilidad de las industrias creativas como catalizador del turismo son los recursos humanos, el acceso y el marketing, mientras que la mayor fortaleza de la industria creativa es el desarrollo de destinos turísticos y un aumento del nacionalismo

Los estudios de casos de desarrollo de ideas muestran que las estrategias deben ser sensibles al contexto local y seguir algunos principios básicos de diseño. Otro aporte de este trabajo de investigación está en poder esgrimir el concepto de ecosistema creativo, es decir que se debe visualizar como un todo, como un sistema que facilite el diseño y elaboración de políticas públicas que puedan estimular no sólo a la oferta y la demanda, sino que garanticen la adecuada interacción entre los diversos actores de este ecosistema. Esto implica considerar el desarrollo a un nivel industrial, en otras palabras, el desarrollo de toda una industria creativa, entendiendo la necesidad fundamental no sólo es la integración o concentración geográfica, sino la adecuada integración o interrelación entre las microempresas partes del ecosistema creativo, retomando el concepto de clústeres y ciudades creativos (smart cities) como subsistemas de un ecosistema creativo.

Aunque se recomienda que el Estado sea el principal propulsor de políticas que favorezcan el desarrollo de las industrias culturales, esto no quiere decir que únicamente se favorezca un desarrollo empresarial de las ciudades que fomenten los espectáculos o eventos culturales y deportivos, No se deben descuidar las necesidades sociales de educación infraestructura de salud ni de apoyo a la creatividad e innovación, por el contrario debe procurarse ampliar la base de acción de este impulso contemplando a las micro y pequeñas empresas, pues son estas las generadoras nuevos emprendimientos o start ups, pese al reto que conlleva su alto porcentaje de informalidad, las mypes generan un alto nivel de empleos, lo que las vuelve una muy importante alternativa para salir de la denominada trampa de la pobreza. En síntesis, la Economía Creativa se vuelve la vía para desarrollar la economía post covid-19 del Perú y de los países de América Latina. ¡Así sea!

REFERENCIAS

- [1] CEPAL, «Estudio Económico de América Latina y el Caribe 2021: dinámica laboral y políticas de empleo para una recuperación sostenible e inclusiva más allá de la crisis del COVID-19.» 2021. [En línea]. Available: <https://www.cepal.org/es/publicaciones/47192-estudio-economico-america-latina-caribe-2021-dinamica-laboral-politicas-empleo>.
- [2] E. Cavallo, A. Powell y T. Serebrisky, «De estructuras a servicios: El camino a una mejor infraestructura en América Latina y el Caribe (Resumen ejecutivo).» 2020. [En línea]. Available: <http://dx.doi.org/10.18235/0002505>.
- [3] V. Nuguer y A. Powell, «Políticas para combatir la pandemia.» 2020. [En línea]. Available: <https://flagships.iadb.org/es/MacroReport2020/Políticas-para-combatir-la-pandemia>.
- [4] UNCTAD, «Trade and Development Report 2021 From Recovery to Resilience: The Development Dimension.» 2021. [En línea]. Available: https://unctad.org/system/files/official-document/tdr2021_en.pdf.
- [5] V. Frisancho, P. Lavado y C. Liendo, «La formalización del empleo, la protección de las familias y la construcción de una sociedad más igualitaria.» 2020. [En línea]. Available: <http://dx.doi.org/10.18235/0002771>.
- [6] M. Deza y J. A. L. Hirs, «La finanzas públicas y la crisis por COVID - 19 en los países andinos.» 2020. [En línea]. Available: <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/28498/Las-finanzas-publicas-y-la-crisis-por-COVID-19-en-los-paises->

- andinos.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- [7] S. Boga y M. Topcu, «Creative economy: a literature review on relational dimensions, challenges, and policy implications,» 30 09 2020. [En línea]. Available: <https://sciendo.com/article/10.2478/eoik-2020-0014>.
- [8] A. Luzardo, D. De Jesús y M. Pérez, «Economía naranja: Innovaciones que no sabías que eran de América Latina y el Caribe,» 2017. [En línea]. Available: <https://publications.iadb.org/es/publicacion/17263/economia-naranja-innovaciones-que-no-sabias-que-eran-de-america-latina-y-el>.
- [9] L. Amarilla y L. González, «La implicancia del sector artístico-patrimonial de la Economía Naranja para el desarrollo económico de la ciudad de Encarnación,» 2019. [En línea]. Available: <http://revista.unibe.edu.py/index.php/rcei/article/view/386/330>.
- [10] C. Peña y L. Vargas, «The creative economy and the influence of foreign investment: Bogotá-Colombia case [Economía creativa: Influencia de la inversión extranjera en el crecimiento de Bogotá-Colombia,» 2021. [En línea]. Available: 10.52080/rvgluz.26.e6.18.
- [11] L. Triana, J. Triana, J. Díaz y V. Nauzán, «Economía naranja una aproximación a la cultura y el turismo en Colombia desde la teoría de juegos,» Julio 2020. [En línea]. Available: https://www.palermo.edu/negocios/cbrs/pdf/pbr21/PBR_21_02.pdf.
- [12] A. Gonzáles, «Economía del siglo XXI: Economía naranja,» 25 Agosto 2020. [En línea]. Available: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7687050>.
- [13] H. Saucedo, «La creatividad recurso económico: como estrategia de crecimiento,» 2020. [En línea]. Available: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2521-27372020000100004&lang=es.
- [14] S. Olmedo-Barchello, J. Cristaldo, G. Rodríguez, M. Da Silva, A. Acosta y O. Barrios, «Ciudades creativas y su aporte a la creación de un nuevo modelo de desarrollo económico, social y cultural. Una revisión de la literatura,» 17 Diciembre 2019. [En línea]. Available: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7428620>. [Último acceso: 17 Julio 2021].
- [15] A. López y J. Durango, «La Economía Naranja en Colombia,» Octubre 2019. [En línea]. Available: <https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tda/502/La%20Economia%20Naranja.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. [Último acceso: 17 Julio 2021].
- [16] C. Rodríguez, M. Achinelli, D. Ayala, G. Rodríguez y O. Barrios, «El Centro Histórico de Asunción. Paraguay como ciudad creativa: su impacto económico y social. Año 2018,» 29 Enero 2021. [En línea]. Available: <http://scielo.iics.una.py/pdf/pdfce/v27n52/2076-054x-pdfce-27-52-30.pdf>.
- [17] A. Pereira de Castro, E. Benini y M. Pasquotto, «La Economía Creativa en Brasil: El desarrollo del turismo local en el pantanal sur de Mato Grosso,» 2017. [En línea]. Available: <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180752116010.pdf>.
- [18] S. Garay, «Economía naranja colombiana en tiempos modernos,» 07 Noviembre 2017. [En línea]. Available: <https://journal.universidadean.edu.co/index.php/plou/article/view/1873/1724>. [Último acceso: 17 Julio 2021].
- [19] I. Jiménez, M. Millán y D. Suárez, «Efecto del valor agregado del consumo cultural: una aproximación a la economía naranja en Colombia,» 07 Noviembre 2017. [En línea]. Available: <https://journal.universidadean.edu.co/index.php/plou/article/view/1870/1731>. [Último acceso: 17 Julio 2021].
- [20] H. Zeng y L. Yang, «The Innovation and Development Path of Cultural and Creative Industries in Anhui Province, China: Nvivo12-Based Policy Text Analysis,» 2022. [En línea]. Available: 10.1155/2022/6202746.
- [21] C. Chapain y D. Sagot, «Cultural and creative clusters—a systematic literature review and a renewed research agenda,» 2020. [En línea]. Available: 10.1080/17535069.2018.1545141.
- [22] O. Brizhak y I. Romanets, «Creative potential in the development of national ecosystems,» 2021. [En línea]. Available: 10.1088/1755-1315/689/1/012004.
- [23] D. Nusraningrum y A. Pratama, «The tourism development through creative economy,» 2019. [En línea]. Available: 10.35940/ijeat.F1049.0986S319.
- [24] G. Richards, «Designing creative places: The role of creative tourism,» 2020. [En línea]. Available: 10.1016/j.annals.2020.102922.
- [25] F. Yu, «Development Strategy of Sports Culture Creative Industry Based on Computer Network,» 2020. [En línea]. Available: 10.1088/1742-6596/1533/2/022044.
- [26] A. Timarán, O. Ramón y A. María, «El emprendimiento cultural y su relación con los nuevos escenarios económicos y sociales,» 2022. [En línea]. Available: <https://doi.org/10.22267/rtend.222302.207>.
- [27] A. Luzardo y G. Funes, «Emprendimientos tecnocreativos: Creatividad y tecnología, ¿aliados o enemigos?,» 2019. [En línea]. Available: <https://publications.iadb.org/es/emprendimientos-tecnocreativos-creatividad-y-tecnologia-aliados-o-enemigos>.
- [28] J. Benavente y M. Grazzi, «Políticas públicas para la creatividad y la innovación: Impulsando la economía naranja en América Latina y el Caribe,» 2017. [En línea]. Available: <http://dx.doi.org/10.18235/0000841>.
- [29] C. Doustaly y V. Roy, «A Comparative Analysis of the Economic Sustainability of Cultural Work in the UK since the COVID-19 Pandemic and Examination of Universal Basic Income as a Solution for Cultural Workers,» 2022. [En línea]. Available: <file:///C:/Users/IBA%3C%91EZ/Downloads/jrfm-15-00196.pdf>.
- [30] M. Mujica, «Economía naranja: Impacto de las industrias creativas en el desarrollo de la región Arequipa, 2011,» 2019. [En línea]. Available: <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/9572>.
- [31] M. Guisán, M. Cancelo, I. Neira, E. Aguayo y P. Expósito, «Crecimiento económico en los países de la OCDE 2: modelos macroeconómicos y factores de desarrollo en Europa, USA, Japón, México y otros países, 1960-2000,» 2006. [En línea]. Available: <http://hdl.handle.net/10347/29441>.
- [32] PetrakisPanagiotis y K. Anna, «On the Micro-Foundations of Creative Economy: Life Satisfaction and Social Identity,» 2022. [En línea]. Available: <https://doi.org/10.3390/su14094878>.
- [33] A. García Zaballos, E. Iglesias Rodriguez, M. Cave, A. Elbittar, R. Guerrero, E. Mariscal y W. Webb, «El impacto de la infraestructura digital en las consecuencias de la COVID-19 y en la mitigación de efectos futuros,» 2020. [En línea]. Available: <http://dx.doi.org/10.18235/0002809>.
- [34] Y. Peña y M. Forero, «La era de la Economía Naranja,» 26 Febrero 2018. [En línea]. Available: <https://revistas.uniminuto.edu/index.php/Pers/article/view/1701/1611>. [Último acceso: 17 Julio 2021].
- [35] W. Zikmund y J. Barry, «Investigación de mercados. 9na. Edición. México,» 2009. [En línea]. Available: <https://acortar.link/wAJFJT>.
- [36] L. Melo, J. Rojas, J. Bermúdez y V. Ceballos, «Economía Naranja Una Aproximación A La Cultura Y El Turismo En Colombia Desde La Teoría De Juegos,» 2020. [En línea]. Available: <https://www.proquest.com/docview/2467630634/fulltext/D6EBBA225F7945EAPQ/3?accountid=36937&forcedol=true>.