



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA  
DE MÉXICO**

---

---

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**

**LA INNOVACIÓN EN LAS INDUSTRIAS CREATIVAS  
COMO UN FACTOR DE COMPETITIVIDAD Y  
DESARROLLO REGIONAL: LA ECONOMÍA CREATIVA EN  
GUADALAJARA, JALISCO**

**T E S I S**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:**

**LICENCIADO EN RELACIONES  
INTERNACIONALES**

**P R E S E N T A:**

**CÉSAR ABRAHAM AVILÉS CORTÉS**



**DIRECTORA DE TESIS:  
DRA. MARÍA JOSEFA SANTOS CORRAL**

**CIUDAD UNIVERSITARIA, 2016**

**CDMX**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



## **Agradecimientos**

A mi alma máter, la Universidad Nacional Autónoma de México y a la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, que me brindaron la oportunidad de aprender en sus aulas y me proporcionaron las herramientas para formarme en el ámbito académico y también para ser una mejor persona.

A mis padres, Yolanda Cortés y Alfonso Avilés, por su apoyo, sacrificios y amor incondicional. A ustedes, mi respeto, cariño y gratitud. Sin duda, este logro es también de ustedes. Espero algún día poder regresarles un poco de lo mucho que me han dado.

A mi hermano, Édgar Avilés, por su apoyo y compañía durante ésta y otras etapas de mi vida.

A Fernando Salmerón, Roberto Ruiz, Alexis Cuixihuitl, Alan Martínez, Brian Tello y Daniel Juárez, por todas las experiencias, aventuras, buenos y malos momentos que pasamos juntos. Los quiero hermanos.

A mis amigos, Sara Álvarez, Salvador Ulloa, Victor Villalba, Pablo García, Deni Rebolledo, Oswaldo Rodríguez, Ameyalli Gómez, Alejandra Saldaña, Miriam Lomas y Gilberto Vergara porque desde que nos conocimos en Prepa 9 se convirtieron en mi segunda familia y a pesar del tiempo, siguen siendo parte importante de mi vida.

A mis amigos de la facultad, por su amistad, apoyo e inolvidables momentos que compartimos a lo largo de esta etapa, especialmente a Aline Nolasco, Martha Martell, Raúl Acevedo y Mónica Cervantes.

A la doctora María Josefa Santos Corral, por su apoyo, entrega y compromiso como asesora de esta tesis, pero, sobre todo, por sus valiosas enseñanzas y confianza que me brindó a lo largo de la realización de la misma. Así mismo, agradezco su guía para la realización del trabajo de campo en la ciudad de Guadalajara.

A los profesores Ileana Margarita Cid Capetillo, Leticia Amalia Arroyo Peláez, Marco Antonio Lopátegui Torres y Francisco Alejandro Pedraza Cortés por su tiempo y valiosos comentarios que, sin duda, enriquecieron esta investigación

A la Coordinadora de análisis y gestión de proyectos de Ciudad Creativa Digital y a la Coordinadora de moda y tendencia de INTERMODA, por las entrevistas e información que me brindaron durante la realización del trabajo de campo en la ciudad de Guadalajara, Jalisco.

Finalmente, a mi familia, amigos y profesores que pasaron por mi vida y dejaron una marca, a los que ya no están y los que siguen, a todos ustedes porque, sin duda, ayudaron a forjar lo que soy en la actualidad.

A todos ustedes, ¡Gracias!

“Por mi raza hablará el espíritu”

## Índice

<b>Introducción</b> .....	1
<b>1. Marco teórico y conceptual</b> .....	6
1.1. Innovación.....	6
1.1.1. Clasificación.....	8
1.1.2. Importancia.....	10
1.1.3. Sistema Nacional de Innovación.....	12
1.1.4. Dimensiones sectorial y regional de los Sistemas Nacionales de Innovación .....	17
1.2. Desarrollo endógeno y competitividad .....	19
1.3. Capacidades tecnológicas para la conformación de un <i>cluster</i> de alta tecnología. ....	25
1.3.1. Definición de <i>cluster</i> .....	26
1.3.2. La industria de alta tecnología .....	29
1.3.3. Las industrias creativas .....	31
<b>2. Panorama general de la economía creativa a nivel internacional</b> .....	34
2.1. Importancia de las industrias creativas .....	34
2.2. Impacto en la economía internacional.....	41
2.3. La economía creativa como estrategia de desarrollo local .....	47
2.4. <i>Clusters</i> creativos en el mundo.....	52
2.4.1. Modelo estadounidense .....	53
2.4.1.1. <i>Silicon Valley</i> .....	54
2.4.1.2. ¿Es <i>Silicon Valley</i> un modelo que se puede imitar?.....	56
2.4.2. Modelo europeo.....	58
2.4.2.1. Las industrias creativas en Reino Unido.....	59
2.4.2.2. <i>London's Tech City</i> .....	60
2.4.3. Modelo del este asiático .....	62
2.4.3.1. La economía creativa en la República Popular China .....	63
2.4.3.2. <i>City of Design</i> , Shanghai .....	64

<b>3. La economía creativa en la ciudad de Guadalajara, Jalisco .....</b>	<b>67</b>
3.1. La economía creativa en México.....	67
3.2. La incidencia del Sistema Regional de Innovación en la construcción de Guadalajara como ciudad creativa.....	70
3.3. Capacidades tecnológicas de la región.....	77
3.4. El papel de los sectores público y privado en la consolidación de un <i>cluster</i> creativo .....	81
3.5. La economía creativa como estrategia de desarrollo y regeneración urbana .....	86
3.6. Principales retos en el desarrollo de empresas locales de desarrollo creativo .....	89
<b>Conclusiones .....</b>	<b>96</b>
<b>Anexo .....</b>	<b>102</b>
<b>Fuentes de consulta.....</b>	<b>104</b>

## Introducción

Esta investigación tiene como propósito estudiar uno de los sectores más recientes de la economía, el cual emplea a miles de personas, generando ganancias millonarias y donde las principales materias primas son la innovación y la creatividad de las personas. Se trata de la economía creativa, la cual, entendida como el conjunto de actividades que permiten transformar las ideas en bienes y servicios, surge ante la creciente necesidad de invertir en actividades de investigación y desarrollo y de integrarse a la sociedad del conocimiento.

El auge y desarrollo de este sector se debe en gran medida a la creación de ventajas competitivas y al alto valor agregado de este tipo de bienes y servicios. No obstante, para el desarrollo de esta investigación se parte de la hipótesis de que la importancia de esta industria radica más bien en la capacidad de los bienes y servicios creativos de convertirse en motores de crecimiento económico y desarrollo local.

En este sentido, el objetivo general de esta investigación es comprobar si el desarrollo de las industrias creativas a nivel regional puede convertirse en un motor de crecimiento y desarrollo en Guadalajara a la vez que, a través de la construcción de capacidades endógenas, permita posicionar a la región como un polo de desarrollo a nivel nacional e internacional. De esta manera, se estudian los principales factores que influyen en la consolidación de la economía creativa y que, a su vez, generan procesos de desarrollo local.

Sin duda, la economía creativa, nutrida por la revolución digital, se ha consolidado como un motor de crecimiento y desarrollo en ciudades como *Silicon Valley*, Londres y Bangalore, por mencionar algunos ejemplos. A partir de este presupuesto se busca ver la incidencia de este sector en Guadalajara ya que, al menos en el discurso, existen programas dirigidos a promover y fortalecer las industrias creativas locales. Hay que mencionar, además, que con base en esta concepción se ha promovido la idea de Guadalajara como el “*Silicon Valley* mexicano” y como un semillero de talento y referente en la creación de *startups* a nivel nacional.

Como punto de partida, con el objetivo de estructurar esta investigación, en el **primer capítulo** se presentan los principales elementos que intervienen en la conformación de un Sistema Regional de Innovación, así como las diferentes variables a tomar en cuenta para la construcción de un *cluster* o distrito industrial. Así mismo, se resalta la importancia del fortalecimiento de las capacidades tecnológicas como base para instrumentar una estrategia de este tipo.

En este sentido, a pesar de la utilidad que representa la conformación de un Sistema Nacional de Innovación, encontré que diversos autores reconocen que en la práctica los procesos de innovación son distintos no solo entre los países sino también al interior de ellos. En consecuencia, la idea de Sistema Regional de Innovación surge como una alternativa para identificar y aglutinar aquellos factores endógenos que permiten, a través del aprovechamiento de las condiciones locales, consolidar una verdadera estrategia de innovación.

Es preciso señalar, además, que esta tesis está enmarcada en el concepto de desarrollo endógeno, el cual surge como una alternativa a las políticas tradicionales de desarrollo. Con base en la teoría de desarrollo endógeno se busca explicar el desenvolvimiento de las regiones a partir de sus capacidades territoriales. Así mismo, se busca generar estrategias para la organización territorial de la producción que permitan un mejor aprovechamiento de las condiciones locales y que, a su vez, se traduzcan en crecimiento y desarrollo.

Con base en los postulados de los modelos de desarrollo endógeno busco comprobar que la conformación de dichas redes ha permitido el surgimiento de distritos industriales o *clusters* creativos, los cuales aprovechan la concentración geográfica para el desarrollo de ventajas competitivas. La complementariedad de actividades, la reducción de costos, la difusión de información y el estímulo a la competencia representan algunas de las ventajas que ofrecen dichos conglomerados frente a otras formas de organización industrial.

La mayor parte de los autores reconocen que la economía creativa promueve la vinculación entre el desarrollo económico y cultural de un país. No obstante, la experiencia ha demostrado que dichas estrategias son más efectivas a nivel local. En consecuencia, parto del supuesto de que el fortalecimiento de aquellos factores

que influyen en el desarrollo de capacidades locales, desde la formación de capital humano, hasta la inversión en infraestructura y tecnología, son relevantes en la instrumentación de un *cluster* creativo.

De ahí que en el informe sobre economía creativa de la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo de 2010 se afirme que "adecuadamente nutrida, la creatividad impulsa la cultura, infunde un desarrollo centrado en el hombre y constituye el ingrediente clave para la creación de empleo, la innovación y el comercio, al tiempo que contribuye a la inclusión social, la diversidad cultural y la sostenibilidad ambiental".<sup>1</sup>

En el **segundo capítulo** de este trabajo se estudia la importancia de la economía creativa a nivel internacional. En éste se caracterizan los distintos modelos de desarrollo de las industrias creativas a partir de los estudios de organismos como la UNESCO, la UNCTAD y el Banco Interamericano de Desarrollo. Así mismo, se hace una revisión de tres modelos regionales que sirven para estudiar la aplicación de dichas estrategias y que, de alguna manera, sirven de referencia para lo que se busca hacer en la ciudad de Guadalajara. Los modelos a estudiar son el europeo, el estadounidense y el del este asiático. Cabe señalar que en cada uno de los casos se resaltan sólo aquellos aspectos relevantes para este trabajo, los cuales permiten dar cuenta de las particularidades regionales que favorecieron la conformación de cada uno de los *clusters*.

Como se afirmó anteriormente, el agrupamiento de firmas enfocadas a la producción de contenido creativo se ha convertido en una alternativa para aquellas regiones que, por sus condiciones geográficas, políticas, económicas o sociales, favorecen la instrumentación de dichos conglomerados. En el mundo encontramos diversos clusters como Hollywood, Silicon Valley, Bollywood, London Tech City, Bangalore y Paris Saclay, por mencionar algunos.

Si bien es cierto que las condiciones y estrategias que permitieron la conformación de cada uno de estos *clusters* son distintas, una constante es la participación de actores, tanto públicos como privados, en la planeación e

---

<sup>1</sup> UNCTAD, *Economía creativa: Informe 2010*, Nueva York, 2010, p. 16 [en línea] Dirección URL: [http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103\\_sp.pdf](http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_sp.pdf) [Consulta: septiembre de 2015]

instrumentación de cada uno de estos distritos industriales. Así mismo, la disponibilidad de recursos humanos capacitados, el desarrollo de infraestructura y la presencia de capital fueron factores que han convertido a estos *clusters* en referentes para el resto del mundo.

En el caso mexicano, a pesar de que se han instrumentado políticas de ciencia y tecnología prácticamente en todos los sexenios desde 1982, persisten los problemas de ineficiencia y baja productividad. Encontramos que al igual que en la mayor parte de los países en desarrollo, uno de los principales problemas estructurales que tienen repercusión en la competitividad del país es la falta de vinculación entre las empresas, instituciones educativas y gobierno. Esta desvinculación, sin duda, ha impedido avanzar en el desarrollo de una agenda en términos de productividad que, a su vez, se traduzca en crecimiento y desarrollo económicos.

A pesar de la ausencia de políticas integrales a nivel nacional en el tema de la innovación, encontramos algunos esfuerzos regionales en la creación de distritos industriales o polos de desarrollo: el *cluster* aeronáutico en Querétaro, el *cluster* turístico en Quintana Roo, el *cluster* eléctrico en Jalisco y los *clusters* de autopartes en la región del Bajío son algunos ejemplos de dicha estrategia.

Por lo que se refiere a la industria creativa, la ciudad de Guadalajara ha tenido cierto impulso en este sector. En los últimos años, dicha urbe ha sido testigo de la instrumentación de estrategias para impulsar el desarrollo de empresas y proyectos encaminados a desarrollar esta industria; Ciudad Creativa Digital e Intermoda son tan solo algunas de las propuestas que buscan posicionarla como un importante productor de contenido creativo a nivel nacional e internacional.

En el **tercer capítulo** de esta investigación se hace una evaluación de las capacidades tecnológicas de la ciudad de Guadalajara en México con el fin de identificar aquellos elementos que favorecen la construcción de un *cluster* creativo. En este sentido, hago un estudio de las condiciones y capacidades territoriales de la ciudad para comprobar si en efecto podemos hablar de la conformación de un *cluster* creativo o, en caso contrario, nos encontramos ante el surgimiento de

diversos proyectos que actúan de forma aislada, sin ninguna vinculación con los sectores público y privado.

Para la elaboración de este apartado se llevó a cabo trabajo de campo en Guadalajara los días 27 y 28 de octubre de 2015; se realizaron entrevistas con la Coordinadora de moda y tendencia de INTERMODA y con la Coordinadora de Análisis y Gestión de Proyectos de Ciudad Creativa Digital. El objetivo principal de dichas entrevistas fue caracterizar dos de los proyectos más significativos en el campo de las industrias creativas en la ciudad; así mismo, se buscó tener una visión más amplia sobre lo que está sucediendo en términos de innovación y desarrollo de industrias creativas.

Se puede decir entonces que el conocimiento y la creatividad pueden convertirse en importantes motores de crecimiento en Guadalajara. No obstante, para el aprovechamiento de dicho potencial es preciso instrumentar estrategias que respondan a las necesidades de la región y que, en conjunto, contribuyan a la conformación de un medio innovador.

## 1. Marco teórico y conceptual

### 1.1. Innovación

Tomando en cuenta la complejidad del proceso de innovación y la diversidad de maneras que existen para innovar, es necesario definir dicho proceso a partir de distintas aproximaciones que nos permitan tener un concepto integral de lo que implica.

Los procesos de innovación están directamente relacionados con el desarrollo de la ciencia y la tecnología, no obstante, estos dos conceptos suelen confundirse. Felipe Lara Rosano hace una diferenciación y define a la ciencia como la “sistematización del conocimiento objetivo y de los procedimientos para adquirirlo”<sup>2</sup> y, por otra parte, define a la tecnología como el “conjunto de conocimientos específicos y procesos para transformar la realidad y resolver algún problema”.<sup>3</sup>

Por lo que se refiere a la tecnología, Pablo Mulás afirma que el objetivo fundamental del desarrollo tecnológico es la satisfacción de una demanda existente en la sociedad, y como consecuencia, el incremento del bienestar de sus miembros.<sup>4</sup> En este sentido, podemos afirmar que uno de los objetivos del desarrollo tecnológico, además de la generación de riqueza, es la creación de valor para la sociedad.

Por su parte, Hortensia Gómez y Gabriela Rico refieren que la trayectoria tecnológica se define como el “conjunto de soluciones discretas adoptadas o realizadas para responder a problemas específicos”.<sup>5</sup> Estas soluciones dependen de las capacidades tecnológicas y están asociadas con la acumulación de conocimiento. La OCDE, por su parte, destaca el papel relevante que tiene la tecnología en el desarrollo económico de los países. De este modo, refiere que la

---

<sup>2</sup> Felipe Lara (coordinador), *Tecnología: conceptos, problemas y perspectivas*, México, Siglo veintiuno editores, 1998, p. 7.

<sup>3</sup> *Ídem*.

<sup>4</sup> Pablo Mulás, “La tecnología en los desarrollos social y económico” en Felipe Lara (coordinador), *Op.cit.*, p. 49.

<sup>5</sup> Hortensia Gómez y Gabriela Rico. “El paradigma de biotecnología y medicina genómica ¿un obstáculo o una oportunidad de integración para la industria farmacéutica mexicana?” en Adriana Martínez, et al, *Innovación y competitividad en la Sociedad del Conocimiento*, México: Plaza y Valdez, 2009. p. 77.

tecnología es la aplicación del conocimiento en la manera de convertir los recursos en productos.<sup>6</sup>

Una vez definidos los conceptos de ciencia y tecnología es preciso señalar cómo influyen en el proceso de innovación. A Joseph Schumpeter se le atribuye ser el primero en identificar a la innovación como el motor del cambio económico. En su libro *Teoría del desarrollo económico*, publicado en 1911, el autor define a las innovaciones como nuevas combinaciones de recursos productivos. Así mismo, señala que estas innovaciones se presentan en cinco formas principales:

1. La introducción en el mercado de un nuevo producto o de una nueva calidad de un producto ya existente;
2. La introducción de un nuevo método de producción;
3. La apertura de un nuevo mercado;
4. El desarrollo de una nueva fuente de suministro de materias primas o productos semielaborados y
5. Los cambios en la organización industrial.<sup>7</sup>

Por otra parte, Lara Rosano define a la innovación como la “adopción por parte de una sociedad dada de un nuevo producto o proceso, generado y desarrollado en su seno, que le permite mejorar la solución de uno de sus problemas”.<sup>8</sup> A su vez, Sergio A. Berumen la define como “la aplicación novedosa de los conocimientos y que éstos redunden en beneficio económico”.<sup>9</sup> De acuerdo al autor, las innovaciones tienen dos características principales a saber: rompen con los esquemas establecidos a través de la aplicación novedosa de conocimientos y son el resultado de un proceso que inicia con una nueva idea, continúa con el desarrollo y producción de dicha idea y, finalmente, termina con la comercialización y puesta en el mercado del nuevo producto, proceso o servicio.<sup>10</sup>

---

<sup>6</sup> OECD, *Productivity Manual: A Guide to the Measurement of Industry-Level and Aggregate Productivity Growth*, OECD, Paris, March 2001, Annex 1 – Glossary [en línea] Dirección URL: <http://www.oecd.org/std/productivity-stats/2352458.pdf> [Consulta: mayo de 2015]

<sup>7</sup> Joseph Schumpeter, *Teoría del desenvolvimiento económico: una investigación sobre ganancias, capital, crédito, interés y ciclo económico*, México, Fondo de Cultura Económica, 2ª ed., 1997, p. 34.

<sup>8</sup> Felipe Lara, *op. cit.*, p. 16.

<sup>9</sup> Sergio A. Berumen, *Valor estratégico de la innovación*, México, Trillas, 2014, p. 19.

<sup>10</sup> *Ídem*.

Acorde con esta misma línea, en el *Manual de Oslo*, desarrollado conjuntamente por Eurostat y la OCDE, se define la innovación de una manera más amplia como “la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores”.<sup>11</sup> En dicho manual se señala también que “todas las operaciones científicas, tecnológicas, organizativas, financieras y comerciales que conducen, o tienen por objeto conducir, a la introducción de innovaciones forman parte de lo que denomina como actividad innovadora”.<sup>12</sup> Cabe señalar que algunas de estas actividades no son innovadoras por sí mismas, no obstante, contribuyen a la introducción de innovaciones.

Dicho brevemente, podemos definir a la innovación como aquel proceso que signifique un cambio o mejora de un producto o proceso y que, además, a través de su explotación y comercialización, genere cierta ganancia. Este último punto es importante ya que una innovación se distingue de cualquier invención en tanto se produzcan transacciones comerciales en torno a dicha innovación a partir de su introducción al mercado.

### **1.1.1. Clasificación**

Por lo que se refiere a las diferentes maneras de innovar, es preciso señalar que no todas las innovaciones son iguales y, mucho menos, tienen los mismos efectos. De acuerdo a la OCDE, toda innovación puede estudiarse desde diferentes dimensiones:

- El grado de novedad
- El tipo de innovación (producto o proceso)
- El impacto de la innovación (radical o incremental)

---

<sup>11</sup> OCDE/ Eurostat. *Manual de Oslo: guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación*. [en línea] Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos y Oficina de Estadísticas de las Comunidades Europeas, Tercera edición, Dirección URL: [http://www.uis.unesco.org/Library/Documents/OECDosloManual05\\_spa.pdf](http://www.uis.unesco.org/Library/Documents/OECDosloManual05_spa.pdf) [Consulta: marzo de 2015]

<sup>12</sup> *Ídem*.

- La fuente de la innovación (tecnológica o no tecnológica)<sup>13</sup>

En primer lugar, por definición, toda innovación implica cierto grado de novedad, el cual, de acuerdo al *Manual de Oslo*, se configura bajo tres formas: nuevo para la empresa, nuevo para el mercado y nuevo para el mundo entero.<sup>14</sup> Dicho de otra manera, el grado de innovación va a depender del grado de penetración que tenga dicha invención, ya sea en la empresa que la desarrolla, en un mercado específico o para el mundo entero.

En relación con el tipo de innovación, se la considera en un producto a la introducción al mercado de uno nuevo (bien o servicio) cuyas características o uso son distintas a las ya existentes o cuyo funcionamiento ha sido mejorado o perfeccionado. En cambio, una innovación en proceso se refiere a la adopción de métodos de producción y de distribución, nuevos o significativamente mejorados, cuya finalidad es, en la mayoría de los casos, incrementar los niveles de productividad y competitividad.<sup>15</sup>

En el *Manual de Oslo* se incluyen, además, otros dos tipos de innovación: de organización y de mercadotecnia. En el primero de los casos se refiere a la introducción de un nuevo método organizativo en las prácticas de una empresa, ya sea con el objeto de reducir los costos administrativos o de incrementar la productividad, en tanto que las innovaciones en mercadotecnia implican la puesta en práctica de nuevos métodos de comercialización, entendidos como cambios en el diseño, envasado, promoción y colocación de los productos.<sup>16</sup>

En relación con el impacto de la innovación, cabe señalar que cuando hablamos de innovaciones radicales nos referimos a la invención de un nuevo

---

<sup>13</sup> OCDE, The innovation policy platform, Innovation definitions and fundamentals [en línea] Dirección URL: <https://www.innovationpolicyplatform.org/content/innovation-definitions-and-fundamentals> [Consulta: marzo de 2015]

<sup>14</sup> OCDE/ Eurostat, *Manual de Oslo*, op. cit

<sup>15</sup> Hernán Jaramillo, Gustavo Lugones y Mónica Salazar, *Normalización de indicadores de innovación tecnológica en América Latina y el Caribe "Manual de Bogotá"* [en línea] Red Iberoamericana de Indicadores de Ciencia y Tecnología (RICYT) / Organización de Estados Americanos (OEA) / PROGRAMA CYTED, Dirección URL: [http://www.uis.unesco.org/Library/Documents/Bogota%20Manual\\_Spa.pdf](http://www.uis.unesco.org/Library/Documents/Bogota%20Manual_Spa.pdf) [consulta: marzo de 2015]

<sup>16</sup> OCDE/ Eurostat, *Manual de Oslo*, op. cit.

producto o servicio, en tanto que una de tipo incremental se da cuando se explota una tecnología o producto ya existente, mejorando sus características o funciones.<sup>17</sup>

En este sentido, Felipe Lara refiere que el progreso tecnológico está sustentado en el desarrollo de lo que denomina “tecnologías centrales”, las cuales surgen en torno a un fenómeno específico de tipo físico, químico o biológico; algunos ejemplos de tecnologías centrales son el rayo láser, la computación digital, la inteligencia artificial, etc. Por otra parte, las “tecnologías específicas” son las encargadas de aplicar dicha tecnología central para la solución de un problema en específico.<sup>18</sup>

En esta clasificación se distinguen también las innovaciones tecnológicas de las no tecnológicas o administrativas. Fariborz Damanpour señala que las primeras están relacionadas con las mejoras en los procesos y productos, en tanto que las segundas tienen que ver con el funcionamiento y organización de las empresas.<sup>19</sup> En las empresas, la implementación de estas últimas supone cambios en las reglas, procedimientos y estructuras que permiten una reducción de costos y un aumento de la eficiencia.

### 1.1.2. Importancia

Hasta hace algunos años la innovación era vista como un tema secundario en los procesos de producción. Esta concepción se ha ido modificando debido a la creciente importancia que han adquirido las actividades de investigación y desarrollo (I+D) en la construcción de ventajas competitivas. En definitiva, la innovación tecnológica se ha convertido en una de las formas más útiles de captar ganancias.

Actualmente son los países más desarrollados los que invierten más recursos en este rubro. De acuerdo a datos del Banco Mundial, países como Dinamarca, Finlandia, Israel, Japón y Suecia dedican más de 3% de su Producto Interno Bruto

---

<sup>17</sup> *Ídem.*

<sup>18</sup> Felipe Lara, *op. cit.*, p. 9.

<sup>19</sup> Fariborz Damanpour y William M. Evan, *Organizational Innovation and performance: the problem of “organization lag”* [en línea] Nueva York, Cornell University, Administrative Science Quarterly Vol. 29, No. 3 (Sep., 1984), pp. 392-409, Dirección URL: <http://www.jstor.org/stable/2393031> [consulta: marzo de 2015]

a la investigación y desarrollo, mientras que países como Cabo Verde, El Salvador y Guatemala gastan menos de 0.1% de su PIB en este sentido.<sup>20</sup> No obstante, este cambio de percepción ha sido más evidente en las empresas ya que son estas las que dirigen en mayor medida las actividades de investigación y desarrollo en el mundo.

El emprendimiento de proyectos de I+D con la finalidad de impactar en los mercados nacionales e internacionales se ha convertido en una de las prioridades para una buena parte de las empresas. En este sentido, resulta de capital importancia para ellas el diseño de estrategias que contemplen tanto los aspectos internos (capacidades técnicas y costos de producción), como el entorno competitivo del destino de sus exportaciones.<sup>21</sup>

En efecto, los procesos de crecimiento y desarrollo están determinados por múltiples factores. Acorde con esto, Joseph Schumpeter explica el proceso de producción con base en la combinación de fuerzas productivas, las cuales, a su vez, están compuestas por fuerzas materiales e inmateriales.

En el caso de las fuerzas materiales se refiere a los factores de producción tradicionales (tierra, trabajo y capital) en tanto que las fuerzas inmateriales tienen que ver con los “hechos técnicos” y los “hechos de organización social”, los cuales, en conjunto con los factores materiales, determinan el desarrollo económico.<sup>22</sup> La innovación, junto con las actividades de investigación y desarrollo se encuentran dentro de las fuerzas inmateriales.

En consonancia con lo planteado, para el autor existe una distinción clara entre crecimiento y desarrollo. Las fuerzas materiales (factores de producción) son denominadas como “componentes del crecimiento económico” mientras que las fuerzas inmateriales (tecnología, innovación y ambiente socio-cultural) son denominadas como “fuerzas del desenvolvimiento económico”.<sup>23</sup> El crecimiento económico se explica entonces con el incremento de los factores de producción

---

<sup>20</sup> Datos del Banco Mundial (2010-2014) Gasto en investigación y desarrollo (% del PIB) [en línea] Dirección URL: <http://datos.bancomundial.org/indicador/GB.XPD.RSDV.GD.ZS> [Consulta: marzo de 2015]

<sup>21</sup> Sergio A. Berumen, *Valor estratégico de la innovación*, op. cit., p. 63.

<sup>22</sup> Joseph Schumpeter, *Teoría del desenvolvimiento económico: una investigación sobre ganancias, capital, crédito, interés y ciclo económico*, México. Fondo de Cultura Económica, 2ª ed., 1997, p. 25.

<sup>23</sup> *Ídem*.

(cuantitativo) en tanto que el desarrollo económico tiene que ver con un proceso dinámico determinado por la tecnología y las fuerzas socio-culturales (cualitativo).

A grandes rasgos, para Joseph Schumpeter, “la fuerza fundamental que mueve la producción capitalista es el fenómeno tecnológico y con él, el proceso de innovación tecnológica”.<sup>24</sup> Cabe señalar que para el autor, son las innovaciones radicales las que tienen la capacidad de provocar un cambio “revolucionario” que transforme las relaciones sociales y económicas.<sup>25</sup> En definitiva, los avances científico-tecnológicos se han convertido en una fuente de poder en tanto favorecen el desarrollo económico y la posición de los Estados para competir a nivel internacional.

En síntesis, las empresas más dinámicas de la economía internacional han visto en la innovación una herramienta para potenciar sus ventas. La decisión de incursionar en esta actividad, por su propia naturaleza, tiene un carácter estratégico puesto que la capacidad tecnológica y la inversión en actividades de I+D se han convertido en la principal fuente de ventajas competitivas de las empresas. Cabe señalar que las inversiones en innovación, además de buscar la creación de valor, buscan asegurar su permanencia en el mercado.

### 1.1.3. Sistema Nacional de Innovación

El concepto de Sistema Nacional de Innovación (SNI) surge ante la preocupación de los países más desarrollados por el aumento de los costos de producción, la escasez de recursos y la importancia creciente que tienen las actividades de innovación para creación de ventajas competitivas.<sup>26</sup> En este sentido, con miras a fortalecer la capacidad tecnológica de las empresas, este elemento ha adquirido un sentido nacional, dando cabida a la construcción de un SNI.

---

<sup>24</sup> *Ídem.*

<sup>25</sup> Omar Montoya, *Schumpeter, innovación y determinismo tecnológico* [en línea] Colombia, Universidad Tecnológica de Pereira, agosto de 2004, Dirección URL: <file:///C:/Users/C%C3%A9sar%20Avil%C3%A9s/Downloads/Dialnet-SCHUMPETERINNOVACIONYDETERMINISMOTECNOLOGICO-4842897.pdf> [Consulta: abril de 2015]

<sup>26</sup> José Luis Solleiro (Coordinador), *El sistema nacional de innovación y la competitividad del sector manufacturero mexicano*, México, Plaza y Valdés, 2006, p. 9.

Carlota Pérez afirma que las diferentes políticas nacionales en este sentido surgen ante la inexistencia de una estrategia integral que dirija, coordine y planifique los distintos elementos que impulsan la competitividad de las economías a través de cambios en el aparato productivo.<sup>27</sup> Todas estas políticas se concentran en el concepto de “Sistema Nacional de Innovación”, introducido por Bengt-Ake Lundvall y Christopher Freeman.

En términos de Bengt-Ake Lundvall, un SNI está formado por “todas las partes y aspectos de la estructura económica, así como del establecimiento institucional que afecta el aprendizaje, la adquisición y explotación de conocimientos. De esta manera, el aprendizaje tecnológico tiene lugar por la interacción de un sistema productivo, un sistema de mercado y un sistema financiero”.<sup>28</sup> El autor pone énfasis en las interacciones entre los diferentes actores que intervienen en el proceso de innovación, destacando que éstas se llevan a cabo principalmente en el ámbito nacional.

Christopher Freeman define a los Sistemas Nacionales de Innovación como: la red de instituciones de los sectores público y privado, cuyas actividades e interacciones conciben, generan, importan, modifican y difunden nuevas tecnologías. Esta red no incluye sólo a aquellas instituciones directamente involucradas en las actividades de investigación y desarrollo, sino todos los medios a través de los cuales son administrados y organizados los recursos disponibles, tanto en el nivel empresarial como en el nacional.<sup>29</sup>

José Luis Solleiro considera que una de las ventajas del concepto de SNI es que facilita la comprensión de la interacción entre empresas e instituciones generadoras de conocimiento, así como los patrones de cambio tecnológico que

---

<sup>27</sup> Carlota Pérez, *Nueva Concepción de la Tecnología y sistema nacional de innovación* [en línea] Caracas, Cuadernos de CENDES, Año 13 N° 31, Segunda Época, enero-abril de 1996, pp.9-33, Dirección URL: [http://www.carlotaperez.org/downloads/pubs/CENDES\\_Nva\\_concep\\_de\\_Tech\\_y\\_SNI\\_1996.pdf](http://www.carlotaperez.org/downloads/pubs/CENDES_Nva_concep_de_Tech_y_SNI_1996.pdf) [Consulta: abril de 2015]

<sup>28</sup> Bengt-Ake Lundvall, *Product Innovation and Use-producer Interaction*, Aalborg, University Press, 1985, p. 18.

<sup>29</sup> Christopher Freeman, *Technology Policy and Economic Performance: Lessons from Japan*, Londres, Pinter Publishers, 1987, p. 26.

surgen a partir de dicha interacción. De ahí que el concepto de SNI resulte útil para el diseño de las políticas tecnológica e industrial.<sup>30</sup>

De acuerdo a Dominique Vinck, el concepto de Sistema Nacional de Innovación debe tomar en consideración el sistema de formación, la organización de la investigación, las reglas que rigen los mercados de empleo, la intervención del Estado y la organización industrial y financiera.<sup>31</sup> El autor también considera a los “sistemas sociales de innovación” definidos como el “conjunto de rutinas, procedimientos e instituciones que rigen los comportamientos en materia de innovación”.<sup>32</sup> En este sentido, Dominique Vinck distingue cuatro sistemas sociales de innovación:

- a) Sistema de mercado: el mercado es el principal organizador de las instituciones y de los procesos de desarrollo científico y tecnológico. En este modelo las patentes y derechos de autor juegan un papel fundamental en la “individualización de los beneficios de la innovación”.<sup>33</sup> Los principales países que llevan a cabo sistemas de innovación de este tipo son: Estados Unidos, Canadá y Australia.
- b) Sistema de integración: aquí las instituciones juegan el papel principal al ser las encargadas de dar forma a los circuitos económicos (oferta y demanda), no obstante, los procesos de investigación están desligados del desarrollo de productos; la innovación está dirigida básicamente al desarrollo de infraestructura y de bienes públicos. La mayor parte de los países poseen sistemas de este tipo.
- c) Sistema social demócrata: la investigación y la innovación están dirigidos básicamente a la solución de problemas sociales y económicos. El principio que rige las relaciones entre las instituciones y la sociedad es de igualdad, además de que dan especial importancia a las consecuencias de la innovación en la sociedad y el medio ambiente.

---

<sup>30</sup> José Luis Solleiro (Coordinador), *El sistema nacional de innovación y la competitividad del sector manufacturero mexicano*, op. cit., p. 10.

<sup>31</sup> Dominique Vinck. “Ciencia y sociedad una relación compleja” en *Ciencias y Sociedad*, México, Gedisa, 2014, p. 44.

<sup>32</sup> *Ídem*.

<sup>33</sup> *Ídem*.

- d) Sistema corporativista: las grandes empresas son las encargadas de dirigir los esfuerzos de desarrollo científico y tecnológico. La innovación está generalmente desligada de la sociedad y orientada directamente a mejoramiento de productos y procesos de una empresa en específico.<sup>34</sup>

Uno de los principales debates en la instrumentación de SNI se refiere al papel de los sectores público y privado. En general, se suele pensar que el Estado es el menos indicado para participar en las actividades de innovación ya que no funciona al igual que una empresa, la cual invierte y arriesga su capital e incluso se juega su propia existencia. Sin embargo, hay que reconocer que el Estado es fundamental en el establecimiento de reglas, específicamente en el establecimiento de políticas que promuevan la coordinación entre los sectores público y privado.<sup>35</sup>

Para hablar de innovación, es preciso contar con una política de Estado que apoye, desde la formación de investigadores hasta el financiamiento de proyectos prometedores. En este sentido, el Estado debe funcionar como agente aglutinador de los esfuerzos de los diferentes actores que intervienen en una estrategia de innovación.

En definitiva, los esfuerzos del Estado a través de la instrumentación de políticas públicas quedan incompletos si no se cuentan con los recursos económicos necesarios. Dicho de otra manera, el financiamiento es tan importante como la invención misma. Cabe señalar que la falta de recursos económicos es uno de los principales problemas que dificulta la instrumentación de un sistema de innovación.

Por lo que se refiere al sector privado, como ya se ha mencionado anteriormente, las empresas han visto en la innovación una alternativa viable para la construcción de ventajas competitivas. En este sentido, el sector privado ha contribuido de forma importante en el diseño de estrategias empresariales, enfocadas principalmente en la consolidación de las empresas en el mercado a través de inversiones en I+D.<sup>36</sup>

---

<sup>34</sup> *Ídem.*

<sup>35</sup> Sergio A. Berumen, *op. cit.*, p. 119.

<sup>36</sup> OECD/ Eurostat, *Manual de Oslo: guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación*, *op. cit.*, p. 160.

La producción de conocimientos se ha acelerado de forma exponencial en los últimos años; la importancia que ha adquirido se explica por el surgimiento de nuevas tecnologías, las cuales permiten crear, almacenar y compartir dicho conocimiento. De ahí que diversos autores hayan denominado a este proceso como “sociedad del conocimiento”, lo cual conlleva importantes implicaciones en las relaciones sociales, económicas, culturales y políticas.

Dicho lo anterior, cabe señalar que uno de los elementos que da sentido al Sistema Nacional de Innovación es el conocimiento. De esta manera, las instituciones educativas y centros de investigación se convierten en parte nodal en la construcción de una economía basada en el conocimiento ya que, al igual que en las grandes empresas, en ellas se llevan a cabo las principales actividades de investigación y desarrollo.

De ahí que Peter Drucker defina a la sociedad del conocimiento como “una sociedad en la que el recurso básico es el conocimiento y la clase social dominante será la de los trabajadores del conocimiento”.<sup>37</sup> Eduardo Bueno, por su parte, la define como “una sociedad en la que los ejes que construyen su estructura y comportamiento se basan en el conocimiento, en todas sus dimensiones, en el talento y en la imaginación”.<sup>38</sup>

La formación y capacitación de los recursos humanos es otro de los elementos que va a influir en el éxito o fracaso de la instrumentación de un SNI. En este sentido, el capital humano se define como “los conocimientos, habilidades, competencias y atributos incorporados a los individuos que facilitan la creación de bienestar personal, social y económico”.<sup>39</sup> Dicho de otra forma, el capital humano es el único capaz de generar las innovaciones que permiten desarrollar cada vez más altos niveles de productividad, de ahí su importancia en el SNI.

En definitiva, el desarrollo de recursos humanos adquiere relevancia a medida que la competitividad de la empresa va dependiendo más de su capacidad

---

<sup>37</sup> Peter Drucker, “The next society”, en *The Economist*, Nueva York, noviembre del 2001, pp. 4.

<sup>38</sup> Eduardo Bueno, “Los parques científicos y tecnológicos en la sociedad del conocimiento”, en *Revista de Gestión de la Innovación*, Madrid, noviembre del 2011, pp. 52.

<sup>39</sup> Bryan Keeley, *Capital humano: cómo influye en su vida lo que usted sabe* [en línea] OCDE, 2007, p. 31, Dirección URL: [http://www.oecd-ilibrary.org/education/capital-humano\\_9789264064652-es](http://www.oecd-ilibrary.org/education/capital-humano_9789264064652-es) [Consulta: abril de 2015]

de innovación. En palabras de Carlota Pérez, “cada vez se hace más evidente que los recursos humanos son el activo más importante que posee una empresa para competir con éxito”.<sup>40</sup>

Así, por ejemplo, se estima que en Japón casi la mitad de los postgrados son organizados dentro de las grandes empresas, mientras que en Estados Unidos han proliferado las universidades corporativas, entendidas como instituciones educativas que surgen ante la necesidad de formar personal especializado que sea capaz de desarrollar estrategias que permitan incrementar la competitividad de una empresa en específico.<sup>41</sup>

Podemos condensar lo dicho hasta aquí diciendo que la instrumentación de un SNI implica el trabajo en conjunto de múltiples actores, los cuales, a su vez, están condicionados por factores que no necesariamente están directamente relacionados con el proceso de innovación pero que determinan el éxito o fracaso de una estrategia de este tipo.

En suma, la instrumentación de un SNI involucra complejas interrelaciones entre los sectores público y privado, además de los sectores educativo, científico y productivo, las cuales deben estar reguladas por políticas públicas en materia de promoción, propiedad intelectual, políticas ambientales, financiamiento, entre otras. Cabe señalar que la preminencia de uno por encima del otro en exceso obstaculiza uno de los objetivos de la innovación, la creación de valor para la sociedad.

#### **1.1.4. Dimensiones sectorial y regional de los Sistemas Nacionales de Innovación**

Diversos autores han reconocido la necesidad de profundizar en el concepto de Sistema Nacional de Innovación incorporando las dimensiones regional y sectorial. A partir del estudio de los diversos sectores productivos de la economía se ha buscado identificar aquellos elementos del cambio técnico y la innovación que le son propios a cada uno de ellos.<sup>42</sup> Con base en esta idea, Franco Marleba define a los sistemas sectoriales de innovación y producción como “el conjunto de agentes

---

<sup>40</sup> Carlota Pérez, *op. cit.*, p. 6.

<sup>41</sup> *Ídem.*

<sup>42</sup> José Luis Solleiro, *op. cit.*, p. 29.

heterogéneos que llevan a cabo relaciones comerciales y no comerciales para la generación, adopción y uso de tecnologías y para la creación, producción y uso de productos que pertenecen a un sector”.<sup>43</sup>

Jose Luis Solleiro identifica a los regímenes de aprendizaje y los patrones de innovación como los elementos básicos del sistema sectorial. De acuerdo al autor, a través de estos dos elementos es posible comprender las relaciones entre los agentes, así como el funcionamiento y dinámica de los patrones de cambio.<sup>44</sup>

Por lo que se refiere a la dimensión regional, a partir de diferentes enfoques se ha buscado determinar cómo es que ocurre el proceso de creación y transferencia de conocimientos considerando el espacio geográfico en que se desarrollan. No obstante, encontramos que el primer inconveniente es la delimitación de una región.

En este sentido, Philip Cooke define una región como sistemas de gobierno sólo por debajo de los gobiernos nacionales y por encima de los gobiernos locales, como podría ser un estado federal o provincia.<sup>45</sup> Así mismo, el autor resalta la importancia que tienen las instituciones locales en las actividades de innovación.

Acorde con este planteamiento, Philip Cooke es uno de los primeros en estudiar la idea de Sistemas Regionales de Innovación, los cuales define como “la integración de características superestructurales e infraestructurales que interactúan entre sí para la generación y explotación del conocimiento, ligados a otros sistemas regionales, nacionales y mundiales para la comercialización del nuevo conocimiento”.<sup>46</sup>

En este sentido, las características infraestructurales se refieren a las instituciones encargadas de la creación de nuevo conocimiento: centros de

<sup>43</sup> Franco Marleba, *Sectorial systems of innovation and production*, Documentos de trabajo ESSY, núm. 1, CESPRI Bocconi University, Italia, Dirección URL: <http://www.cespri.uni-bocconi.it> [Consulta: abril de 2015]

<sup>44</sup> José Luis Solleiro, *op. cit.*, p. 30.

<sup>45</sup> Philip Cooke, *Strategies for regional innovation systems, learning transfer and applications* [en línea] Centre for Advanced Studies, Cardiff University, 2001, Dirección URL: [http://www.paca-online.org/cop/docs/P\\_Cooke\\_Strategies\\_for\\_regional\\_innovation\\_systems.pdf](http://www.paca-online.org/cop/docs/P_Cooke_Strategies_for_regional_innovation_systems.pdf) [Consulta: abril de 2015]

<sup>46</sup> Philip Cooke, “Regional Innovation Systems”, en Mikel Navarro Arancegui, *Los sistemas regionales de innovación, una revisión crítica* [en línea] Ekonomiaz, 2009, Dirección URL: <http://www.ogasun.ejgv.euskadi.net/r51-k86aekon/es/k86aEkonomiazWar/ekonomiaz/getArticulosPubl?idPubl=65> [Consulta: abril de 2015]

investigación, universidades, agencias de transferencia tecnológica, etc. En cambio, las características supraestructurales se refieren a las instituciones encargadas de la producción, explotación y comercialización de los nuevos bienes o servicios que se generan a partir de ese nuevo conocimiento.<sup>47</sup>

Otro de los autores que ha estudiado los Sistemas Regionales de Innovación es Jeremy Howells, quien identifica cinco procesos que deben ser considerados para el análisis de la innovación a nivel regional: patrones de comunicación locales relacionados con los procesos de innovación; procedimientos de exploración y búsqueda locales relacionados con la innovación y la tecnología; patrones de inversión y aprendizaje local; distribución del conocimiento y desempeño de innovación locales.<sup>48</sup>

En suma, ante la ineficacia de los SNI desarrollados en algunos países y, teniendo en cuenta que los procesos de innovación son distintos no solo entre los países sino también al interior de ellos, la idea de Sistema Regional de Innovación surge como alternativa para identificar los elementos locales que intervienen y definen las actividades de innovación. A partir de dicha concepción se busca generar políticas públicas de gestión de la tecnología encaminadas al aprovechamiento de las condiciones de una región en específico.

## **1.2. Desarrollo endógeno y competitividad**

El tema de la innovación como elemento fundamental para el crecimiento y desarrollo ha sido abordado por diferentes autores. La mayor parte de ellos señalan que las capacidades endógenas de generación de conocimiento a través de la investigación y desarrollo (I+D) representan uno de los principales factores que determinan la productividad y competitividad de una región.

Robert Solow fue uno de los primeros en estudiar los factores que contribuyen a incrementar la productividad de una economía. En su modelo, el autor pretende explicar el crecimiento económico a partir del progreso tecnológico. Dicho

---

<sup>47</sup> *Ídem.*

<sup>48</sup> Jeremy Howells, "Regional systems of innovation", en Daniele Archibugi, Jeremy Howells y Jonathan Michie, *Innovation policy in a global economy*, Cambridge University Press, Reino Unido, 1999, pp. 67-93.

brevemente, para el autor, “los rendimientos decrecientes del capital imponen un límite a la acumulación y al mismo crecimiento económico. Por lo tanto, sólo el progreso técnico puede contrarrestar la tendencia decreciente del capital y propiciar que se mantenga su rendimiento”.<sup>49</sup>

Con respecto al modelo de Robert Solow, Antonio Vázquez Barquero señala que uno de los elementos a destacar es que contrario a los recursos naturales y el capital, los cuales responden a la ley de rendimientos decrecientes, la innovación y el conocimiento siempre tienen rendimientos crecientes.<sup>50</sup> En este sentido, la capacidad creativa aparece como uno de los factores que genera más ganancias y crea mayores ventajas competitivas.

Por lo que se refiere al tema del desarrollo, es evidente que dicho concepto ha evolucionado a través del tiempo. De acuerdo a la CEPAL, el desarrollo se expresa en el aumento del bienestar material, normalmente reflejado en el alza del ingreso real por habitante, y condicionado por el incremento de la productividad media del trabajo. Este incremento se considera dependiente de la adopción de métodos de producción indirectos cuyo uso implica el aumento de la dotación de capital por hombre ocupado. A su vez, la mayor densidad de capital se va logrando a medida que la acumulación se lleva a cabo impulsada por el avance técnico, necesario para asegurar su continuidad.<sup>51</sup>

Por su parte, Joseph Schumpeter define el desarrollo como “un fenómeno dinámico y no estático que implica, contrario al crecimiento económico, que es únicamente una alteración de los datos, un proceso de transformación cualitativa de la sociedad y de la economía”.<sup>52</sup> En este mismo sentido, Antonio Vázquez-Barquero señala que el desarrollo es un proceso complejo que transforma el territorio desde

---

<sup>49</sup> Robert Solow, *La teoría del crecimiento*, Fondo de Cultura Económica, México, 1992, p. 34.

<sup>50</sup> Antonio Vázquez-Barquero, “Desarrollo en endógeno y globalización” en *EURE (Santiago)*, vol. 26, no. 79, 2000 [en línea] Dirección URL: [http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0250-71612000007900003&script=sci\\_arttext#Quigley\\_1998](http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0250-71612000007900003&script=sci_arttext#Quigley_1998) [Consulta: mayo de 2015]

<sup>51</sup> Octavio Rodríguez, *La teoría del subdesarrollo de la CEPAL*, Siglo XXI, 8ª edición, México, 1993, p. 25 [en línea] Dirección URL: <http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/426/7/RCE7.pdf> [Consulta: abril de 2015]

<sup>52</sup> Omar Montoya, *op. cit.*

diferentes planos (productivo, tecnológico, social, cultural y político), el cual es posible interpretar gracias al concepto de desarrollo endógeno.<sup>53</sup>

El concepto de desarrollo endógeno surge en los años ochenta como una alternativa a las políticas tradicionales de desarrollo. A partir de dicho término se busca explicar el desarrollo de ciudades, regiones y países a partir de sus capacidades territoriales. Antonio Vázquez-Barquero afirma que “se trata de una aproximación territorial al desarrollo, que hace referencia a los procesos de crecimiento y acumulación de capital de una localidad o territorio, que tiene cultura e instituciones que le son propias y en las que se basan las decisiones de ahorro e inversión”.<sup>54</sup>

Con base en la teoría del desarrollo endógeno se busca, por una parte, crear estrategias de desarrollo para territorios atrasados y por otra, generar alternativas viables para la organización territorial de la producción. A partir de ello, se establecen los mecanismos de acumulación de capital y las fuerzas que están detrás de lo que Richard Nelson y Sidney Winter denominan “las fuentes inmediatas de crecimiento”.<sup>55</sup>

Dicho lo anterior, es preciso diferenciar entre los modelos de crecimiento endógeno y los postulados de la teoría del desarrollo endógeno. Ambos enfoques aceptan que los recursos disponibles en un territorio, la capacidad de ahorro e inversión y el progreso tecnológico son aspectos endógenos que explican en buena medida el desarrollo de una región en específico.<sup>56</sup> No obstante, la teoría del desarrollo endógeno hace mayor énfasis en la adopción de una visión territorial sobre los procesos que determinan la dinámica económica. Tiene, por lo tanto, una visión más compleja sobre las relaciones entre los actores locales, en donde la sociedad civil juega un papel importante para la definición e instrumentación de políticas de desarrollo.

---

<sup>53</sup> Antonio Vázquez-Barquero, *op. cit.*

<sup>54</sup> *Ídem.*

<sup>55</sup> Richard Nelson y Sidney Winter, *En busca de una teoría útil de la innovación*, p. 183 [en línea] Dirección URL: <http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/ceconomia/article/viewFile/11094/21130> [Consulta: abril de 2015]

<sup>56</sup> Antonio Vázquez-Barquero, *op. cit.*

Por su parte, María Luisa García señala que el proceso de transición a un modelo basado en el desarrollo endógeno requiere de un largo proceso de aprendizaje social, entendido como el conjunto de experiencias y prácticas que determinan las relaciones entre la sociedad y las instituciones públicas y privadas.<sup>57</sup> En definitiva, dicha transición implica una serie de transformaciones en la región, ya sean de índole social, cultural o ambiental; en este sentido, es tarea de las instituciones locales buscar que dichos cambios sean positivos y contribuyan a elevar la competitividad regional.

Del mismo modo, autores como Walter B. Stöhr señalan que el desarrollo regional involucra no sólo el crecimiento económico de la región sino que requiere de una transformación social, además de un cambio en la distribución de los poderes de toma de decisión.<sup>58</sup> El autor, al igual que María Luisa García, considera que la participación pública en la formulación y ejecución de políticas de desarrollo debe ir más allá de la asignación de los recursos.

Para Walter Stöhr, la construcción de un marco para la participación efectiva de la comunidad y los grupos locales en el proceso de toma de decisiones contribuye a la construcción de estrategias para alcanzar mejores resultados económicos, además de atraer recursos exteriores y presionar al gobierno federal para una mayor asignación de recursos económicos en la región.<sup>59</sup>

Es preciso señalar que no todas las partes de una región se desarrollan con la misma intensidad. En este sentido, Walter Stöhr señala que existen importantes disparidades de desarrollo al interior de una región. De acuerdo al autor, esto está determinado por la organización del sistema urbano, es decir, por el conjunto de redes de comunicación que condicionan el flujo de la información, del conocimiento, de la tecnología y de las innovaciones.<sup>60</sup>

De manera semejante, Albert Hirschman señala que, geográficamente, el desarrollo es desigual. De acuerdo al autor, esta característica es inherente al

---

<sup>57</sup> María Luisa García, *Descentralización e iniciativas locales de desarrollo*, Juan Pablos Editor, México, 1998, p. 194.

<sup>58</sup> Walter Stöhr, *El desarrollo regional en América Latina, expectativas y perspectivas*, Ediciones SIAP, Argentina, 1972, p. 101.

<sup>59</sup> *Ibidem.*, p. 107.

<sup>60</sup> *Ibidem.*, p. 115.

desarrollo, no obstante, aclara que una vez que un territorio experimenta cierto crecimiento y desarrollo, se movilizan distintos factores que influyen en resto de la región.<sup>61</sup>

Autores como Jon M. Quigley afirman que el desarrollo endógeno se presenta principalmente en las ciudades ya que en ellas se “generan externalidades que permiten la aparición de rendimientos crecientes, tienen un sistema productivo diversificado que potencia la dinámica económica, son un espacio de redes en el que las relaciones entre actores permiten la difusión del conocimiento y estimulan los procesos de innovación y de aprendizaje de las empresas”.<sup>62</sup>

En este sentido, Manuel Castells y Peter Hall señalan que desde hace algunos años las ciudades y las regiones se han convertido en los principales agentes económicos y fuentes de desarrollo. De acuerdo a estos dos autores, este fenómeno se explica por las dificultades de los gobiernos nacionales para desarrollar estrategias de crecimiento y desarrollo en cada una de las regiones que conforman el país; en este sentido, los gobiernos locales, a pesar de tener menos poder que los gobiernos nacionales, poseen una mayor capacidad de respuesta ante las necesidades del mercado y tienen, además, la oportunidad de desarrollar proyectos de desarrollo con objetivos concretos a partir de las capacidades endógenas.<sup>63</sup>

De manera análoga, la especialización y diversificación de actividades regionales a través de la construcción de cadenas de valor surge como requisito indispensable para la consolidación de sistemas de producción locales. Además de fomentar la producción vinculada de unos territorios con otros, este sistema conduce a una mayor productividad y permite la obtención de capital para la construcción de infraestructura.<sup>64</sup> Cabe señalar que dicha infraestructura debe contribuir al

---

<sup>61</sup> Albert Hirschman, *La estrategia del desarrollo económico*, Fondo de Cultura Económica, México, 1962, p. 43.

<sup>62</sup> Jon M. Quigley, "Urban Diversity and Economic Growth", en *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 12, California, 1998, pp. 127-138 [en línea] Dirección URL: <http://www.jstor.org/discover/10.2307/2646966?uid=3738664&uid=2&uid=4&sid=21106159673731> [Consulta: abril del 2015] (Traducción de Antonio Vázquez-Barquero)

<sup>63</sup> Manuel Castells y Peter Hall, *Tecnópolis del mundo: la formación de los complejos industriales del siglo XXI*, Alianza Editorial, Madrid, 1994, p. 29.

<sup>64</sup> Walter B. Stöhr, *op. cit.*, p. 119.

mejoramiento del sistema urbano, el cual determina la transmisión del conocimiento y las innovaciones, así como los mecanismos de control y toma de decisiones.<sup>65</sup>

En este sentido, las redes de transmisión de la información tienen un papel relevante en este modelo de desarrollo puesto que la innovación depende en gran medida de la información.<sup>66</sup> Las complejas redes de información dotan a una región de ventajas sobre otras zonas debido a creación de redes de cooperación empresarial, las cuales presentan la oportunidad para los sistemas productivos locales de incursionar en mercados extranjeros a partir de la creación de cadenas de producción.<sup>67</sup>

De acuerdo a la CEPAL, en este nuevo contexto sólo pueden competir los territorios que aprenden, es decir, “aquellos capaces de adaptarse a las transformaciones de la estructura productiva mundial, con base en el conocimiento”.<sup>68</sup> Esto implica que cada uno de los territorios debe enfocarse en el desarrollo de sus propias ventajas competitivas.

En suma, el aprovechamiento de los recursos locales endógenos, tanto sociales como culturales, institucionales, económicos, tecnológicos, ambientales y políticos es de suma importancia para la consolidación de ventajas competitivas. Cabe señalar que el grado de autonomía regional en el proceso de toma de decisiones va a determinar en buena medida el desenvolvimiento de una estrategia de desarrollo endógeno.

La construcción de estrategias para el aprovechamiento de los recursos locales a través de políticas locales de competitividad debe contribuir al mejoramiento de las capacidades endógenas y a la organización de los sistemas productivos locales. En definitiva, dichas estrategias requieren de políticas públicas que puedan hacer frente a un contexto cada vez más complejo, cambiante y competitivo.

---

<sup>65</sup> Allen J. Scott, “A world in emergence”, en Cooke Philip (coordinador) *Re-framing regional development: evolution, innovation and transition*, Routledge, Nueva York, 2013, p. 45.

<sup>66</sup> Everett Rogers y Judith Larsen, *La fiebre del Silicon Valley*, Reverte, México, 1986, p. 69.

<sup>67</sup> *Ídem*.

<sup>68</sup> Iván Silva, “Desarrollo económico local y competitividad territorial en América Latina”, en *Revista de la CEPAL*, No. 85, abril de 2005 [en línea] Dirección URL: <http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/11001/085081100.pdf?sequence=1> [Consulta: mayo de 2015]

### 1.3. Capacidades tecnológicas para la conformación de un *cluster* de alta tecnología.

Una de las condiciones que van a definir el éxito o fracaso de una estrategia de desarrollo basada en las innovaciones tecnológicas es la construcción y acumulación de capacidades tecnológicas a nivel regional. Autores como Gabriela Dutrénit definen las capacidades tecnológicas como la “habilidad de hacer uso efectivo del conocimiento tecnológico y generar riqueza a partir de su uso en la producción, inversión e innovación”.<sup>69</sup>

Las capacidades tecnológicas de una economía para posicionarse a nivel nacional e internacional como un polo de desarrollo están determinadas por diferentes procesos de aprendizaje. Dichos procesos son definidos por M. Bell y K. Pavitt como “cualquier proceso en el que los recursos para generar o administrar el cambio técnico (las capacidades tecnológicas) son incrementados o reforzados”.<sup>70</sup> Bell señala, además, que para desarrollar dichas capacidades tecnológicas es necesario invertir en aprendizaje, es decir, la acumulación de capacidades tecnológicas debe ser producto de una estrategia planeada.<sup>71</sup>

De este modo, el proceso de construcción de capacidades tecnológicas requiere de su desarrollo en niveles locales a través la incorporación de conocimiento y habilidades tanto a los individuos como a las instituciones.<sup>72</sup> En este sentido, la administración del conocimiento se posiciona como uno de los elementos más importantes en su construcción.

Autores como Sanjay Lall retoman el concepto de capacidades tecnológicas y lo estudian desde el ámbito nacional. El autor afirma que dicho concepto no incorpora simplemente la suma de las capacidades de las empresas nacionales sino que implica una serie de vínculos entre los diferentes actores involucrados; de

---

<sup>69</sup> Gabriela Dutrénit, *Acumulación de capacidades tecnológicas en subsidiarias de empresas globales en México: el caso de la industria maquiladora de exportación*, Porrúa, México, 2006, p. 34.

<sup>70</sup> Citado en Alexandre Vera-cruz, “Apertura económica, exportaciones y procesos de aprendizaje”, en Jaime Aboites y Gabriela Dutrénit (coordinadores), *Innovación, aprendizaje y creación de capacidades tecnológicas*, Universidad Autónoma Metropolitana, México, 2003, p. 275.

<sup>71</sup> M. Bell y K. Pavitt, “Learning and the accumulation of industrial technological capacity in developing countries”, en K. King y M. Fransman (coordinadores) *Technological capacity in the third world*, McMillan, Londres, 1984, p 190. Traducción libre.

<sup>72</sup> Alexandre Vera-cruz, *op. cit.*, p. 277.

acuerdo a Sanjay Lall, en su desarrollo en el ámbito nacional interactúan tres elementos principales: capacidades, incentivos e instituciones.<sup>73</sup>

Finalmente, la mayor parte de los autores coinciden en que uno de los temas en los cuales hace falta trabajar es en la determinación de indicadores que permitan hacer una evaluación de dichas capacidades de los países o regiones. En consecuencia, organismos como la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (UNIDO por sus siglas en inglés) han creado un índice que permite dar cuenta de ellas tanto en los países desarrollados como en países en vías de desarrollo.<sup>74</sup> Este índice, denominado *Industrial Development Scorecard*, contempla una serie de factores que incluye las fuentes de conocimiento e innovación, las inversiones en actividades de I+D, infraestructura y formación de recursos humanos, entre otros indicadores.

### 1.3.1. Definición de *cluster*

En las últimas décadas los distritos industriales, entendidos como aglomeraciones de empresas de un sector determinado en una región geográfica, han tenido un auge importante en diferentes partes del mundo. Esta forma de organización de las empresas implica la existencia de una compleja red donde cada uno de los actores involucrados influye en las dinámicas industriales y en su modo de organización.

El concepto de distrito industrial tiene su origen en las ideas de Alfred Marshall plasmadas en su libro *Principios de la economía* en 1890. En éste el autor distingue dos tipos de mejoras productivas en una empresa: a la primera de ellas la denomina economías internas y se refiere a las ganancias de eficiencia relacionadas a los cambios en las formas de organización en una empresa, mientras que con economías externas se refiere a la obtención de mayor eficiencia a través de la concentración localizada de la industria.<sup>75</sup> Cabe señalar que el concepto de economías externas es el que interesa retomar para este trabajo.

---

<sup>73</sup> Sanjay Lall, "Technological capabilities", en Jean-Jacques Salomon, *The uncertain question: science, technology and development*, United Nations University Press, Tokio, p. 265.

<sup>74</sup> Arturo Torres, *Aprendizaje y construcción de capacidades tecnológicas*, Journal of Technology Management & Innovation, México, noviembre del 2006 [en línea] Dirección URL: <http://www.jotmi.org/index.php/GT/article/viewFile/art27/376> [Consulta: mayo de 2015]

<sup>75</sup> Alfred Marshall, *Principios de economía*, ed. Aguilar, 4° edición, Madrid, 1963, p. 222.

Alfred Marshall considera que la concentración geográfica de una industria ofrece distintas ventajas. En primer lugar se señala que las propias condiciones de proximidad geográfica conllevan un importante intercambio de información entre los actores de esta red, en palabras del autor, en este tipo de conglomerados “si una persona lanza una nueva idea, ésta es adoptada por las demás y combinada con sus propias sugerencias, de este modo se transforma en fuente de otras ideas”.<sup>76</sup>

En este sentido, Alfred Marshall se refiere a lo que Paul Krugman denomina “efecto desbordamiento del conocimiento”, es decir, al intercambio informal de información e ideas que tiene lugar entre los empleados de diferentes empresas, derivado de la concentración de las mismas en un área geográfica.<sup>77</sup> Este es un factor importante especialmente entre las industrias altamente innovadoras, en las que un retraso en las nuevas aplicaciones tecnológicas puede significar importantes desventajas frente a sus competidores.

La segunda de estas ventajas se refiere al surgimiento y desarrollo de industrias subsidiarias, es decir, la presencia de proveedores capaces de suministrar la maquinaria e insumos necesarios para la industria principal. Finalmente, la tercera de estas ventajas tiene que ver con el aprovechamiento de la existencia de mano de obra especializada en la región.<sup>78</sup> En conjunto, estas tres ventajas caracterizan lo que en la literatura se denomina “distrito industrial marshalliano” o como lo llama el propio Alfred Marshall, “industrias especializadas en localidades particulares”.<sup>79</sup>

Por su parte, Michael Porter es quien se refiere a dicha concentración geográfica de la actividad económica bajo el término de *cluster*, el cual define como “un grupo de formas e instituciones interconectadas en un campo determinado y una localización geográfica próxima”.<sup>80</sup>

---

<sup>76</sup> *Ibidem.*, p. 226.

<sup>77</sup> Paul Krugman, Maurice Obstfeld y Marc Mlitz, *Economía Internacional*, Pearson Educación, 9ª edición, España, 2012, p. 144.

<sup>78</sup> Alfred Marshall, *op. cit.*, p. 227.

<sup>79</sup> Jordi Catalán, José Miranda y Ramón Muñoz, *Distritos y clusters en la Europa del sur*, Editorial Empresarial, España, 2011, p. 11.

<sup>80</sup> Michael Porter, “Clusters and the new economics of competition”, en *Harvard Business Review*, Estados Unidos, noviembre – diciembre de 2007, p. 78.

De acuerdo al autor, las propias condiciones de complementariedad e interconexión de instituciones y empresas obligan a que además de competir, estos actores también cooperen. Señala, además, que dicha concentración de empresas favorece el acceso a la información y el conocimiento.<sup>81</sup> En este sentido, acorde con la primera de las ventajas de Alfred Marshall, Michael Porter afirma que las empresas tienden a acumular conocimiento, tanto implícito como explícito, el cual, debido a la proximidad de las empresas e instituciones, circula a través del *cluster* y genera nuevas innovaciones.<sup>82</sup>

En suma, la complementariedad de actividades, la difusión del conocimiento, el acceso a insumos y trabajadores especializados, así como la reducción de los costos son elementos que dan sentido al *cluster* y que se traducen en una mayor productividad y competitividad de las empresas.<sup>83</sup> No obstante, para Michael Porter, la ventaja más importante de la concentración geográfica recae en la generación de innovaciones. Debido a la proximidad y competencia de las empresas, los miembros del *cluster* están obligados a invertir constantemente en actividades de I+D con la finalidad de desarrollar ventajas competitivas a partir de la innovación.

Por su parte, Philip Cooke define los *clusters* como:

una densa red de actores económicos que trabajan estrechamente juntos y tienen una relación intensa de intercambio. En dicha red participan todos los actores de la región que contribuyen directamente al proceso de producción dominante e incluye a empresas manufactureras, proveedores, comercializadora, instituciones financieras, institutos de investigación, agencias de transferencia tecnológica, asociaciones económicas y sindicales, instituciones de capacitación, gobierno regional y asociaciones informales.<sup>84</sup>

Philip Cooke pone énfasis en las estrechas relaciones de intercambio que se dan dentro de un *cluster* y señala, además, que dicho distrito industrial está

---

<sup>81</sup> Michael Porter, *La ventaja competitiva de las naciones*, Plaza & Janes editores, España, 1991, p. 27.

<sup>82</sup> *Ídem*.

<sup>83</sup> Jordi Catalan *et. al.*, *op. cit.*, p. 22.

<sup>84</sup> Philip Cooke, *Strategies for Regional Innovation Systems: learning transfer and applications*, *op. cit.* Traducción libre.

conformado por una extensa red de actores económicos, los cuales incluyen tanto a actores públicos como privados.

Estos distritos industriales, o tecnópolis, como las llaman Manuel Castells y Peter Hall, son ciudades que poseen las condiciones para desarrollar un medio innovador, entendido como el “sistema de estructuras sociales, institucionales, organizativas, económicas y territoriales que crean las condiciones para una generación continua de sinergias y su inversión en un proceso de producción que se origina a partir de esta capacidad sinérgica, tanto para las unidades de producción que son parte de este medio innovador como para el medio en su conjunto”.<sup>85</sup>

Steven Keppler, por su parte, señala la importancia que han tenido las empresas grandes en la conformación de un *cluster*. En este sentido, señala que las nuevas empresas establecidas en el distrito se enfrentan a diferentes retos, los cuales son superados gracias al aprendizaje obtenido de las empresas pioneras.<sup>86</sup> Baste, como muestra, el caso de Silicon Valley, en donde las nuevas compañías fundadas por empleados de las empresas líderes superaron a las demás y terminaron dominando la industria.

### 1.3.2. La industria de alta tecnología

La importancia de las innovaciones es cada vez más evidente en determinados sectores, especialmente en aquellos que implican una fuerte inversión en materia de investigación y desarrollo. Una de las principales manifestaciones de este fenómeno es la importancia creciente que tiene la innovación en la creación de ventajas competitivas a través del desarrollo tecnológico.

No existe una definición clara sobre la industria de alta tecnología, no obstante, autores como José Molero Zayas y Antonio Hidalgo señalan que la alta tecnología se caracteriza por “una rápida renovación de conocimientos y por su

---

<sup>85</sup> Manuel Castells y Peter Hall, *op. cit.*, p. 30.

<sup>86</sup> Steven Keppler, “The capabilities of new firms and the evolution of the US Automobile Industry”, en *Industrial Corporate Change*, no. 11, p. 645 [en línea] Dirección URL: <http://icc.oxfordjournals.org/content/11/4/645.short?rss=1&ssource=mfc> [Consulta: abril de 2015]

elevado grado de complejidad, lo que exige un esfuerzo continuo en investigación y una sólida base tecnológica”.<sup>87</sup>

La OCDE, por su parte, ha elaborado una clasificación de los sectores industriales sobre la base de su capacidad de generar y utilizar la tecnología, en ella se considera a los siguientes sectores como parte de la industria de alta tecnología:

- Aeronáutica
- Computadoras-Máquinas de oficina
- Electrónica
- Farmacéutica
- Instrumentos científicos
- Maquinaria eléctrica
- Químicos
- Maquinaria no eléctrica
- Armamento<sup>88</sup>

Por acuerdo entre las partes, también se incluye el *software* incorporado en la maquinaria y en los bienes de equipo.

Por su parte, el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología de México define a los bienes de alta tecnología como aquellos que “son el resultado de un proceso de investigación y desarrollo tecnológico y se caracterizan por presentar una evolución frecuente; requieren de fuertes inversiones de capital con alto riesgo; tienen una evidente importancia estratégica y generan elevados niveles de cooperación y competencia internacional”.<sup>89</sup>

---

<sup>87</sup> José Molero y Antonio Hidalgo, *Los sectores de alta tecnología*, capítulo 18 [en línea] Dirección URL: <http://www.innopro.upm.es/index.php/content/download/333/2051/version/1/file/CL-EstructuraEconomica-CAM-07.pdf> [Consulta: mayo de 2015]

<sup>88</sup> Comisión Nacional de Ciencia y Tecnología, *Definiciones*, México [en línea] Dirección URL: <http://www.conacyt.gob.mx/siicyt/index.php/centros-de-investigacion-conacyt/publicaciones/informe-general-del-estado-de-la-ciencia-la-tecnologia-y-la-innovacion-2011/2041-definiciones-1/file> [Consulta: mayo de 2015]

<sup>89</sup> *Ídem*.

### 1.3.3. Las industrias creativas

Bjorn Asheim señala que existen diferentes tipos de conocimiento, los cuales dan sentido a la diversidad de industrias y sectores cuyas actividades requieren una base de entendimientos específica. En este sentido, el tipo que interesa en este trabajo es el simbólico, es cual es definido por el autor como aquel que está asociado a los atributos estéticos de los productos, a la creación de imágenes y diseños y en general, a las industrias culturales.<sup>90</sup> De este modo, la creatividad, imaginación e interpretación son algunas de las habilidades que deben tomarse en cuenta en la formación de recursos humanos en este sector de la economía.

En los últimos años las industrias creativas se han convertido en un importante componente de creación de ventajas competitivas, especialmente en aquellas economías basadas en el conocimiento. El concepto de industria creativa surge a partir de la concepción de la industria cultural, la cual es definida por la UNESCO en la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales como “aquellas industrias que producen y distribuyen actividades, bienes y servicios culturales, considerados desde el punto de vista de su calidad, utilización o finalidad específicas, que encarnan o transmiten expresiones culturales, independientemente del valor comercial que pueda tener”.<sup>91</sup>

A partir del auge del internet y de la expansión del comercio de contenido digital surge la necesidad de actualizar dicho concepto con el fin de incluir estas nuevas expresiones de la cultura relacionadas con el progreso tecnológico y las innovaciones.

El término de industrias creativas surge en Reino Unido en los noventa durante el mandato de Tony Blair. Una vez electo, una de las primeras acciones del Primer Ministro fue la creación de la Fuerza Especial de Industrias Creativas (CITF por sus siglas en inglés) la cual estaba bajo el mando del recién creado Departamento para la Cultura, Medios de Comunicación y Deportes del gobierno

---

<sup>90</sup> Bjorn Asheim, “Differentiated Knowledge bases and varieties of regional innovation systems”, en *Innovation*, vol. 20, no. 3, Noruega, 2007.

<sup>91</sup> UNESCO. *Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales*. París. 20 de octubre del 2005 [en línea] Dirección URL: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001429/142919s.pdf> [Consulta: mayo de 2015]

británico. La función de dicha agencia era hacer un mapeo de las industrias creativas existentes en el Reino Unido con el fin de identificar las deficiencias y oportunidades y, de esta forma, implementar una estrategia integral para su desarrollo.

De acuerdo al informe de 2001 de la CIFT, las industrias creativas tienen que ver con todas aquellas actividades que tienen su origen en la creatividad individual, la habilidad y el talento y que tienen el potencial de producir ganancias y empleos a través de su desarrollo y de la explotación de la propiedad intelectual.<sup>92</sup>

El Departamento para la Cultura, Medios de Comunicación y Deportes del gobierno del Reino Unido posee una clasificación de industrias creativas que ha sido adoptada en otros países como Australia, Nueva Zelanda y Hong Kong. Dicha clasificación incluye trece sectores a saber: publicidad, arquitectura, arte y mercado de antigüedades, artesanías, diseño, diseño de moda, cine y video, *softwares* interactivos de entretenimiento, música, artes de actuación, edición, software y servicios de computación, televisión y radio.<sup>93</sup>

En este sentido, con base en la tendencia de las industrias creativas para establecerse en una misma región, la Fundación Nacional para la Ciencia, Tecnología y las Artes (NESTA por sus siglas en inglés) las clasifica en dos grupos: el primero de ellos incluye las actividades de publicidad, diseño de modas, *software*, videojuegos y publicaciones electrónicas. Por otra parte, el segundo grupo incluye la música, artes interpretativas, cine, fotografía, editoriales, radio y televisión.<sup>94</sup>

Actualmente, la UNESCO define a las industrias creativas como “aquellas en las que el producto o servicio contiene un elemento artístico o creativo substancial”. Así mismo señala que el término industria creativa supone un conjunto más amplio

<sup>92</sup> Terry Flew, *Origins of creative industries policy* [en línea] Dirección URL: [http://www.sagepub.com/upm-data/42872\\_Flew.pdf](http://www.sagepub.com/upm-data/42872_Flew.pdf) [Consulta: mayo de 2015]

<sup>93</sup> UNESCO, *Comprender las Industrias Creativas: las estadísticas como apoyo a las políticas públicas*, UNESCO/Global Alliance for Cultural Diversity [en línea] Dirección URL: [http://portal.unesco.org/culture/es/files/30850/11467401723cultural\\_stat\\_es.pdf/cultural\\_stat\\_es.pdf](http://portal.unesco.org/culture/es/files/30850/11467401723cultural_stat_es.pdf/cultural_stat_es.pdf) [Consulta: mayo de 2015]

<sup>94</sup> NESTA, *Creative clusters and innovation - Putting creativity on the map, Reino Unido*, noviembre de 2010, p. 16 [en línea] Dirección URL: [https://www.nesta.org.uk/sites/default/files/creative\\_clusters\\_and\\_innovation.pdf](https://www.nesta.org.uk/sites/default/files/creative_clusters_and_innovation.pdf) [Consulta: septiembre de 2015]

de actividades que incluye a las industrias culturales más toda producción artística o cultural, ya sean espectáculos o bienes producidos individualmente.<sup>95</sup>

En suma, podemos señalar como conclusión de este primer capítulo que la innovación y el conocimiento son factores fundamentales en el desarrollo de cualquier industria; cabe señalar que dichos factores dependen no sólo de las empresas, sino de una serie de condiciones como la formación de capital humano, infraestructura, tecnología, entre otros. En conjunto, todos estos factores endógenos permiten crear condiciones no sólo de crecimiento económico, sino que tienen impacto en el desarrollo de la sociedad a través de la construcción de capacidades tecnológicas.

En el siguiente capítulo se aplicarán los conceptos y teorías estudiados anteriormente con el fin de profundizar en el campo de las industrias creativas. En suma, se resaltarán la importancia de este sector de la economía a nivel internacional y se estudiarán los principales modelos que nos permiten explicar su auge y desarrollo. Finalmente, se retoman los modelos estadounidense, europeo y del este asiático en la instrumentación de *clusters* creativos con el objetivo de destacar las particularidades de cada uno de ellos.

---

<sup>95</sup> UNESCO, *Comprender las industrias creativas. Las estadísticas como apoyo a las políticas públicas.*, op. cit.

## 2. Panorama general de la economía creativa a nivel internacional

### 2.1. Importancia de las industrias creativas

Hasta este punto ha quedado claro que el proceso de innovación es una de las partes fundamentales en la construcción de ventajas competitivas. Ahora toca turno de estudiar uno de los principales componentes de dicho proceso, la creatividad. En efecto, el conocimiento y creatividad como motores de crecimiento y desarrollo es un tema que ha cobrado relevancia en los últimos años. En este sentido, el interés por conformar industrias en torno a este factor es cada vez más evidente.

El estudio de la creatividad es relevante debido a sus implicaciones directas en el desarrollo social, cultural y económico ya que favorece el cambio y la evolución. En suma, la creatividad forma parte de la condición humana, de ahí que María Luisa Vecina asegure que la creatividad debe ser considerada como una de las características más importantes del ser humano y por tanto de sus producciones.<sup>96</sup>

Sin duda, la cultura de la innovación debe ser promovida en todos los sectores de la economía, pero es en la economía creativa donde su presencia es más evidente. Cabe señalar que antes de hablar de la importancia de este sector de la economía a nivel internacional es preciso hacer una diferenciación entre industrias culturales e industrias creativas.

En el primero de los casos nos referimos a la producción y consumo de bienes con un elemento de expresión cultural (moda, música, arte, diseño, escritura, etc.). Por otra parte, el término de industrias creativas hace referencia tanto a los bienes culturales como aquellos que tienen que ver y dependen de la innovación, incluyendo la investigación y desarrollo de nuevas tecnologías.<sup>97</sup>

La relación entre cultura y economía siempre ha sido un tema complejo. A partir de los años ochenta, la concepción de la cultura como un bien sujeto a la

---

<sup>96</sup> María Luisa Vecina Jiménez, "Creatividad", en *Papeles del Psicólogo*, vol. 27, núm. 1, enero-abril, 2006, Madrid, España, pp. 31-39. [en línea] Dirección URL: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=77827105> [Consulta: agosto de 2015]

<sup>97</sup> Organización de las Naciones Unidas, *Informe sobre la economía creativa*, Edición especial 2013, PNUD – UNESCO, Nueva York, p. 20 [en línea] Dirección URL: <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013-es.pdf> [Consulta: septiembre de 2015]

comercialización en masa comenzó a ser más difundida y aceptada.<sup>98</sup> Con el paso del tiempo dicha idea ha ganado relevancia en la medida en que las tecnologías de la información y comunicación han permitido la conformación de industrias culturales y creativas.

En la actualidad existen múltiples debates sobre la diferenciación entre las industrias culturales y creativas. Cabe señalar que autores como Raúl Rodríguez Ferrándiz afirman que la diferenciación entre estas dos industrias es cada vez más difusa. De acuerdo al autor, la excesiva mercantilización de los bienes culturales ha ocasionado que la percepción de la cultura sea distinta; el autor afirma también que dicha percepción se ha transformado como consecuencia de la evolución de las tecnologías de la información.<sup>99</sup>

En consonancia con lo anterior, Toby Miller afirma que las industrias creativas han generado una nueva visión de la cultura y han cambiado el discurso por uno plagado de derechos de autor, ventajas competitivas y competencia antes que en el patrimonio y la estética.<sup>100</sup> No obstante, la cultura como un recurso de crecimiento y desarrollo económico es una concepción cada vez más aceptada a nivel internacional.

En este aspecto, David Throsby menciona que los bienes culturales y creativos pueden compararse con cualquier bien producido en otra industria en la medida en que generan ganancias a través de su comercialización. Así mismo, autores como Andy Pratt afirman que dicha presencia económica y cultural dota a los bienes culturales y creativos de la capacidad de convertirse en motores de crecimiento económico y regeneración urbana.<sup>101</sup>

---

<sup>98</sup> Ezequiel Avilés-Ochoa y Paola Canizalez-Ramírez, “Industrias culturales y crecimiento económico: un modelo para el estudio del surgimiento de clusters creativos”, en *Economía, Sociedad y Territorio*, Vol. XV, Núm. 47, enero-abril del 2015, Colegio Mexiquense, p. 186 [en línea] Dirección URL: <http://www.redalyc.org/pdf/111/11132816008.pdf> [Consulta: septiembre de 2015]

<sup>99</sup> Raúl Rodríguez, “De industrias culturales a industrias del ocio y creativas: los límites del campo cultural”, en *Comunicar*, vol. XVIII, Núm. 36, 2011, p. 151 [en línea] Dirección URL: <http://www.redalyc.org/pdf/158/15817007018.pdf> [Consulta: septiembre de 2015]

<sup>100</sup> Toby Miller, “La nueva derecha de los estudios culturales: las industrias creativas”, en *Tabula Rasa*, núm. 15, Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, Colombia, julio-diciembre de 2011, p. 125 [en línea] Dirección URL: <http://www.redalyc.org/pdf/396/39622587007.pdf> [Consulta: septiembre de 2015]

<sup>101</sup> David Throsby y Andy Pratt, en Ezequiel Avilés-Ochoa, *op. cit.*, p. 189.

En definitiva, los importantes avances en las tecnologías de la información y comunicación son comparados con una nueva revolución industrial debido a sus implicaciones en todos los sectores de la economía. De ahí que la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo (UNCTAD) en conjunto con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) afirmen que “las industrias culturales y creativas no sólo impulsan el crecimiento a través de la creación de valor, sino que también se han convertido en elementos clave del sistema de innovación de toda la economía”.<sup>102</sup>

El término de economía creativa ha sido estudiado por múltiples autores, no obstante, es John Howkins quien populariza esta idea en 2001 en su libro *The creative economy* en el cual habla de la relación entre creatividad y economía; para él, la economía y la creatividad pueden combinarse de tal manera que produzcan valor y riqueza, así mismo, aplica dicho término a quince industrias que van desde las artes hasta la ciencia y tecnología.<sup>103</sup>

De igual forma, el autor refiere que existen dos tipos de creatividad: una relacionada con la satisfacción personal de todo individuo y otra enfocada a la creación de un nuevo producto; la economía creativa sin duda se enfoca en el segundo de los casos y valora más la ciencia, la innovación tecnológica y los derechos de propiedad intelectual.<sup>104</sup>

Para autores como Stuart Cunningham, John Banks y J. Potts, 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”.<sup>105</sup> En otras palabras, el valor de la creatividad, el cual no se limita al ámbito cultural, radica en su capacidad para producir innovaciones en distintos sectores de la economía.

---

<sup>102</sup> UNCTAD, *op. cit.*, p. 21.

<sup>103</sup> John Howkins, *The creative economy: how people make money from ideas*, Penguin, Londres, 2001, p. 12.

<sup>104</sup> *Ibidem.*, p.13.

<sup>105</sup> Stuart Cunningham, John Banks y J. Potts, “Cultural economy: the shape of the field” en *Anheier*, ed. Herman Anheier y Raj Isar, *The cultures and globalization*, Sage Publications, Londres, 2008, p. 17.

De acuerdo al Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la economía creativa o “economía naranja” es 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”.<sup>106</sup>

Respecto a la importancia de las industrias creativas, Toby Miller, a pesar de tener una postura crítica hacia este sector de la economía, afirma que “el discurso de las industrias creativas representa la respuesta más interesante y productiva a una crisis de relevancia para las humanidades y el surgimiento de una sociedad del conocimiento”.<sup>107</sup> De ahí que el estudio de la economía creativa resulte relevante, especialmente en el campo de las Ciencias Sociales.

La Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD), por su parte, define la economía creativa como “un concepto basado en los recursos creativos que de manera potencial generan crecimiento económico y desarrollo”.<sup>108</sup> Así mismo, señala algunos de los principales beneficios que conlleva este sector de la economía:

- Fomenta la creación de empleos e incrementa los ingresos provenientes de la exportación.
- Promueve la inclusión social, diversidad cultural y desarrollo humano.
- Engloba aspectos económicos, culturales y sociales que interactúan con la tecnología, propiedad intelectual y turismo.
- Es un conjunto de actividades económicas basadas en el conocimiento, con una dimensión de desarrollo y vínculos transversales para la economía en general.<sup>109</sup>

Richard Florida caracteriza los principales actores que trabajan dentro de esta economía creativa. El autor los denomina como “la clase creativa” e incluye a especialistas en ciencia, ingeniería, arquitectura, educación, música, diseño, artes

---

<sup>106</sup> Felipe Buitrago e Iván Duque, *La economía naranja: una oportunidad infinita*, Banco Interamericano de desarrollo, Bogotá, Colombia, 2013, p. 40 [en línea] Dirección URL: <https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/3659/La%20economia%20naranja%3a%20Una%20oportunidad%20infinita.pdf?sequence=4> [Consulta: noviembre de 2015]

<sup>107</sup> Toby Miller, *op. cit.*, p. 117.

<sup>108</sup> UNCTAD, *op. cit.*, p. 37.

<sup>109</sup> *Ídem.*

y entretenimiento, quienes tienen como función principal crear nuevas tecnologías y contenido creativo. Dentro de esta clase creativa incluye además a especialistas en finanzas, negocios y leyes, quienes en definitiva, juegan un papel relevante en este sector de la economía.<sup>110</sup>

Por lo que se refiere a la interacción entre tecnología, creatividad y economía es un hecho que las industrias creativas se han beneficiado del desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) y se ha fortalecido la producción y consumo de productos creativos digitales.<sup>111</sup> En definitiva, el auge de las TIC en la economía creativa ha generado una mayor capacidad de innovación y de aprovechamiento de la tecnología.

Sin duda, las TIC facilitan los procesos de comercio de los bienes y servicios creativos; los empresarios creativos usan las TIC para buscar proveedores y clientes, administrar sus finanzas y recursos humanos, entre otros servicios en línea. No obstante, es el comercio electrónico el que ha revolucionado la forma en que se distribuyen y consumen los contenidos creativos. Al respecto, el BID indica que son los servicios creativos los que tienen una mayor expansión. De acuerdo a este organismo, el comercio de servicios creativos crece 70% más rápido que el de bienes creativos, lo cual se explica por el auge del comercio a través de internet.<sup>112</sup>

De acuerdo a la UNCTAD, “las TIC tienen el poder de potenciar el desarrollo de nuevos eslabones en la cadena de valores en casi todas las industrias creativas, aunque en diferentes niveles”.<sup>113</sup> En este sentido, las TIC van más allá de los canales tradicionales de distribución y permiten que la relación entre productor y consumidor sea más directa, reduciendo de esta forma los costos y mejorando la productividad en la cadena de valores.

Estos beneficios son más visibles en aquellas industrias que dependen de la tecnología en mayor medida, es decir, software, videojuegos y contenido multimedia. Sin embargo, las industrias creativas más tradicionales también se

---

<sup>110</sup> Richard Florida, *The rise of the creative class and how it's transformig work*, Basic books, Nueva York, mayo de 2002, p. 34.

<sup>111</sup> UNCTAD, *op. cit.*, p. 260.

<sup>112</sup> Felipe Buitrago e Iván Duque, *op. cit.*, p. 19.

<sup>113</sup> *Ibidem.*, p. 270.

benefician con las TIC, ya que les permite abrir nuevos canales de comercialización e innovar en sus procesos de producción.<sup>114</sup>

Por otra parte, de acuerdo a la UNCTAD, la creatividad y el conocimiento son integrados en las innovaciones científicas de la misma forma que en las creaciones artísticas. En este sentido, el organismo recomienda a los gobiernos la evaluación de sus políticas científica, tecnológica y de innovación, así como la revisión de las condiciones de adquisición de tecnología y de sistemas de información, con el objetivo de desarrollar la economía creativa.<sup>115</sup>

Al respecto, como consecuencia del auge de la economía creativa otro de los temas que ha ganado importancia es el de los derechos de autor y propiedad intelectual. En definitiva, la propiedad intelectual es un componente clave en el desarrollo de la industria creativa de un país. A través de este marco regulatorio es posible identificar, proteger y aprovechar los bienes y servicios producto del desarrollo de la industria creativa de un país.<sup>116</sup>

De acuerdo a la oficina de ProMéxico, es la propiedad intelectual la que transforma la actividad creativa en una industria creativa, de ahí la importancia de este factor, señala además que “el creador protege sus ideas del mismo modo en el que otras leyes protegen el derecho a la propiedad de bienes, tierra o edificios, a la vez que se beneficia económicamente de su creatividad”.<sup>117</sup>

Uno de los principales organismos internacionales que se encargan de la protección de la propiedad intelectual es la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) cuya misión fundamental es “llevar la iniciativa en el desarrollo de un sistema internacional de propiedad intelectual equilibrado y eficaz, que permita la innovación y la creatividad en beneficio de todos”.<sup>118</sup>

---

<sup>114</sup> *Ídem.*, p 274.

<sup>115</sup> *Ídem.*, p. 36.

<sup>116</sup> *Ídem.*, p. 236.

<sup>117</sup> ProMéxico, *Mapa de ruta – Industrias creativas*, México, 2013, p. 10 [en línea] Dirección URL: <http://www.promexico.gob.mx/documentos/mapas-de-ruta/MRT-Industrias-Creativas-2013.pdf> [Consulta: noviembre de 2015]

<sup>118</sup> OMPI, Convenio que establece la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, Firmado en Estocolmo el 14 de julio de 1967 y enmendado el 28 de septiembre de 1979 [en línea] Dirección URL: [http://www.wipo.int/treaties/es/text.jsp?file\\_id=283997](http://www.wipo.int/treaties/es/text.jsp?file_id=283997) [Consulta: agosto de 2015]

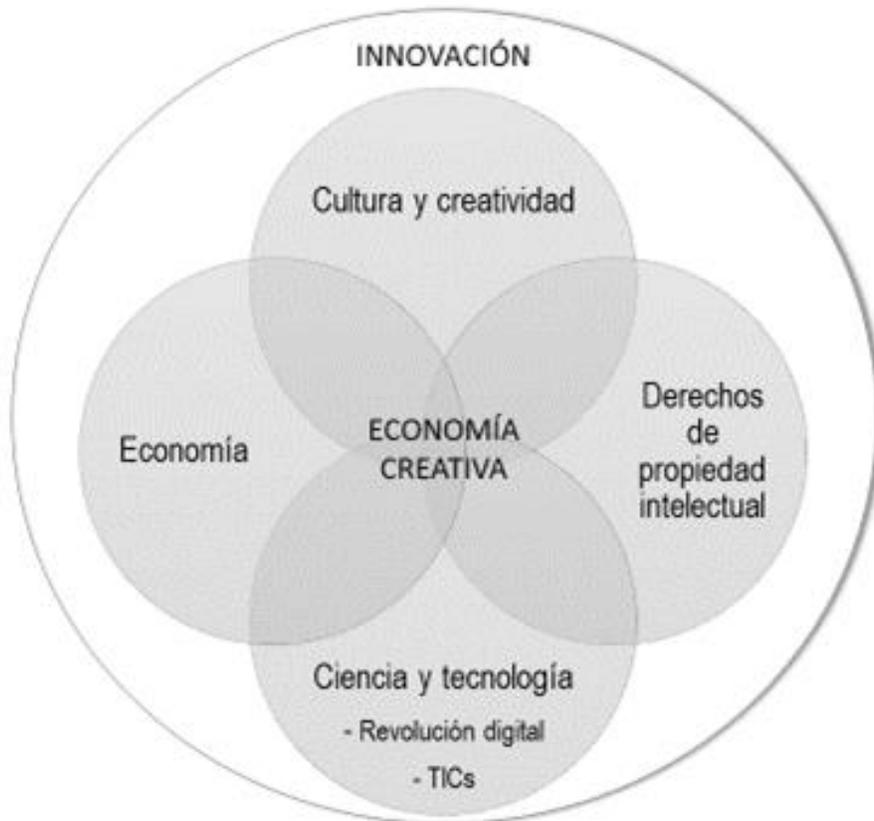
En este sentido, es un hecho que una estrategia para el desarrollo de la economía creativa dentro de un territorio determinado tendrá éxito en la medida en que cuente con una legislación sólida en materia de propiedad intelectual ya que este es uno de los principales instrumentos para proteger a las empresas que ahí realicen sus actividades de producción y comercio.

Hay que mencionar, además, que dentro de las industrias creativas se generan diferentes tipos de innovaciones. Ampliando la definición tradicional de innovación del manual de Oslo (presentada en el primer capítulo), Paul Stoneman propone el término de innovación blanda para referirse a los cambios de naturaleza estética y de diferenciación en los productos. De acuerdo al autor, este tipo de innovaciones no proveen de una nueva funcionalidad al producto ni cambian la forma en que es utilizado, sino que incrementan su valor a través de la innovación estética.<sup>119</sup> En pocas palabras, una innovación blanda en bienes o servicios impacta directamente en el aspecto estético o intelectual sin modificar la utilidad o funcionamiento de los mismos. En definitiva, los diferentes tipos de innovaciones que se presentan en el primer capítulo de este trabajo se desarrollan en la economía creativa, no obstante, son las innovaciones blandas las que tienen una mayor presencia.

A manera de resumen, en el siguiente esquema se ilustran los elementos que componen la economía creativa: cultura y creatividad, economía, derechos de propiedad intelectual y ciencia y tecnología, cuyos elementos principales son la Revolución Digital y las Tecnologías de la Información y Comunicación. En suma, todos estos elementos se conjugan para que, a través de diferentes procesos de innovación, se genere contenido creativo.

---

<sup>119</sup> Paul Stoneman, *Soft innovation: economics, product aesthetics and the creative industries*, Oxford University Press, Reino Unido, 2010 [en línea] Dirección URL: [https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=4DCr8X\\_W2zoC&oi=fnd&pg=PP3&dq=paul+stoneman+soft+innovation&ots=Lv19ApoHlu&sig=r3VBw4iDEHYHp9eeuFCpS-dtSI4#v=onepage&q=paul%20stoneman%20soft%20innovation&f=false](https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=4DCr8X_W2zoC&oi=fnd&pg=PP3&dq=paul+stoneman+soft+innovation&ots=Lv19ApoHlu&sig=r3VBw4iDEHYHp9eeuFCpS-dtSI4#v=onepage&q=paul%20stoneman%20soft%20innovation&f=false) [Consulta: agosto de 2015]

**Esquema 1:** Componentes de la economía creativa

**Fuente:** Elaboración propia con base en el documento “Economía Naranja: una oportunidad infinita” del Banco Interamericano de Desarrollo, Colombia, 2013.

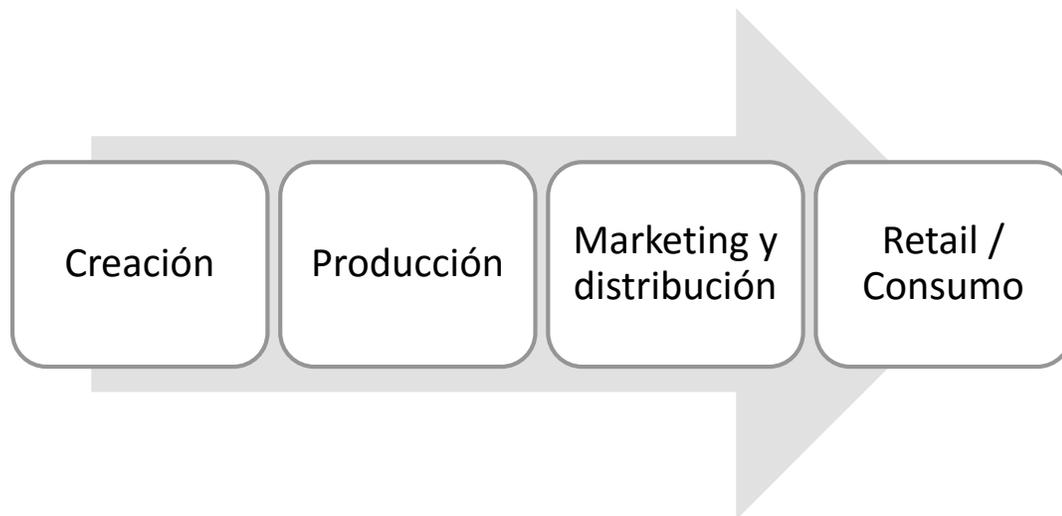
## 2.2. Impacto en la economía internacional

Como se ha señalado anteriormente, la economía creativa se ha consolidado en los últimos años como una de las actividades más dinámicas y redituables del sistema económico. Esta condición se explica debido a la existencia de una estructura organizacional que, combinada con altas tasas de innovación y especialización, genera un ambiente de complementariedad y competencia entre las diferentes firmas que integran este sector.

El siguiente esquema muestra la cadena de valor tradicional de una industria creativa. La primera de las etapas consiste en la creación o concepción de una nueva idea o concepto. Posteriormente esta idea o concepto es materializado a través de distintos procesos de valor agregado. La tercera etapa consiste en la

elaboración del *marketing* y distribución, finalizando con la adquisición por parte de los consumidores finales.<sup>120</sup>

### Esquema 2: Cadena de valor de las industrias creativas



**Fuente:** Elaboración propia con base en el documento “Economía Creativa: Informe 2010” de la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo, Nueva York, 2010.

Es preciso señalar que dicha cadena de valor puede variar en función del tipo de producto y de la complejidad de su elaboración. No obstante, a través de la esquematización de la cadena de valor tradicional de las industrias creativas es posible distinguir la estructura y funcionamiento de este sector.

Uno de los aspectos que resalta la UNCTAD respecto a los efectos de las industrias creativas es la presencia de excedentes en otros sectores de la economía. En efecto, la economía creativa genera una gran cantidad de externalidades, no obstante, esta organización resalta cinco principales:

- **Excedentes de conocimiento:** se refiere a como las empresas se benefician de nuevas ideas o procesos provenientes de las actividades de investigación y desarrollo de otras empresas.
- **Excedentes de productos:** tiene que ver con el incremento de la demanda de cierto producto como resultado del desarrollo de otro relacionado.

<sup>120</sup> UNCTAD, *op. cit.*, p. 121.

- **Excedentes de interconexiones:** está relacionado con los beneficios que obtienen las empresas como resultado de la conformación de *clusters*.
- **Excedentes de entrenamiento o capacitación:** se refiere a la mano de obra especializada que se traslada de una empresa a otra.
- **Excedentes artísticos:** tiene que ver con la difusión de un trabajo innovador de un artista o compañía.<sup>121</sup>

La importancia y dinámica de la economía creativa es cada vez más evidente en el sistema económico internacional. Organismos como la UNCTAD afirman que el comercio mundial de bienes y servicios relacionados con las industrias creativas continúa en constante crecimiento. De acuerdo a la información de dicho organismo, el comercio de este tipo de bienes y servicios creció de forma considerable en los últimos años, incluso tomando en cuenta la contracción de la demanda mundial y el comercio internacional a raíz de la crisis financiera del 2008.<sup>122</sup>

En la actualidad resulta complicado hacer una evaluación económica real de las industrias creativas en el mundo, esto debido a la falta de indicadores cuantitativos comparables a nivel internacional para mapear la economía creativa. Así mismo, la disparidad en las definiciones, metodologías, fuentes y parámetros para clasificar este sector de la economía impiden hacer un análisis de las particularidades sectoriales y de las políticas públicas que surgen en torno a cada una de ellas.

Es preciso mencionar también que las reglas del comercio de la industria creativa están influenciadas por diferentes instrumentos legales a nivel internacional y regional, tales como la Convención de la Diversidad Cultural de la UNESCO, así como los acuerdos específicos sobre intercambio cultural y derechos de propiedad intelectual que operan de manera distinta en cada una de las economías.<sup>123</sup>

A pesar de las dificultades para medir el comercio de bienes creativos, organismos como la UNCTAD y el BID elaboran estadísticas anualmente en este rubro basándose en la información que brindan los países miembros. Por

---

<sup>121</sup> *Ibidem.*, p. 124.

<sup>122</sup> *Ibidem.*, p. 53.

<sup>123</sup> *Ibidem.* p. 177

consiguiente, estos datos tan solo reflejan una aproximación de la verdadera situación de las industrias creativas, esto debido a las limitaciones metodológicas y carencia de datos estadísticos, especialmente en los países en vías de desarrollo.

El Banco Interamericano de Desarrollo refiere que, como ejemplo, para el año 2011 la economía creativa alcanzó los 4.3 billones de dólares, así mismo señala que entre 2002 y 2011 las exportaciones de bienes y servicios creativos crecieron 134%, lo cual representa casi el doble del 71% presentado por la transferencia de armas. Finalmente, el BID reporta que en 2011 las exportaciones de bienes y servicios creativos alcanzaron los \$646 mil millones de dólares.<sup>124</sup>

De igual modo, dicho organismo regional destaca que uno de los factores que explican este comportamiento es que el comercio creativo es menos volátil y prueba de ello es que este sector tuvo un mejor desempeño ante la crisis financiera global de 2008; mientras que la Organización de los Países Exportadores de Petróleo (OPEP) registraron una caída del 40 por ciento en sus exportaciones durante 2009, las exportaciones de bienes y servicios creativos tan solo se contrajeron doce por ciento en ese mismo año.<sup>125</sup>

De acuerdo al sistema de estadísticas de la UNCTAD y al último Informe sobre Economía Creativa de esta organización (2010), el mercado mundial para el comercio de bienes creativos ha crecido de forma considerable en los últimos años. De acuerdo a esta información, la tasa anual promedio de crecimiento de las exportaciones de bienes creativos fue de 8.64 % en el periodo de 2003 a 2012; por su parte, las importaciones crecieron en 6.6% anual durante mismo periodo.<sup>126</sup> Esta tendencia al alza parece continuar, a pesar de los efectos de la crisis del 2008.

En definitiva, las exportaciones de bienes creativos han crecido de forma considerable; en 2012 alcanzaron 431 mil millones de dólares, casi el doble de la cifra vista en 2003 de 223 mil millones de dólares. De igual modo, las importaciones de bienes creativos pasaron de 242 mil millones de dólares en 2003 a 431 mil

---

<sup>124</sup> Banco Interamericano de Desarrollo. La economía naranja: una oportunidad infinita. *Op. cit.* p. 17.

<sup>125</sup> *Ídem.*

<sup>126</sup> UNCTADstat, Base de datos, Creative Economy [en línea] Dirección URL: <http://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx> [Consulta: agosto de 2015]

millones de dólares en 2012.<sup>127</sup> Sin duda, estas cifras demuestran que las industrias creativas se consolidan como uno de los sectores más dinámicos en el comercio mundial.

Respecto a la participación de los países en desarrollo en este sector de la economía, en el informe sobre Economía Creativa de la UNCTAD se destaca que a pesar de que el flujo de importaciones y exportaciones de bienes y servicios creativos es mayor en los países desarrollados, también es cierto que los países en desarrollo han aumentado su participación en el mercado mundial de forma considerable, de hecho, sus exportaciones han aumentado más rápido que las de los países desarrollados.<sup>128</sup>

En este sentido, son los países en vías de desarrollo los que han visto en la economía creativa una opción de crecimiento económico dentro de un sistema cada vez más competitivo, esto a pesar de su situación de desventaja respecto al resto de países desarrollados debido a sus limitaciones en cuanto a inversión en investigación, desarrollo e innovación.

**Tabla 1: Principales exportadores de bienes creativos en el mundo (2011)**

Puesto	País
1	China
2	Estados Unidos
3	Alemania
4	Hong Kong
5	Italia
6	India
7	Reino Unido
8	Francia
9	Suiza
10	Países Bajos

**Fuente:** UNCTADstat, Creative Economy [en línea] Dirección URL: <http://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx> [Consulta: agosto de 2015]

<sup>127</sup> *Ídem.*

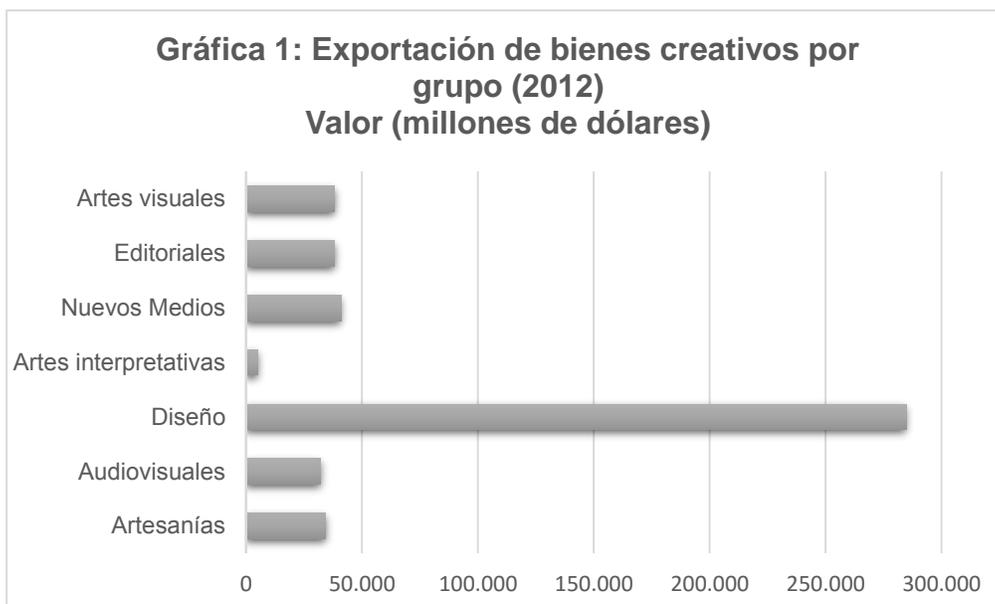
<sup>128</sup> UNCTAD, *op. cit.*, p.180.

A continuación, se muestra la estructura de la exportación de bienes de la industria creativa, por sector económico. Esta información muestra cómo los países, tanto desarrollados como en vías de desarrollo, ponen mayor importancia en aquellas actividades con alto valor agregado, como el diseño y los nuevos medios, en los cuales se incluyen aquellas actividades relacionadas con el desarrollo de tecnología.

**Tabla 2: Exportación de bienes creativos por grupo (2012)**

Grupo	Valor (millones de dólares)
Artesanías	34,339
Audiovisuales	32,054
Diseño	284,888
Artes interpretativas	5,052
Nuevos Medios	40,873
Editoriales	38,260
Artes visuales	38,325

**Fuente:** UNCTADstat, Creative Economy [en línea] Dirección URL: <http://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx> [Consulta: agosto de 2015]



**Fuente:** Elaboración propia con base en los datos de UNCTADstat [en línea] Dirección URL: <http://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx> [Consulta: agosto de 2015]

Como se puede observar en la Gráfica 1, el diseño es el sector que ha tenido mayor auge en el desarrollo de las industrias creativas. Este sector incluye actividades que van desde el diseño de modas hasta el diseño de *software* y todo esto está enmarcado en un contexto donde lo digital se vuelve cada vez más importante.

### **2.3. La economía creativa como estrategia de desarrollo local**

En definitiva, el conocimiento y la creatividad tienen una importante influencia en el desarrollo de una región; para aprovechar este potencial es necesario formular políticas a nivel local, regional y nacional que favorezcan el mejoramiento de las capacidades creativas y de innovación. De igual forma, es preciso tomar en cuenta los aspectos económicos, culturales, sociales y ambientales con el objetivo de crear estrategias sostenibles de desarrollo.

De acuerdo al Informe sobre la economía creativa elaborado en conjunto por el PNUD y UNESCO, la siguiente frontera de la generación de conocimientos se basa en “comprender las interacciones, particularidades y políticas en el plano local y en cómo promover la economía creativa de forma práctica en comunidades, ciudades y regiones del mundo en desarrollo”.<sup>129</sup> En este sentido, resulta de vital importancia el análisis del desarrollo de las industrias creativas como promotoras del crecimiento económico y desarrollo a nivel local.

En efecto, la globalización ha tenido importantes efectos en las grandes ciudades alrededor del mundo. Tradicionalmente las ciudades han sido consideradas como lugares donde la cultura, la creatividad, la innovación y los recursos económicos se conjugan para crear un espacio de incubación de nuevas ideas. No obstante, la sobrepoblación, la pobreza, la desigualdad y la degradación del ambiente son algunas de las características que de igual forma se asocian a las grandes metrópolis.<sup>130</sup> Todos estos factores conviven en un solo espacio geográfico y determinan la dinámica económica, política y social de dichas urbes.

---

<sup>129</sup> Organización de las Naciones Unidas, Informe sobre la economía creativa, *op. cit.*

<sup>130</sup> Terry Flew, *The creative industries: culture and policy*, SAGE Publications, Londres, 2012, p. 134.

En este sentido, la economía creativa ha tenido un mayor auge en los principales centros urbanos debido a sus densas redes de personas, empresas y mercados. De acuerdo a Allen J. Scott, “la ciudad en su conjunto funciona como un especie de campo creativo, dentro del cual múltiples flujos de información discurren con especial intensidad entre las diversas unidades de la actividad económica y social contenidos en el espacio urbano”.<sup>131</sup>

De manera semejante, Alan Freeman asegura que las industrias creativas tienden a organizarse en *clusters* con mayor frecuencia que en otros sectores de la economía, contribuyendo de esta manera al desarrollo de la innovación local.<sup>132</sup> En este sentido, retomando el trabajo realizado por Michael Porter, la conformación de *clusters* de industrias creativas implica que las diferentes firmas construyan un espacio de interacción donde compiten y colaboran al mismo tiempo.<sup>133</sup>

En efecto, los componentes cultural y creativo generan la necesidad de plantear dichas estrategias desde el ámbito local, de ahí que la conformación de *clusters* o distritos industriales se haya consolidado como la principal forma de organización de las industrias creativas. En otras palabras, bajo la premisa de que en la economía creativa el lugar importa, las estrategias de desarrollo de las industrias creativas se han enfocado en la construcción de *clusters* o ciudades creativas; dichos conglomerados aprovechan las externalidades mencionadas en el apartado anterior, los cuales en su conjunto permiten alcanzar mayores niveles de innovación y competitividad.

En definitiva, la economía creativa promueve la conformación de una estrategia nacional de innovación y de vinculación entre el desarrollo económico y cultural del país. No obstante, la experiencia ha demostrado que dichas políticas son más efectivas a nivel regional, contribuyendo de esta manera a la conformación de una estrategia local de innovación.

---

<sup>131</sup> Allen J. Scott, *Social Economy of the metropolis: cognitive-cultural capitalism and the global resurgence of cities*, Oxford: Oxford University Press, Reino Unido, 2008, p. 28. Traducción libre.

<sup>132</sup> Alan Freeman, “London’s creative workforce: 2009 update”, en *GLA Economics Working Paper, Series 40*, Londres, 2010 [en línea] Dirección URL: [http://legacy.london.gov.uk/mayor/economic\\_unit/docs/wp40.pdf](http://legacy.london.gov.uk/mayor/economic_unit/docs/wp40.pdf) [Consulta: agosto de 2015]

<sup>133</sup> Michael Porter, “Clusters and the new economics of competition”, *op. cit.*

En consonancia con lo anterior y de acuerdo al Informe de la UNCTAD sobre la economía creativa de 2010, en la práctica la formulación de políticas sobre industrias creativas en el plano local suele ser más efectiva que las estrategias nacionales.<sup>134</sup> No obstante, es preciso tener en cuenta que no puede elaborarse un marco político local independientemente del nacional, por lo tanto, la instrumentación de cualquier estrategia debe tomar en cuenta todos los niveles de gobierno.

Uno de los principales problemas que enfrentan algunas regiones del mundo y que impiden el desarrollo de la economía creativa es la falta de una estrategia clara en materia de investigación, desarrollo e innovación. Cabe señalar que en la mayoría de los casos las debilidades institucionales han obstaculizado una integración de los objetivos culturales dentro de las políticas económicas, tecnológicas y sociales.<sup>135</sup> Como consecuencia, las industrias creativas enfrentan distintas dificultades en materia de acceso al financiamiento, carencia de una regulación adecuada para el comercio de bienes creativos y una falta de vinculación entre las firmas que integran la economía creativa.

La vinculación del desarrollo económico y cultural de una región es un proceso que requiere de políticas a corto, mediano y largo plazo. En este proceso, las instituciones juegan un papel fundamental ya que son las encargadas de establecer los marcos regulatorios en materia de propiedad intelectual y de competencia. Así mismo, se encargan de la atracción de inversiones, de la facilitación al acceso al financiamiento, de la promoción de las exportaciones y del mejoramiento de las capacidades comerciales y empresariales de los diferentes actores que intervienen en la economía creativa.<sup>136</sup>

Retomando las ideas de Richard Florida, las industrias creativas funcionan como motores de crecimiento económico local en aquellas ciudades donde las “clases creativas” establecen sus empresas, impactando directamente en el

---

<sup>134</sup> UNCTAD, *op. cit.*, p. 289.

<sup>135</sup> *Ibidem.*, p. 294.

<sup>136</sup> *Ibidem.*, p. 303.

potencial de innovación de la región en su conjunto.<sup>137</sup> La movilidad de trabajadores y el acceso a las innovaciones tecnológicas dentro del clúster favorecen directamente en el crecimiento económico de la región.

Richard Florida retoma el concepto de “las tres T” (tecnología, tolerancia y talento) para referirse a las características que debe tener una ciudad o región para promover el desarrollo de dichas clases creativas. El autor pone como ejemplos a las ciudades de San Francisco, Boston, Seattle, Portland y Austin como lugares donde la diversidad, tolerancia y apertura a nuevas ideas permiten construir centros dinámicos y competitivos de industrias creativas.<sup>138</sup>

Es en estos “grupos auto sostenibles de actividad creativa”, como los denomina la UNCTAD, donde “los procesos del mercado laboral e interconexiones se fusionan para generar un potente ámbito creativo, en otras palabras, un conjunto de relaciones locales que estimulan y canalizan expresiones individuales de creatividad”.<sup>139</sup> En otras palabras, dichos espacios permiten la creación y aplicación de conocimiento a diferentes sectores de la economía a través de su principal recurso: la creatividad humana.

En suma, esta red de actores tanto públicos como privados y sus interacciones promueven la aparición de localidades creativas, las cuales deben ser entendidas como aglomeraciones donde la creatividad y la innovación son la base de su desarrollo; en otras palabras, “el ingenio y la creatividad humana son los recursos primarios que impulsan la economía creativa y el proceso de cambio transformativo”.<sup>140</sup>

En consecuencia, las ciudades se encuentran en constante competencia por atraer, mantener y hacer crecer su propia “clase creativa”. En efecto, las ciudades buscan incrementar su competitividad a través de la inversión en mejores sistemas de comunicación e información, incentivos a la innovación, atracción de capital de

---

<sup>137</sup> Richard Florida, “The Rise of the Creative Class”, en Terry Flew, *Toward a Cultural Economic Geography of Creative Industries and Urban Development: Introduction to the Special Issue on Creative Industries and Urban Development*, Indiana University, Estados Unidos, 2004, p. 86 [en línea] Dirección URL: <http://www.indiana.edu/~tisi/readers/full-text/26-2.pdf> [Consulta: septiembre de 2015]

<sup>138</sup> Richard Florida, *The raise of the creative class and how it's transformig work*, op. cit., p. 249.

<sup>139</sup> Ídem.

<sup>140</sup> *Ibidem.*, p. 32.

riesgo y en la instrumentación de estrategias que promuevan el desarrollo de industrias creativas.

En este proceso de consolidación de las ciudades como actores autónomos en el marco de la economía creativa es preciso instrumentar políticas encaminadas al fortalecimiento de las industrias creativas a través de diferentes medidas, tanto a nivel local como nacional, las cuales incluyen el acceso a mayor financiamiento, inversión en capital humano, reforzamiento de las infraestructuras institucionales, ajuste del marco normativo, mejoramiento de políticas comerciales y estrategias de comercialización, entre otras.<sup>141</sup>

En definitiva, la brecha digital y la desigualdad en el acceso a las TIC sigue siendo un tema en la agenda de la mayor parte de los países en desarrollo. En este contexto, el desarrollo de las industrias creativas busca, además de posicionarse a nivel internacional como un sector fuerte de la economía, promover los temas relacionados a la infraestructura y acceso a las tecnologías digitales y de información.

Cada una de las ciudades creativas es distinta de las demás, cada una posee características que la hacen única y que le han permitido consolidarse a nivel nacional e internacional. No obstante, autores como K. Basset han identificado algunos de los beneficios y problemas que poseen dichos conglomerados en general. Entre los beneficios se destacan los siguientes:

- Dotan de mayor relevancia a los sectores culturales y a las estrategias de desarrollo urbano.
- Permiten tener una visión más amplia sobre la cultura, más allá de las bellas artes o la “alta cultura”.
- Facilita un mayor reconocimiento de los estilos de vida y de consumo de una región en concreto.
- Posibilitan el desarrollo de nueva infraestructura cultural, así mismo, promueven la inversión en regeneración urbana y desarrollo de atractivos turísticos.

---

<sup>141</sup> Organización de las Naciones Unidas. *Informe sobre la economía creativa, op. cit.*, p. 87.

- Por otra parte, el autor resalta cuatro problemas principales:
- Se vuelve cada vez más difusa la diferenciación entre las artes y actividades culturales de aquellas dirigidas al entretenimiento.
- Se pueden generar agendas contradictorias en materia de crecimiento económico e inclusión social.
- En ocasiones, la agenda de regeneración urbana queda en manos del sector privado, dejando de lado los intereses de la sociedad.
- El interés por crear un *cluster* especializado puede desembocar en una homogenización de la región, dejando de lado otro tipo de producciones creativas.<sup>142</sup>

En suma, los beneficios económicos de las industrias creativas pueden traducirse en desarrollo en la medida en que los individuos y las comunidades se apropien de dichos procesos de desarrollo, aprovechando los recursos y conocimientos locales como herramientas para generar una estructura organizacional donde las clases creativas puedan desenvolverse, fomentando de esta manera la innovación y la creatividad.

#### **2.4. Clusters creativos en el mundo**

Hasta este punto se han mencionado las principales características de las industrias creativas a nivel internacional, poniendo especial atención en el modelo propuesto por organismos internacionales como la UNESCO, PNUD y UNCTAD. Ahora toca turno de presentar tres modelos regionales que, a pesar de seguir los principales parámetros del modelo antes mencionado, poseen características específicas que vale la pena resaltar.

Por lo tanto, los tres modelos que se estudian a continuación son el modelo europeo, el estadounidense y el del este asiático. Con el objetivo de ilustrar las principales características de cada uno de ellos se eligieron la región de *Silicon Valley* y las ciudades de Londres y Shanghai respectivamente. En cada uno de

---

<sup>142</sup> K. Basset *et. al.*, "Urban Dilemmas of Competition and Cohesion in Cultural Policy", en Nick Buck *et. al.*, *Changing cities: rethinking urban competitiveness, cohesion and governance*, Basingstoke: Palgrave McMillan, Reino Unido, 2005, p. 134.

estos casos se mencionan algunos de los principales componentes que han convertido a estas regiones en un referente para el resto de *clusters* creativos en el mundo.

#### 2.4.1. Modelo estadounidense

Por lo que se refiere al modelo estadounidense cabe señalar que existe una clara distinción entre el mundo de las artes y la industria del entretenimiento y desarrollo de *software*.<sup>143</sup> En este sentido, la instrumentación de estrategias de promoción y desarrollo de contenidos creativos en ese país siempre han ido encaminadas a aprovechar de la mejor manera cada una de las características de cada sector.

Si bien es cierto que Estados Unidos es uno de los principales exportadores de contenido cultural y creativo en el mundo, cabe señalar que dicho país no posee una política nacional de industrias creativas; de ahí que las estrategias en este ámbito se desarrollen principalmente a nivel local o dentro de pequeños grupos de firmas.<sup>144</sup> De acuerdo a William J. Mitchell, dichas estructuras, lejos de inhibir el desarrollo de las industrias creativas, han facilitado la interacción entre los sectores científico, cultural y creativo y de negocios.<sup>145</sup>

En definitiva, la interacción de estos cuatro sectores de la economía ha promovido el crecimiento de las clases creativas en cada región. En este sentido, Richard Florida afirma que en Estados Unidos 30 % de la fuerza laboral está relacionada directa o indirectamente con la economía creativa; de ahí que este sector represente una de las principales fuentes de ingresos para la economía estadounidense.<sup>146</sup>

---

<sup>143</sup> Terry Flew, *op. cit.*, p. 39.

<sup>144</sup> *Ibidem.*, p. 40.

<sup>145</sup> William J. Mitchell *et. al.*, *Beyond creativity: information, technology, innovation and creativity*, National Academies Press, Washington, DC, 2003 [en línea] Dirección URL: [http://inovasi.lan.go.id/uploads/download/1407857246\\_Beyond-Productivity-Information-Technology-Innovation-and-Creativity.pdf](http://inovasi.lan.go.id/uploads/download/1407857246_Beyond-Productivity-Information-Technology-Innovation-and-Creativity.pdf) [Consulta: agosto de 2015]

<sup>146</sup> *Idem.*

### 2.4.1.1. *Silicon Valley*

Una vez destacadas las principales generalidades de la dinámica de las industrias creativas en Estados Unidos, es posible enfocarse en uno de los casos más emblemáticos en este sector de la economía, *Silicon Valley*, el cual se ha convertido en un referente para el resto de *clusters* creativos y tecnológicos no sólo de Estados Unidos sino de todo el mundo.

No es coincidencia que Ronald Reagan en su campaña por la gubernatura de California en 1966 inaugurara su discurso diciendo: “propongo una sociedad creativa para descubrir, reclutar y movilizar los recursos humanos increíblemente ricos de California”.<sup>147</sup> En efecto, como gobernador, Reagan promovió la idea de usar la tecnología como un medio para desarrollar la creatividad de las personas, de ahí que el estado de California tenga una importante trayectoria en materia de industrias creativas y se haya convertido en un referente a nivel internacional.

Sin duda, el *cluster* tecnológico y creativo más emblemático del estado de California es *Silicon Valley*. Dicho conglomerado está ubicado en un terreno de 30 millas a un costado de la universidad de Stanford, en cuyo campus se encuentra el *Stanford Research Park*, lugar donde surgieron las primeras firmas tecnológicas de la región.<sup>148</sup>

En efecto, el papel de esta universidad fue primordial para el surgimiento de la industria microeléctrica de la región. Después de ser considerada una escuela de bajo rango y con el apoyo de personas como el entonces senador Leland Stanford y el Dr. Fred Terman, en la década de los sesenta había ascendido a los primeros puestos en calidad académica.<sup>149</sup> Empresas como Intel, *Hewlett-Packard* y la industria de semiconductores en general tienen su origen en este lugar.

Otras de las zonas que integran este *cluster* son Palo Alto, *Mountain View*, *Sunnyvale*, Cupertino y Santa Clara, las cuales albergan decenas de firmas creativas y tecnológicas, empresas de semiconductores, y las denominadas “empresas satélite”, así como firmas de capital-riesgo, las cuales se encargan de

---

<sup>147</sup> Toby Miller, *op. cit.*, p. 119.

<sup>148</sup> Everett Rogers y Judith Larsen, *op. cit.*, p. 22.

<sup>149</sup> *Ibidem.*, p. 26.

financiar a los diferentes desarrolladores. Finalmente se encuentra San José, ciudad con un nivel socioeconómico marcadamente inferior y lugar donde habita la mayor parte de los trabajadores manuales de las empresas que ahí se encuentran.<sup>150</sup>

El auge de *Silicon Valley* en la década de los ochenta trajo consigo una fuerte aglomeración de empresas electrónicas alrededor de la universidad de Stanford; en tan solo una década se habían establecido cerca de 85 empresas de semiconductores en la región, creando más de 25 mil nuevos empleos.<sup>151</sup> Con el paso de los años, la región ha experimentado un rápido crecimiento mediante el establecimiento de numerosas empresas enfocadas al desarrollo de tecnología y diseño de software.

Actualmente, este *cluster* es considerado el principal centro de actividad capital-riesgo no solo de Estados Unidos, sino de todo el mundo. De acuerdo al Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT), acaparó en 2012 cerca de 26% de los fondos de capital-riesgo a nivel internacional, lo cual representa más de 11 billones de dólares.<sup>152</sup>

Autores como Everertt Rogers y Judith Larsen destacan cuatro factores que han llevado a la región a convertirse en el *cluster* tecnológico y creativo más importante de Estados Unidos y del mundo:

- La cercanía a un centro universitario de investigación, en este caso la universidad de Stanford, la cual provee de recursos humanos y un flujo permanente de tecnología basada en la investigación.
- La infraestructura, entendida como el conjunto de condiciones materiales que permiten la aglomeración de firmas en un mismo sitio.

---

<sup>150</sup> *Ídem*.

<sup>151</sup> Anna Lee Saxenian, "Regional Networks and the Resurgence of Silicon Valley", en *California Management Review*, Estados Unidos, 2001 [en línea] Dirección URL: [http://www1.ximb.ac.in/users/fac/visiting/vfac.nsf/23e5e39594c064ee852564ae004fa010/51e213743b63ce6e65257028003e3ccc/\\$FILE/saxenian.pdf](http://www1.ximb.ac.in/users/fac/visiting/vfac.nsf/23e5e39594c064ee852564ae004fa010/51e213743b63ce6e65257028003e3ccc/$FILE/saxenian.pdf) [Consulta: septiembre de 2015]

<sup>152</sup> Antonio Regalado, "In innovation Quest, Regions Seek Critical Mass", en *Business Report*, MIT Technology Review, Estados Unidos, 1 de julio del 2013 [en línea] Dirección URL: <http://www.technologyreview.com/news/516501/in-innovation-quest-regions-seek-critical-mass/> [Consulta: septiembre de 2015]

- El clima y calidad de vida como factores determinantes al momento de establecer una empresa; la gente normalmente prefiere residir en lugares con climas templados, además de que buscan ubicarse cerca de grandes ciudades.
- Finalmente, el factor más importante en su ascenso es la “fiebre promotora”, entendida como la iniciativa para desarrollar ideas innovadoras y crear nuevas compañías.<sup>153</sup>

A simple vista los factores antes mencionados parecen muy simples, incluso se podría pensar que existen múltiples regiones en el mundo que cumplen con dichas condiciones, la pregunta entonces es ¿por qué no han tenido el mismo éxito que *Silicon Valley*? En este sentido, en el siguiente apartado se hace una reflexión sobre si este modelo puede ser exportado e imitado por otros *clusters* en el mundo.

Antes de pasar al siguiente apartado, es preciso mencionar que en contraste con la visión idílica que se tiene sobre este *cluster*, existen importantes problemas sociales y ambientales en la región. Los altos índices de contaminación atmosférica producidos por los automóviles que transitan en vialidades mal planeadas, la creciente desigualdad socioeconómica a raíz de los bajos salarios que perciben los trabajadores manuales que habitan en San José y el incremento en robos de información y componentes son tan solo algunos de los problemas que enfrentan los habitantes de esta región.<sup>154</sup>

#### 2.4.1.2. ¿Es *Silicon Valley* un modelo que se puede imitar?

Autores como David Harvey, consideran que la experiencia de este *cluster* difícilmente se puede repetir en otra región del mundo. El autor argumenta que el éxito de dicho modelo responde a un contexto en específico, el cual no puede darse en otro país; además de que los nuevos conglomerados de empresas surgen en un contexto de competencia cada vez más fuerte, lo cual los coloca en una situación desventajosa desde el momento de su nacimiento.<sup>155</sup>

<sup>153</sup> Everett Rogers y Judith Larsen, *op. cit.*, p. 214.

<sup>154</sup> *Ibidem.*, p. 171.

<sup>155</sup> David Harvey, *The condition of postmodernity*, Blackwell Publishers, Cambridge, Massachusetts, 1889, p. 295.

En contraste con lo anterior, Manuel Castells y Peter Hall afirman que, en efecto, se puede hablar de un “modelo *Silicon Valley*” en el sentido de que es posible identificar una serie de precondiciones y elementos estructurales que permitieron el auge de dicho *cluster* y que no surgieron de forma accidental, sino que fueron planeadas.<sup>156</sup> Al respecto, los autores identifican tres factores principales:

- El conocimiento científico y la información tecnológica como principal materia prima.
- La existencia de capital-riesgo aportado ya sea mediante fondos de inversión empresarial o por los mercados militares. En efecto, el segundo de ellos fue patrocinado por el Departamento de Defensa con el objetivo de desarrollar un medio innovador a través de la ciencia y la tecnología.
- La disponibilidad de mano de obra altamente cualificada a través de las universidades cercanas, especialmente la Universidad de Stanford. De esta manera, las universidades proveyeron de mano de obra antes de que el medio pudiera generar su propio mercado de trabajo.<sup>157</sup>

Como se mencionó anteriormente, la construcción y auge de este conglomerado fueron el resultado de un proceso de planeación por parte de la universidad de Stanford que, con la ayuda de personas como Frederick Terman, lograron conformar un parque industrial alrededor de la universidad. Así mismo, a través de la creación de complejas redes de información se generó un ambiente de innovación y creatividad que logró atraer a numerosas empresas que llegaron a establecerse en dicha región.<sup>158</sup>

En definitiva, existen *clusters* tecnológicos y creativos a lo largo del mundo, no obstante, de acuerdo a autores como Yasumi Motoyama, eso no quiere decir que cualquier gobierno puede crear uno. Antonio Regalado, por su parte, argumenta que el principal problema de los gobiernos es que tratan de definir cuando y donde se dan las innovaciones. En este sentido, el autor afirma que el papel del gobierno es fundamental en la construcción de uno nuevo, no obstante, sus actividades se

---

<sup>156</sup> Manuel Castells, y Peter Hall, *op. cit.*, p. 55.

<sup>157</sup> *Ibidem.*, p. 56.

<sup>158</sup> *Ídem.*

deben limitar a establecer las reglas del juego y a promover el surgimiento de nuevas empresas a través de la reducción de impuestos e inversión en I+D.<sup>159</sup>

A manera de conclusión y como respuesta a la pregunta que da nombre a este apartado, la experiencia de *Silicon Valley* es un referente para cualquier proyecto tecnológico y creativo, no obstante, es preciso tomar en cuenta que en la instrumentación del mismo no se debe seguir este modelo como una receta que asegura el éxito, sino que se deben retomar aquellos aspectos y experiencias, tanto positivas como negativas, que permitieron generar una cultura empresarial y de innovación y que a su vez, posibilitaron el auge y éxito del *cluster*.

#### 2.4.2. Modelo europeo

En el modelo europeo, en contraste con el modelo estadounidense, no existe un acuerdo sobre la distinción entre las industrias culturales y creativas. Mientras países como Reino Unido usan el término de “industrias creativas” para referirse a todo aquello que involucre conocimiento simbólico, desde el diseño de modas, software y medios hasta las artes, países como Alemania se han limitado a usar el término de “industria” para referirse exclusivamente a la producción de bienes en masa, dejando de lado todo aquello que involucra a la cultura.<sup>160</sup>

De acuerdo a Terry Flew, esta dificultad para distinguir las industrias creativas de lo cultural dentro de la Unión Europea se debe al interés de los Estados miembros por preservar su identidad y diversidad cultural. En este sentido, la Unión Europea teme que una producción y comercialización en masa de los bienes culturales genere una homogenización, dejando de lado la diversidad de sus integrantes.<sup>161</sup>

Por otra parte, también es cierto que la cultura ha sido una de las principales herramientas de promoción de los valores europeos a nivel internacional, es por esto que los gobiernos que integran la Unión Europea se han preocupado por

---

<sup>159</sup> Antonio Regalado, *op. cit.*

<sup>160</sup> MKW Wirtschaftsforschung GmbH, “Exploitation and development of the job potential in the cultural sector in the age of digitalisation”, en *Final Report*, Commissioned by the European Commission DG Employment and Social Affairs, Alemania, junio del 2001 [en línea] Dirección URL: [http://bookshop.europa.eu/en/exploitation-and-development-of-the-job-potential-in-the-cultural-sector-in-the-age-of-digitalisation-pbKE4101971/downloads/KE-41-01-971-EN-C/KE4101971ENC\\_001.pdf](http://bookshop.europa.eu/en/exploitation-and-development-of-the-job-potential-in-the-cultural-sector-in-the-age-of-digitalisation-pbKE4101971/downloads/KE-41-01-971-EN-C/KE4101971ENC_001.pdf) [Consulta: septiembre de 2015]

<sup>161</sup> Terry Flew, *op. cit.*, p. 35.

impulsar el desarrollo de las industrias creativas tanto al interior de la Unión como a nivel internacional.<sup>162</sup>

#### 2.4.2.1. Las industrias creativas en Reino Unido

Como se había mencionado anteriormente, Reino Unido fue uno de los primeros países en destacar la importancia de las industrias creativas en la economía internacional. Durante el gobierno del Primer Ministro Tony Blair se creó el Departamento de Cultura, Medios y Deporte (DCMS por sus siglas en inglés) el cual, por su parte, estableció un grupo de trabajo enfocado específicamente en las industrias creativas, encargado de hacer una evaluación de su contribución a la economía nacional.<sup>163</sup>

Los resultados que arrojaron esta primera evaluación sirvieron para tomar conciencia de la verdadera importancia que tienen las industrias creativas para Reino Unido. En este sentido, en el reporte del 2012 se destaca que las industrias creativas generan 1.68 millones de empleos en el Reino Unido, lo cual representa 5.6% de los empleos totales. Así mismo, se señala que en tan solo un año (2011-2012) los empleos relacionados con las industrias creativas crecieron en un 8.6%. En términos monetarios, la industria creativa británica produjo 71.4 billones de libras esterlinas tan solo en el 2012, lo cual representa 5.2% de la economía británica.<sup>164</sup>

Tras la crisis económica del 2008 y la salida del gobierno del Partido Laborista en 2010, el proyecto de Tony Blair para impulsar el desarrollo de nuevas industrias creativas en Reino Unido quedó inconcluso. La recesión económica y las decisiones del nuevo gobierno, bajo el mando de David Cameron, implicaron un recorte a los apoyos para este sector de la economía, no obstante, esta situación puso de manifiesto que en el campo de la economía creativa, la dinámica y

---

<sup>162</sup> *Ibidem.*, p. 36.

<sup>163</sup> *Ibidem.*, p. 9.

<sup>164</sup> Department for Culture, Media and Sport, *Creative industries economic estimates*, Reino Unido, junio de 2014 [en línea] Dirección URL: [https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/271008/Creative\\_Industries\\_Economic\\_Estimates\\_-\\_January\\_2014.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/271008/Creative_Industries_Economic_Estimates_-_January_2014.pdf) [Consulta: septiembre de 2015]

crecimiento de las industrias creativas son independientes de las decisiones del gobierno.<sup>165</sup>

#### 2.4.2.2. *London's Tech City*

Sin lugar a dudas, la ciudad de Londres es uno de los principales promotores de las industrias creativas no solo en el Reino Unido sino en toda Europa. En la capital británica, las industrias creativas emplean a cerca 555 mil personas, lo cual representa 12.2% de los empleos totales. Así mismo, genera 57% de los empleos relacionados con la economía creativa a nivel nacional.<sup>166</sup>

En las últimas décadas, esta ciudad se ha caracterizado por una alta concentración de empleos relacionados con el diseño, arquitectura, publicidad, etc. En suma, todas estas empresas creativas atravesaban por una crisis hasta el año 2004, en gran parte debido al bajo crecimiento de los sectores financiero y de negocios.<sup>167</sup> Ante este panorama, la política científica, tecnológica y cultural se encaminó a la construcción de *hubs* o parques industriales donde dichas empresas creativas se concentraran y trabajaran en conjunto con aquellas relacionadas con la tecnología. Con dichas acciones se pretendía impulsar el desarrollo de estas empresas, así como promover la regeneración urbana a través de la construcción de nueva infraestructura.

El proyecto de *Tech City* en Londres, el cual surge a iniciativa del Primer Ministro David Cameron en 2010, es uno de los principales esfuerzos por desarrollar esta industria. Surge como apoyo al *East London Tech Cluster*, mejor conocido como *Silicon Roundabout*, y tiene como objetivo principal el promover el desarrollo de la industria tecnológica y creativa en las ciudades cercanas a Londres.<sup>168</sup>

---

<sup>165</sup> Terry Flew, *op. cit.*, p. 28.

<sup>166</sup> *Ibidem.*, p. 151.

<sup>167</sup> Jo Foord, "The new boomtown? Creative city to Tech city in east London", en *Indergaard*, Andy Pratt y Thomas Hutton, *Cities: the international journal of urban policy and planning*, Elsevier, vol. 33, Londres, agosto de 2013. p. 53 [en línea] Dirección URL: [http://ac.els-cdn.com/S0264275112001552/1-s2.0-S0264275112001552-main.pdf?\\_tid=3eb91be6-5d58-11e5-b6c0-00000aab0f26&acdnat=1442507109\\_6e2ebfd7f6cc715f45fb4d7e8d7ab1b7](http://ac.els-cdn.com/S0264275112001552/1-s2.0-S0264275112001552-main.pdf?_tid=3eb91be6-5d58-11e5-b6c0-00000aab0f26&acdnat=1442507109_6e2ebfd7f6cc715f45fb4d7e8d7ab1b7) [Consulta: septiembre de 2015]

<sup>168</sup> National Endowment for Science, Technology and the Arts, página oficial de *Tech City UK* [en línea] Dirección URL: <http://www.techcityuk.com/about-us/> [Consulta: septiembre de 2015]

En general, *Tech City UK* busca asegurar la existencia de condiciones óptimas para el desarrollo de la tecnología digital y el establecimiento de nuevas empresas en Londres y en el resto del país; estas acciones las realizan a través de políticas, estrategias y apoyos que generen un ambiente apto para este tipo de firmas. Para dar cuenta de la importancia que tiene este proyecto, el gobierno lo ha dotado con un presupuesto de 2.2 millones de libras esterlinas en el periodo 2015-2016.<sup>169</sup>

En los últimos años, las industrias creativas han tenido un crecimiento constante debido a los apoyos y programas locales para impulsarlas. Autores como Charles Landry explican la importancia de desarrollar este sector de la economía con base en cinco argumentos:

- Las actividades culturales, además de promover el desarrollo económico local, permiten concientizar a la población sobre la importancia del trabajo en comunidad.
- Tradicionalmente, las ciudades se han consolidado como las mejores incubadoras de empresas relacionadas con la cultura, la creatividad y la innovación.
- La cultura es vital en la construcción de una buena imagen de la ciudad, la cual permite una mayor proyección a nivel internacional.
- Los sectores cultural y turístico están directamente relacionados por lo que deben trabajar en conjunto en la construcción de estrategias.
- Finalmente, las actividades culturales pueden contribuir a incrementar los niveles de cohesión e inclusión social. Este argumento es particularmente importante para Londres debido a la multiculturalidad de su población.<sup>170</sup>

Una de las críticas que se le ha hecho a la estrategia en materia de industrias creativas es que el *cluster* ha tenido tal crecimiento que ha generado que la ciudad se asuma como una entidad separada del resto del Reino Unido.<sup>171</sup> Para autores

---

<sup>169</sup> *Idem.*

<sup>170</sup> Charles Landry, "London as a creative city", en John Hartley, *Creative industries*, Oxford: Blackwell, Reino Unido, 2005, p. 234.

<sup>171</sup> Terry Flew, *op. cit.*, p. 153.

como Knell y Oakley, este fenómeno puede tener como consecuencia una pérdida de identidad al reflejar cada vez menos la realidad del resto del Reino Unido.<sup>172</sup>

En suma, por lo que se refiere a Londres y a *Tech City* en general, uno de los aspectos que llama la atención es el uso de la política científica y tecnológica para promover el desarrollo de otras industrias, en concreto de la creativa y cultural. En este sentido, el gobierno local buscó integrar todas estas firmas en *hubs* que, con el respaldo de proyectos como el de *Tech City*, han logrado integrarse y conformar uno de los *clusters* creativos digitales más importantes de Europa. Así mismo, es importante destacar que el desarrollo urbano y la creación de infraestructura fueron planteados como objetivos y no como consecuencia de la construcción de dicho *cluster*.

### 2.4.3. Modelo del este asiático

Ahora toca turno de estudiar cómo se ha comportado la economía creativa en una de las regiones más dinámicas del mundo, el este asiático, en donde, el desarrollo de las industrias creativas ha sido más evidente en las grandes metrópolis, ciudades como Seúl, Taipei, Hong Kong y Singapur se han consolidado como grandes atractivos para las clases creativas.<sup>173</sup>

El auge de las industrias creativas en el este asiático se explica en gran medida por el rápido crecimiento de las grandes metrópolis. Shafid Yusub y Kaoru Nabeshima destacan siete factores que han permitido el auge de estas grandes metrópolis:

- La migración del campo a las grandes ciudades, lo cual ha restado importancia a la agricultura como actividad generadora de ingresos.
- El rápido crecimiento de la industria de servicios en los grandes centros urbanos.

---

<sup>172</sup> John Knell y Kate Oakley, *London's Creative Economy: An Accidental success?*, London: The Work Foundation London Development Agency, Provocation Series, vol. 3, no. 3, 2007, p. 13 [en línea] Dirección URL: [http://www.theworkfoundation.com/assets/docs/publications/63\\_creative\\_london.pdf](http://www.theworkfoundation.com/assets/docs/publications/63_creative_london.pdf) [Consulta: septiembre de 2015]

<sup>173</sup> Terry Flew, *op. cit.*, p. 42.

- La expansión de las tecnologías de la información y comunicación y su consolidación como la actividad más dinámica de la economía internacional.
- Los cambios en los patrones de consumo, prefiriendo bienes y servicios con alto valor agregado sobre los bienes primarios.
- La creciente importancia que han adquirido las actividades de innovación y desarrollo como fuente de competitividad.
- La relación directa entre los niveles nacionales de innovación y la creación de *clusters* enfocados a la producción de bienes creativos, tecnología e infraestructura.
- Los cambios en la regulación, tanto nacional como internacional, para facilitación del comercio y competitividad a través de las exportaciones.<sup>174</sup>

En general, los países del este asiático han instrumentado políticas y estrategias para promover la producción de bienes culturales y creativos desde la década de los noventa, los cuales han logrado posicionarse en el mercado internacional a través de políticas de la especialización y la instrumentación de economías de escala, así mismo, el creciente mercado interno de estos países les ha permitido posicionarse como una de las regiones más dinámicas, económicamente hablando.<sup>175</sup>

#### **2.4.3.1. La economía creativa en la República Popular China**

Para entender el desarrollo de las industrias creativas en China es preciso resaltar algunos aspectos históricos. Para el año de 1949, tras la revolución comunista, el control de las instituciones culturales había quedado al servicio del gobierno; en ese entonces el objetivo de dichas instituciones era promover una buena imagen del Partido Comunista a lo largo del país. En suma, la cultura era usada solamente con fines políticos. Fue hasta las reformas iniciadas por Deng Xiaoping en 1978 que la

---

<sup>174</sup> Shahid Yusuf y Kaoru Nabeshima, "Creative industries in East Asia", en *Cities*, Elsevier, Estados Unidos, 2005, p. 111 [en línea] Dirección URL: [http://ac.els-cdn.com/S0264275105000028/1-s2.0-S0264275105000028-main.pdf?\\_tid=e3027d6c-5d78-11e5-8329-00000aacb35e&acdnat=1442521129\\_a0f34cd12c3ce2874e2c335422204875](http://ac.els-cdn.com/S0264275105000028/1-s2.0-S0264275105000028-main.pdf?_tid=e3027d6c-5d78-11e5-8329-00000aacb35e&acdnat=1442521129_a0f34cd12c3ce2874e2c335422204875) [Consulta: septiembre de 2015]

<sup>175</sup> Colette Henry, *Entrepreneurship in the creative industries*, Edward Elgar Publishing Limited, Reino Unido, 2007, p. 28.

apertura al comercio internacional condujo a un rápido desarrollo de las industrias culturales y creativas,<sup>176</sup> cuyo auge fue en 2001, año en que la República Popular China ingresó formalmente a la Organización Mundial del Comercio (OMC). De acuerdo a autores como Terry Flew, este suceso obligó al gobierno a invertir grandes sumas de dinero en investigación, desarrollo e innovación con el objetivo de que las industrias creativas y culturales pudieran competir a nivel internacional.<sup>177</sup>

De acuerdo a autores como Michael Keane, los chinos prefieren usar el término de industrias culturales, ya que asumen que “la idea de la creatividad” responde a una concepción occidental, por lo tanto, una política en materia de industrias creativas en China no tendría los mismos efectos de cambio.<sup>178</sup> Esta concepción se ha ido transformando en la medida en que han visto en los bienes y servicios creativos una importante fuente de ingresos y una oportunidad para promover sus valores a nivel internacional.

A pesar de la importancia de las industrias creativas chinas a nivel internacional, aún existen obstáculos que han impedido su completo desarrollo; en suma, la mayor parte de estas empresas están sometidas a un fuerte control por parte del Estado, además de que las restricciones y censura del internet limitan el poder creativo de su población, generando una pérdida de competitividad de los bienes y servicios creativos.<sup>179</sup> En definitiva, en tanto no se resuelvan estos problemas, la economía creativa no logrará desarrollar su máximo potencial.

#### **2.4.3.2. *City of Design*, Shanghai**

Uno de los casos más emblemáticos de grandes metrópolis que se han convertido en importantes *clusters* creativos es la ciudad de Shanghai. De acuerdo a la página oficial de lo que se denomina “Shanghai: *City of Design*”, las ganancias obtenidas a través de las industrias creativas ascendieron a cerca de 442 billones de yuanes en 2010. Así mismo, se señala que en la actualidad existen 77 parques industriales en

---

<sup>176</sup> Terry Flew, *op. cit.*, p. 48.

<sup>177</sup> *Ídem*.

<sup>178</sup> Michael Keane, “Creative industries in China: four perspectives on social transformation”, en *International Journal of Cultural Policy*, vol. 15, no. 4, Estados Unidos, 2009, p. 432 [en línea] Dirección URL: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10286630902989019> [Consulta: septiembre de 2015]

<sup>179</sup> Terry Flew, *op. cit.*, p. 49.

la región, los cuales albergan en su conjunto a 8,200 empresas y generan más de 155, 000 empleos alrededor del mundo.<sup>180</sup>

De acuerdo al modelo de desarrollo de las industrias creativas en esta ciudad, el gobierno local es el encargado de guiar las actividades de cada una de las firmas, así como de movilizar los recursos para su mejor desempeño. En este sentido, en el año de 2007, el gobierno local creó el “Fondo de Desarrollo de la Industria de Servicios” con el objetivo de promover el surgimiento de nuevas empresas enfocadas a este sector. Así mismo, han surgido una serie de agencias que fungen como intermediarias entre las empresas y el gobierno.<sup>181</sup>

En la actualidad, éste es el *cluster* creativo más grande en el mundo; cerca de dos terceras partes fueron construidas en viejas fábricas, dotando a estos espacios de una nueva utilidad a través de la tecnología e infraestructura. Finalmente, de acuerdo a datos de la UNESCO, 6,111 empresas creativas de 30 países diferentes han establecido oficinas en esta región.<sup>182</sup>

Por lo que se refiere al modelo chino y en específico el de la ciudad de Shanghai, uno de los aspectos que conviene resaltar es el hecho de que gran parte de su éxito se debe a un largo proceso de planeación por parte del gobierno que, lejos de inhibir la actividad emprendedora, permitió consolidar un espacio de innovación donde el gobierno guía las acciones de las diferentes firmas. Por otra parte, uno de los aspectos que hacen distintivo a este *cluster* es el hecho de haber usado viejas construcciones para establecer sus instalaciones, lo cual demuestra la capacidad de este tipo de industrias en materia de regeneración urbana.

Con base en esta evaluación es posible dar cuenta de la importancia que ha ganado la economía creativa en la economía internacional, especialmente en aquellos países donde la cultura y la creatividad han sido identificadas como motores de crecimiento y desarrollo. A pesar de las dificultades para medir la

---

<sup>180</sup> UNESCO, *City of design, Shanghai* [en línea] Dirección URL: <http://www.creativecity.sh.cn/en/> [Consulta: septiembre de 2015]

<sup>181</sup> UNESCO, *10 things to know about Shanghai City of design, Francia*, marzo de 2011 [en línea] Dirección URL: <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001917/191772e.pdf> [Consulta: septiembre de 2015]

<sup>182</sup> *Ídem*.

economía creativa a nivel internacional, ha quedado demostrado que se trata de uno de los sectores más dinámicos, de ahí el interés por estudiar este sector.

En esta revisión de los tres modelos de *clusters* creativos que propone Terry Flew se han destacado apenas las características generales de su implementación y evolución a través de los años; cada uno de estos casos posee características que los hace únicos, no obstante, existen elementos que pueden ser retomados y aplicados en la instrumentación de una estrategia de este tipo.

En este sentido, el siguiente capítulo estará enfocado en el estudio de la economía creativa en la ciudad de Guadalajara, Jalisco. A partir de la caracterización de los diferentes actores que integran el ecosistema tapatío se hará una evaluación de los factores que han permitido el desarrollo de industrias creativas en la región, así mismo, tomando como referencia dos de los proyectos más importantes en la región en términos de economía creativa, se buscará demostrar la capacidad de una estrategia de este tipo en materia de creación de empleo, regeneración urbana, inclusión social, etc.

### 3. La economía creativa en la ciudad de Guadalajara, Jalisco

#### 3.1. La economía creativa en México

En los capítulos anteriores se han caracterizado los principales componentes de la economía creativa, la manera en que se consolidan los *clusters* creativos y sus implicaciones políticas, económicas y sociales. En este capítulo se presentan los factores que han posibilitado el desarrollo de las industrias creativas en la ciudad de Guadalajara, se estudia el papel de la economía creativa en materia de regeneración urbana y, finalmente, se hace una evaluación de la situación actual de dicho *cluster*. Para ello, es indispensable conocer la evolución de este sector de la economía, así como algunos de los principales proyectos de la industria creativa en esta región.

Para elaborar este capítulo se parte de información documental y de campo: la primera recabada en las páginas oficiales de los diferentes niveles de gobierno e instituciones involucradas en el tema, así como noticias y reportajes elaborados por los medios de comunicación locales; la segunda a partir de entrevistas realizadas en la ciudad de Guadalajara los días 27 y 28 de octubre del 2015 con la Coordinadora de moda y tendencia de INTERMODA y la Coordinadora de Análisis y Gestión de Proyectos de Ciudad Creativa Digital.

México ha sido testigo en los últimos años de la emergencia de diversas industrias en torno a la cultura y el entretenimiento. El consumo de productos creativos en el país ha tenido repercusiones a nivel político, económico, cultural y social. A pesar de que en algunos niveles de gobierno la economía creativa aún no es un área prioritaria, diferentes sectores de la sociedad han visto en esta industria un nicho de oportunidad en términos de generación de empleo, atracción de inversión y desarrollo de tecnología.<sup>183</sup>

Como ejemplo de lo anterior, y en lo que se refiere a la industria de medios de comunicación y entretenimiento, México se ha consolidado como uno de los principales exportadores de bienes creativos a nivel mundial; de acuerdo a ProMéxico, el país es el único Estado latinoamericano que se encuentra entre los

---

<sup>183</sup> ProMéxico, *Mapa de ruta – Industrias creativas, op. cit.*, p. 9.

20 más importantes. Así mismo, se espera que este sector de la economía crezca 8.9% en 2016. Este rápido crecimiento de la industria del entretenimiento ha permitido al país colocarse como líder en la producción de contenidos digitales en español.<sup>184</sup>

Una vez que se reconozca a la creatividad como un producto que genera ganancias y a la economía creativa como una de las aéreas prioritarias en la estrategia de crecimiento y desarrollo del país, será posible construir una industria autosustentable que contemple a los diferentes niveles de gobierno, iniciativa privada, academia y sociedad. Así mismo, permitirá que otros sectores de la economía creativa, además del de medios de comunicación y entretenimiento, experimenten los mismos niveles de crecimiento.

En este sentido, encontramos algunos esfuerzos regionales por desarrollar este sector de la economía. Sin duda, el auge de la economía creativa en la ciudad de Guadalajara es uno de los más importantes del país y que gradualmente se ha convertido en un referente para otras iniciativas de este tipo.

Guadalajara es la capital y ciudad más poblada del estado de Jalisco. De acuerdo al último censo del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2010), cuenta con una población de 1,495,189 habitantes.<sup>185</sup> La ciudad tiene una extensión territorial de 187.91 km<sup>2</sup> y limita al norte con Zapopan e Ixtlahuacán del Río, al oriente con Tonalá y Zapotlanejo, al sur con Tlaquepaque y al poniente con Zapopan.<sup>186</sup> Junto con otros siete municipios que conforman la Zona Metropolitana, es considerada la segunda área urbana más grande de México y la décima en América Latina.<sup>187</sup>

A través de los años esta urbe se ha consolidado como una de las ciudades más importantes de México; hoy en día, es el tercer núcleo económico del país con un Producto Interno Bruto de 77,400 millones de dólares (2012). La economía de

---

<sup>184</sup> ProMéxico, *Mapa de ruta – Industrias creativas*, op. cit., p. 19.

<sup>185</sup> Instituto Nacional de Estadística y Geografía, *Guadalajara, Jalisco*, censo del 2010 [en línea] Dirección URL: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/default.aspx?e=14> [Consulta: noviembre de 2015]

<sup>186</sup> Gobierno de Jalisco, *Municipios: Guadalajara*, ficha general [en línea] Dirección URL: <http://www.jalisco.gob.mx/es/jalisco/municipios/guadalajara> [Consulta: noviembre de 2015]

<sup>187</sup> ProMéxico, *Guadalajara, Jalisco* [en línea] Dirección URL: <http://www.promexico.gob.mx/es/mx/jalisco> [Consulta: noviembre de 2015]

esta ciudad está basada principalmente en la industria y el comercio con una importante presencia de los sectores electrónico y de tecnologías de la información.<sup>188</sup>

Hasta hace algunos años, la estrategia tapatía para la consolidación de industrias de alta tecnología estaba centrada en la industria electrónica y de tecnologías de la información. Hoy en día, en parte gracias al importante desarrollo de estos dos sectores, la economía creativa, entendida como el vínculo entre economía, cultura y tecnología, ha sido identificada como una de las áreas prioritarias en materia de innovación y desarrollo, esto debido a su capacidad para beneficiar otros sectores de la economía.

En consecuencia, el impulso de la economía creativa en esta región se ha convertido en una de las iniciativas más ambiciosas en términos de desarrollo de tecnología digital y de creación de contenido creativo en México; a partir de diversos proyectos e iniciativas se pretende articular un ecosistema creativo mediante una estrategia integral que dirija, coordine y planifique los esfuerzos en este sentido.

Como ejemplo de lo anterior, la ciudad ha tenido un importante crecimiento en materia de desarrollo de videojuegos. Hoy en día, empresas extranjeras como *Gameloft* o *Square Enix* han visto en el país una alternativa económica interesante y han decidido instalar estudios ahí. Las acciones de estas dos casas productoras forman parte de una estrategia para aprovechar la vecindad y los acuerdos económicos con el mercado de videojuegos más grande a nivel mundial, Estados Unidos.<sup>189</sup>

Las diversas iniciativas, tanto públicas como privadas, tienen como fin último el consolidar a la ciudad de Guadalajara como un polo articulador de las industrias creativas presentes y nuevas. Si bien esta investigación está centrada en dos de las iniciativas más representativas en materia de producción de contenido creativo (Ciudad Creativa Digital e INTERMODA), conviene subrayar que estos no son los únicos proyectos en este sector, no obstante, nos permiten dar cuenta de las condiciones y obstáculos que enfrenta un proyecto de esta naturaleza.

---

<sup>188</sup> *Ídem.*

<sup>189</sup> *Ídem.*

### 3.2. La incidencia del Sistema Regional de Innovación en la construcción de Guadalajara como ciudad creativa

Uno de los requisitos necesarios para impulsar la economía creativa en la región es la conformación de un Sistema Regional de Innovación que sirva como articulador de los diferentes esfuerzos e iniciativas en materia de desarrollo creativo. Así mismo, es preciso construir un ecosistema adecuado para la interacción entre empresas e instituciones generadoras de conocimiento a través de políticas públicas y estrategias que incluyan a todos los sectores de la sociedad.

A través de la instrumentación de un Sistema Regional de Innovación es posible detonar la creación de nuevas industrias de alta tecnología, en este caso, enfocadas a la producción de contenido creativo. En este sentido, el objetivo final de la construcción de un sistema de este tipo debe ser la consolidación de una cadena de valor donde tanto los pequeños productores como las grandes empresas de producción y distribución participen. De acuerdo al informe de la UNCTAD sobre la economía creativa, “las cadenas de valor complejas brindan oportunidades para conectarse con redes de producción internacional”.<sup>190</sup> En el caso de *Silicon Valley* o de *London's Tech City*, éste ha sido uno de los factores determinantes en el éxito de las empresas que ahí se establecen.

La consolidación de Guadalajara como una ciudad creativa requiere del esfuerzo de todos los sectores involucrados en la economía creativa. De acuerdo a las directrices de la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO, la cual tiene por objeto “vincular ciudades que poseen una tradición creativa en los campos de literatura, el cine, la música, las artes populares, el diseño, el arte digital y la gastronomía, y la protegen para incentivar su desarrollo económico y social”,<sup>191</sup> las industrias creativas son la materia prima de estas ciudades creativas, las cuales presentan características en común como la existencia de infraestructuras de

---

<sup>190</sup> UNCTAD, *Economía creativa: Informe 2010, op. cit.*

<sup>191</sup> UNESCO, *La Red de Ciudades Creativas de la Alianza Global: The Global Alliance for Cultural Diversity* [en línea] Dirección URL: [http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL\\_ID=31548&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL_ID=31548&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html) [Consulta: noviembre de 2015]

comunicación y transporte que les permite alcanzar una posición competitiva a nivel internacional.<sup>192</sup>

La consolidación de una ciudad creativa como promotora de *clusters* creativos, ya sea que estén enfocados a la producción artesanal o al desarrollo de software, implica un proceso complejo donde interactúan diversos elementos. En este sentido, es preciso hacer una evaluación de las condiciones que van a determinar la implementación y desarrollo de un *cluster* de este tipo. Los intereses de los diferentes niveles de gobierno, la infraestructura urbana y el acceso a financiamiento son algunos de estos elementos.

Acorde con esta estrategia surge Ciudad Creativa Digital (CCD) en la ciudad; sin duda, éste es uno de los proyectos más ambiciosos en términos de economía creativa. Con este proyecto se pretende instrumentar un ecosistema creativo que sirva como apoyo para el talento local a la vez que impulsa la consolidación de una economía basada en el conocimiento. En términos generales, el proyecto busca crear un nuevo modelo de desarrollo no solo para las industrias creativas sino para la ciudad en su conjunto.<sup>193</sup>

En palabras de Octavio Parga, el entonces presidente de Consejo de dicho proyecto (2012), “Ciudad Creativa Digital es una oportunidad histórica de transformar nuestra economía, nuestra industria tecnológica, nuestro modelo educativo, nuestro mosaico urbano y de servicios en el centro de Guadalajara continuando así la evolución e innovación de nuestra ciudad, dentro de un mundo cambiante y demandante, de competencia global y de creatividad constante”.<sup>194</sup>

Esta iniciativa es liderada por el gobierno federal y cuenta con el apoyo del gobierno del estado de Jalisco y de la ciudad, así como de las principales empresas de alta tecnología presentes en la región, universidades y sociedad en general. De acuerdo al Plan Maestro de este proyecto se pretende “consolidar a Guadalajara

---

<sup>192</sup> UNESCO, *Directrices de la Red de Ciudades Creativas de la Alianza Global* [en línea] Dirección URL: <http://www.lacult.org/docc/RedCiudCreatDirectrices.pdf> [Consulta: noviembre de 2015]

<sup>193</sup> Ciudad Creativa Digital, *Plan Maestro de Guadalajara – Ciudad Creativa Digital*, Guadalajara, noviembre de 2012 [en línea] Dirección URL: [http://ccdguadalajara.com/es\\_ES/plan-maestro/](http://ccdguadalajara.com/es_ES/plan-maestro/) [Consulta: noviembre de 2015]

<sup>194</sup> *Ídem.*

como el primer nodo global de Producción creativa digital en el mundo hispano parlante y en uno de los diez mejores a nivel internacional”.<sup>195</sup>

En general y según lo reporta la informante, éste proyecto busca cumplir un doble papel al consolidarse no solo como promotora de las industrias creativas, sino que, además, la formación y capacitación de recursos humanos ocupa un papel importante.

P: ¿Cuáles considera que son los objetivos fundamentales de Ciudad Creativa Digital?

R: Desde lo que nosotros hemos planeado, desde la dirección, son dos objetivos principales: el desarrollo de industrias y el desarrollo de educación innovativa, es decir, hacer que desde este proyecto puedas fortalecer un ecosistema con todas las partes que lo deberían integrar con la cadena de valores y desde la parte de educación innovativa es ver cómo estamos, qué estamos creando, etc. [...] por ejemplo, en la escuela Basilio Badillo tenemos un proyecto que se llama Ingenium, que tiene que ver con la parte de qué enseñas, cómo lo estás enseñando, etc. Entonces creo que eso es medular para el desarrollo de industrias y fortalecer el ecosistema.

(Coordinadora de Análisis y Gestión de Proyectos de CCD)

Este proyecto se guía por un Plan Maestro elaborado por Carlo Ratti y el Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT) con la colaboración de organismos como *Accenture*, *ARUP*, *Mobility in Chain*, Fundación Metrópoli y *FM Studio*.<sup>196</sup> Así mismo, para la instrumentación del mismo se cuenta con la participación de un gran número de instituciones gubernamentales, educativas y de financiamiento a saber:

- CADELEC, Cadena Productiva de la Electrónica A. C.
- CANIETI, Cámara Nacional de la Industria Electrónica de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información.
- CCIJ, Consejo de Cámaras Industriales de Jalisco
- CONACULTA, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes de México

---

<sup>195</sup> *Ídem.*

<sup>196</sup> *Ídem.*

- Gobierno del Estado de Jalisco, Oficina del Gobernador
- Gobierno del Estado de Jalisco, Secretaría de Planeación
- Gobierno del Estado de Jalisco, Secretaría de Promoción Económica
- H. Ayuntamiento Constitucional de Guadalajara, Presidencia Municipal
- H. Ayuntamiento Constitucional de Guadalajara, Secretaría de Planeación
- H. Ayuntamiento Constitucional de Guadalajara, Secretaría de Promoción Económica
- ITESM, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey
- ITESO, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente
- PROMEXICO
- Secretaría de Economía, Gobierno Federal
- SHF, Sociedad Hipotecaria Federal
- U de G, Universidad de Guadalajara<sup>197</sup>

Todas estas instituciones participan en el Consejo como asesores consultivos. Así mismo, existe un grupo integrado por 23 personas que coordinan las labores de Ciudad Creativa Digital.<sup>198</sup> Al respecto, la informante comenta que éste es un proyecto muy ambicioso que busca agrupar a todos los sectores de la ciudad de Guadalajara con el objetivo de conformar un ecosistema creativo.

P: ¿Quiénes son los que participan en la conformación de este proyecto?

R: Es academia, empresarios, gobierno, creativos [...] es todo un ecosistema que está dentro apoyando. Además, Ciudad Creativa Digital tiene un fideicomiso y a partir de este fideicomiso se ven todos los asuntos administrativos.

(Coordinadora de Análisis y Gestión de Proyectos de CCD)

Uno de los factores que caracterizan este proyecto y que lo hace distinto a otras iniciativas en este tipo alrededor del mundo es que busca combinar diversos proyectos en materia de tecnología digital, regeneración urbana, uso de la energía,

---

<sup>197</sup> *Ídem.*

<sup>198</sup> Gobierno del estado de Jalisco, Fideicomiso Ciudad Creativa Digital, nómina 2015 [en línea] Dirección URL: <http://transparencia.info.jalisco.gob.mx/sites/default/files/N%C3%93MINA%201ER%20QUINCENA%20DE%20NOVIEMBRE.pdf> [Consulta: noviembre de 2015]

gestión de residuos, vivienda y medio ambiente, con lo cual se busca crear una estrategia integral de desarrollo de la economía creativa en Guadalajara y de rescate de la zona centro de la ciudad.

En este punto conviene detenerse para destacar la relevancia que tiene este tipo de proyectos en la conformación de un Sistema Regional de Innovación en la ciudad. Es interesante ver como CCD retoma muchos de los puntos que se explican en el primer capítulo de este trabajo en cuanto al desarrollo de capacidades tecnológicas y a la coordinación de los diferentes actores que integran este sector de la economía. Así mismo, el proyecto incorpora estrategias de regeneración urbana y construcción de infraestructura como en los casos de *Tech City* en Londres y *City of Design* en Shanghai (desarrollados en el capítulo 2).

A pesar de tratarse de uno de los proyectos más ambiciosos en la región, hasta mediados de 2015 el proyecto se encontraba prácticamente detenido, la falta de recursos y, sobre todo, de voluntad política, había provocado que a casi tres años de haberse dado a conocer el Plan Maestro, los avances en el logro de sus objetivos fueran prácticamente nulos. No obstante, el 28 de octubre del 2015 se anunció el Primer Congreso Internacional sobre Industrias Culturales y Creativas en la ciudad de Guadalajara, el cual se celebró en noviembre de ese mismo año en el Instituto Cultural Cabañas. Con este Congreso, al que asistieron emprendedores, productores, gestores culturales, artistas, asociaciones civiles, investigadores y todos aquellos involucrados en el estudio de la economía creativa, se buscó darle un nuevo impulso al proyecto.<sup>199</sup>

Otra de las iniciativas que han surgido en la región en torno a la economía creativa y que sirve para ejemplificar la manera en que se desarrollan los proyectos de este tipo es INTERMODA. Éste es un proyecto enfocado a los sectores textil, de diseño y moda, igualmente importante en términos de producción creativa. INTERMODA es una red de negocios que se encarga de establecer vinculaciones entre los diferentes fabricantes, diseñadores, distribuidores, maquiladores, importadores y exportadores, tanto nacionales como internacionales, de todos los

---

<sup>199</sup> Secretaría de Cultura del estado de Jalisco. *Congreso Internacional de Industrias Creativas*. 30 de octubre de 2015. [en línea] Dirección URL: <http://www.jalisco.gob.mx/es/prensa/noticias/30359> [Consulta: noviembre de 2015]

segmentos de la industria de la moda. Como parte de sus actividades, organiza conferencias, pasarelas, talleres y citas de negocios que en conjunto, contribuyen a los procesos de *networking*.<sup>200</sup> En este sentido, se señala que el objetivo fundamental es

...ser la plataforma de negocios profesional que pueda reunir y dar el crédito a la industria para que se lleven a cabo negocios exitosos. Además, es poder tener los expositores que cumplan con el perfil de los productos que se están demandando y llevar a cabo la invitación de los compradores y poder ofertar un producto bueno para ellos. Nuestro principal objetivo es que se pueda tener todo el conjunto de actividades que tienen que ver con la moda y el diseño. Entonces es que la comunicación entre comprador y expositor sea la adecuada y que seamos ese canal donde se lleven a cabo los negocios.

(Coordinadora de moda y tendencia de INTERMODA)

Cabe señalar que INTERMODA no es apoyado por ningún tipo de recurso público, se trata de una iniciativa privada que surge como alternativa a la amenaza que representaba el ingreso de diversas marcas de moda estadounidenses a territorio nacional. Como consecuencia, los integrantes de las Cámaras de vestido conformaron este proyecto con el cual se busca potenciar el desarrollo de la industria de moda a nivel local, nacional e internacional.

Este proyecto, al igual que Ciudad Creativa Digital, busca apoyar y promover el talento local; ambas iniciativas, una pública y otra privada, tienen como parte de sus objetivos el posicionamiento de la región como un importante centro de producción de contenido creativo.

Sin duda, la vinculación entre los diferentes sectores que integran la economía creativa es uno de los requisitos indispensables para la conformación de un Sistema Regional de Innovación. En este sentido, se señala que uno de los problemas en Guadalajara que ha dificultado la conformación de dicho ecosistema es la falta de vinculación entre los diferentes proyectos e iniciativas.

---

<sup>200</sup> INTERMODA, ¿Qué es INTERMODA? [en línea] Dirección URL: <http://intermoda.com.mx/que-es-im/> [Consulta: noviembre de 2015]

P: Respecto a las industrias creativas en Guadalajara, ¿considera que trabajan en conjunto?

R: Pues lo que yo he detectado es que ahorita han estado trabajando por separado, pero han surgido varias iniciativas en torno a este aspecto, por ejemplo, con la industria de la moda, son las Cámaras las que han estado haciendo este trabajo y se han unido [...] Creo que vamos en ese camino, en donde si nos vamos a vincular y nos tenemos que unir para empujar de manera más sólida a la industria. Si es algo que se está proyectando.

(Coordinadora de moda y tendencia de INTERMODA)

Así mismo, por lo que se refiere a la vinculación con otros sectores, la informante resalta que existen dichos vínculos, no obstante, la mayor parte de ellos se concentran en organismos enfocados al mismo sector de la industria.

Existe el Consejo de la moda en Jalisco, que es la unión de todas las Cámaras que tienen algo que ver con la industria, que es textil, joya, calzado y vestido. Entonces ellos han estado teniendo iniciativas que incluyen el uso de nuevas tecnologías, de los eventos, unir a las universidades para que puedan tener cada uno un resultado y que podamos ir formando una industria más sólida. Entonces si es algo que se está dando en Guadalajara, creo que está empezando, pero si puede consolidarse.

(Coordinadora de moda y tendencia de INTERMODA)

De igual forma, ha establecido vínculos con órganos encargados de la promoción y organización de eventos, lo cual tiene repercusiones no solo en la difusión de nuevos talentos sino en la promoción de la ciudad como un centro turístico y de negocios.

P: ¿Tienen alguna vinculación con empresas privadas, universidades o gobierno?

R: Tenemos vinculación con la Cámara del vestido, Cámara del calzado, joyería, etc. Tenemos proyectos con ellos en donde participan también las universidades de moda de manera importante, ya sea en conferencias, en concursos, etc. [...] Tenemos por ejemplo a COFSA,

que es la agencia oficial de INTERMODA, que también es parte de la OFVC (Oficina de Visitantes y Convenciones de Guadalajara) y también tenemos una alianza con ellos porque así tenemos ese impulso al turismo también, ya que desde el área de relaciones públicas se busca difundir restaurantes, bares y actividades que puedan realizar en esa semana en la que vienen a visitarnos a Guadalajara.

(Coordinadora de moda y tendencia de INTERMODA)

Estos dos ejemplos se eligieron con el objetivo de mostrar la manera en que se desarrollan iniciativas en torno a la economía creativa en la ciudad de Guadalajara. Cada uno, desde su campo de acción, busca fortalecer este sector de la economía en la región a través de distintas estrategias; no obstante, es claro que CCD es un proyecto más amplio y más ambicioso ya que no se limita a un solo sector de la industria, sino que busca integrar a los diferentes actores que conforman el medio creativo local.

Hasta el momento ha quedado claro que las industrias creativas tienen un campo de acción e impacto muy extenso que en el caso de Guadalajara no siempre es aprovechado. En este sentido, los diferentes niveles de gobierno, empresas privadas y academia deben trabajar en conjunto para identificar aquellos sectores en que la economía creativa tiene repercusiones y de esta manera, elevar las ventajas competitivas de la ciudad y del país.<sup>201</sup> En el marco de dicha estrategia, la innovación y el aprovechamiento de los componentes endógenos van a ser factores que van a determinar el éxito o fracaso del Sistema Regional de Innovación.

### **3.3. Capacidades tecnológicas de la región**

Para entender el surgimiento de las industrias creativas en la región y de la consolidación de la ciudad de Guadalajara como uno de los principales centros de producción de contenido creativo a nivel nacional es preciso hacer una evaluación de la trayectoria de la Zona Metropolitana en términos de construcción de capacidades tecnológicas, entendidas como el conjunto de capacidades, recursos,

---

<sup>201</sup> ProMéxico, *Mapa de ruta – Industrias creativas, op. cit.*, p. 10.

incentivos e instituciones que en conjunto contribuyen a la creación, adquisición y explotación del conocimiento y la tecnología.

En este sentido, encontramos que uno de los principales actores en el desarrollo de la industria electrónica en México es la Cámara Nacional de la Industria Electrónica, de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información (CANIETI), la cual es “una institución de interés público, autónoma, con personalidad jurídica y patrimonio propio cuya labor es promover el desarrollo competitivo de la Industria Nacional”.<sup>202</sup>

En lo que se refiere a la consolidación de un *cluster* electrónico, en el año 2009 la CANIETI creó la Coordinación Nacional de Clústeres, la cual tiene como objetivo “asegurar la participación de la industria, academia, gobierno, asociaciones y organizaciones en general involucradas en el desarrollo del Sector de Tecnologías de la Información en México”<sup>203</sup>, de esta manera, está integrada por siete *clusters* a nivel nacional, uno de ellos es el Centro de Software de Jalisco, el cual está a cargo de la Ing. Margarita Solís.<sup>204</sup>

Otro de los actores relevantes en esta estrategia es el Instituto Jalisciense de Tecnologías de la Información (IJALTI), el cual es una Asociación Civil sin fines de lucro, conformada por los representantes de la industria, la academia, el gobierno y la sociedad que tiene como objetivo articular y coordinar distintos proyectos de Alta Tecnología a nivel estatal, nacional e internacional. Dicho Instituto tiene como objetivo último consolidarse como el *cluster* de Tecnologías de la Información y Comunicaciones líder en México y de los más importantes en Latinoamérica.<sup>205</sup>

Por otra parte, en lo que se refiere a la formación de capital humano especializado, de acuerdo al Sistema Estatal de Información Jalisco (SEIJAL), la ciudad de Guadalajara cuenta con 85 instituciones de educación superior, a las

---

<sup>202</sup> Cámara Nacional de la Industria Electrónica, de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información, CANIETI, *Página Oficial, ¿Quiénes somos?* [en línea] Dirección URL: <http://www.canieti.org/canieti/quienessomos.aspx> [Consulta: noviembre de 2015]

<sup>203</sup> *Ídem.*

<sup>204</sup> *Ídem.*

<sup>205</sup> Instituto Jalisciense de Tecnologías de la Información, *Conoce al IJALTI* [en línea] Dirección URL: <http://ijalti.org.mx/ijalti/> [Consulta: noviembre de 2015]

cuales asisten un total de 98,490 alumnos.<sup>206</sup> Así mismo, de acuerdo al último censo del INEGI, Guadalajara cuenta con 225,732 habitantes con nivel profesional de estudios, de los cuales 19,141 cuentan con algún posgrado.<sup>207</sup>

De igual forma, de acuerdo con la base de datos de estadísticas de educación superior del año 2014 de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES), la Universidad de Guadalajara (U. de G.), el Instituto Tecnológico de Estudios de Occidente (ITESO) y el Tecnológico de Monterrey campus Guadalajara son las instituciones que concentran un mayor número de carreras relacionadas con las industrias creativas. Así mismo, se encontró una gran cantidad instituciones de estudios especializados en música, diseño de modas, diseño audiovisual, tecnologías de la información, entre otras.<sup>208</sup>

De esta forma se hace evidente la existencia de instituciones educativas y capital humano especializado en la región como fuentes de conocimiento e innovación. Cabe señalar que, como se explicó en el capítulo anterior, la denominada clase creativa está conformada por una gran variedad de sectores, desde especialistas en producción de contenido creativo hasta administradores, contadores, economistas, etc.

En efecto, iniciativas como INTERMODA y CCD han servido como promotores de talentos locales y catalizadores de nuevas propuestas. En este sentido, INTERMODA tiene como uno de sus objetivos el promover el capital humano especializado en diseño de modas; esto a través de exposiciones y de asesoramiento en los procesos de *networking*.

P: ¿Qué tipo de relación tiene INTERMODA con las universidades locales y cómo se beneficia?

R: actualmente la parte turística y todas las iniciativas que se están dando sobre diseño se han realizado aquí y se han empujado en

---

<sup>206</sup> SEIJAL *Sistema Estatal de Información Jalisco* [en línea] Dirección URL: <http://www.seijal.gob.mx/> [Consulta: noviembre de 2015]

<sup>207</sup> Instituto Nacional de Estadística y Geografía, *op. cit.*

<sup>208</sup> ANUIES Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior, *Anuarios Estadísticos de Educación Superior*, Ciclo escolar 2014-2015 [en línea] Dirección URL: <http://www.anuies.mx/iinformacion-y-servicios/informacion-estadistica-de-educacion-superior/anuario-estadistico-de-educacion-superior> [Consulta: noviembre de 2015]

conjunto. Es por eso que Guadalajara ha empezado a destacar en la parte de diseño [...] se ha estado empujando mucho a los diseñadores tapatíos y también algunos otros que no necesariamente son de Guadalajara [...] muchos de los que están buscando destacar en diseño de modas o en diseño de productos vinieron a estudiar aquí en Guadalajara.

(Coordinadora de moda y tendencia de INTERMODA)

En el ámbito de la industria turística y de servicios, la ciudad cuenta con diversos organismos. Como ejemplo de lo anterior se encuentra COFSA, la cual es una empresa jalisciense encargada de la coordinación, planeación y logística de todo tipo de eventos; COFSA organiza congresos, convenciones, reuniones empresariales y exposiciones y tiene una fuerte vinculación con los sectores público y privado locales. Dicha empresa trabaja en conjunto con el gobierno de la ciudad, la Asociación de hoteles de Jalisco A. C. y la Cámara de Comercio de Guadalajara.<sup>209</sup> En el caso de la Oficina de Visitantes y Convenciones de Guadalajara (OFVC), es una asociación sin fines de lucro que se encarga de brindar asesoramiento a las autoridades locales con el objetivo de posicionarla como ciudad anfitriona en múltiples eventos, nacionales e internacionales.<sup>210</sup>

Si bien estos dos organismos no están directamente relacionados con la economía creativa local, ambos han participado en la organización de eventos y exposiciones para la difusión de este sector de la economía. A través de la organización de diversos eventos y en colaboración con las autoridades locales, dichas entidades la han posicionado como sede de eventos de calidad internacional. Cabe señalar que, en la cadena de valor de la economía creativa, la difusión y promoción del contenido creativo es tan importante como la creación misma; empresas como INTERMODA son conscientes de este factor y han sabido aprovechar las instancias que ofrece la ciudad para dicho fin.

---

<sup>209</sup> COFSA *Hospitality*, página oficial [en línea] Dirección URL: <http://www.cofsa.com.mx/new/> [Consulta: noviembre de 2015]

<sup>210</sup> Oficina de Visitantes y Convenciones de Guadalajara, página oficial [en línea] Dirección URL: <http://www.guadalajaramidestino.com/> [Consulta: noviembre de 2015]

Con base en lo anterior se puede decir que la presencia de instituciones de apoyo y financiamiento, la existencia de capital humano especializado, así como la difusión de la cultura del emprendimiento desde los diferentes niveles de gobierno, dotan a la ciudad de las condiciones necesarias para configurar una estrategia en torno industrias creativas. Por su parte, la informante resalta que, en el caso de Ciudad Creativa Digital, en el marco del proceso de selección de la ciudad que albergaría el proyecto, Guadalajara compitió junto con otras ciudades de México para ser la sede del mismo. Finalmente, resultó ganadora y se iniciaron una serie de estudios para aprovechar todas estas ventajas que se presentaban en ese lugar.

P: ¿Por qué Guadalajara?

R: Porque todavía es una ciudad que está creciendo [...] Aquí todavía eso favorece que el ecosistema se puede articular más porque la movilidad está más accesible, porque todavía están sucediendo muchas cosas, tienes toda la parte manufacturera, hay mil oportunidades de crecimiento y se nota que aquí está pasando algo.

(Coordinadora de Análisis y Gestión de Proyectos de CCD)

En definitiva, a través de la generación de capital humano especializado, la creación de capacidades tecnológicas y una estrategia integral de desarrollo será posible dotar a la ciudad de un motor interno de crecimiento económico que permita obtener cierta independencia en la toma de decisiones y autosuficiencia en los procesos de desarrollo. No obstante, la carencia de una infraestructura adecuada, la desvinculación de proyectos y la persistencia de problemas sociales como la marginación y desigualdad presentes en algunas zonas de la ciudad son asuntos que sin duda dificultan esta labor.

### **3.4. El papel de los sectores público y privado en la consolidación de un *cluster* creativo**

La finalidad de este apartado es destacar algunos de los principales esfuerzos que se han realizado en Guadalajara en torno a la consolidación de la economía creativa local. De acuerdo a autores como Ana Carla Fonseca, tanto el sector público como privado tienen un rol muy claro en el desarrollo de las industrias creativas; al

respecto, la autora presenta una serie de acciones que se resumen en el siguiente cuadro:<sup>211</sup>

**Cuadro 1: Papel de los sectores público y privado en la economía creativa**

	Sector público	Sector privado
<b>Acciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inversión en infraestructura y capacitación.</li> <li>• Implementación de mecanismos de financiación.</li> <li>• Fomento de acciones creativas con distintos perfiles.</li> <li>• Alineación de políticas sectoriales.</li> <li>• La institución de un marco regulador y jurídico que sostenga la economía creativa.</li> <li>• Participación activa en negociaciones internacionales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprovechamiento de negocios.</li> <li>• Innovación</li> <li>• Exploración de nuevos mercados y nuevos mecanismos para alcanzar antiguos mercados</li> <li>• Búsqueda de formas alternativas de negocios.</li> <li>• Establecimiento de alianzas con otras industrias creativas y otros sectores económicos.</li> <li>• Revisión de la relación que se establece con la sociedad, los proveedores y los canales de distribución.</li> </ul>

**Fuente:** Elaboración propia con base en el documento “Economía creativa como estrategia de desarrollo” de Ana Carla Fonseca, Sao Paulo, 2008.

De igual forma, el IJALTI señala los principales objetivos por sector para la construcción de un *cluster*, específicamente en el ámbito de las Tecnologías de la Información:

<sup>211</sup> Ana Carla Fonseca, *Economía creativa como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo*, Itaú Cultural, Sao Paulo, 2008 [en línea] Dirección URL: [http://sic.conaculta.gob.mx/centrodoc\\_documentos/555.pdf](http://sic.conaculta.gob.mx/centrodoc_documentos/555.pdf) [Consulta: noviembre de 2015]

- **Gobierno:** facilitar el desarrollo y consolidación de la Sociedad de la Información a través del diseño e implementación de políticas públicas y proyectos en este sentido.
- **Industria:** contribuir al desarrollo de las capacidades tecnológicas de la región, así como de las pequeñas, medianas y grandes empresas que ahí se encuentran a través de vinculaciones con otros sectores y de la instrumentación de proyectos basados en la innovación.
- **Academia:** apoyar en la vinculación de la academia con la industria para el diseño de programas de desarrollo de capital humano especializado.
- **Sociedad:** mejoramiento de las condiciones de vida de la población través de estrategias que promuevan la inclusión y la regeneración urbana.<sup>212</sup>

En ambas clasificaciones se demuestra que no existe un sector más importante que el otro; como se estudió anteriormente, en la conformación de un Sistema Regional de Innovación y en la configuración de un *cluster* de cualquier tipo, todos los actores involucrados son relevantes. En relación al caso de la economía creativa local, es preciso mencionar algunos de los esfuerzos por consolidar este sector en los diferentes órdenes de gobierno,

El gobierno federal, a través de ProMéxico ha implementado una serie de estrategias en torno a las industrias creativas. Como parte de este esfuerzo, dicha oficina elaboró un mapa de ruta con el cual se pretende formular, instrumentar y comunicar una estrategia sectorial en este sentido; dicho sistema de planeación busca identificar los sectores estratégicos y nichos de oportunidad a través de la participación de diversas instituciones públicas y privadas.<sup>213</sup>

Cabe señalar que dicho mapa de ruta refiere como industrias creativas a las cinematográficas, de animación, desarrollo audiovisual televisivo y publicitario, multimedia, aprendizaje electrónico y desarrollo de videojuegos, es decir, se centra en aquellas ramas que tiene que ver con la tecnología digital, dejando de lado sectores tradicionales como la música, artes escénicas, literatura, etc., las cuales

---

<sup>212</sup> Instituto Jalisciense de Tecnologías de la Información, *op. cit.*

<sup>213</sup> ProMéxico. *Mapa de ruta – Industrias creativas, op. cit.*, p. 15.

también son relevantes en términos de identidad y de producción de contenido creativo.

De igual forma, ProMéxico identifica una serie de factores y tendencias que intervienen en la estrategia de fortalecimiento de las industrias creativas; en el siguiente esquema se señalan algunas de las más importantes:

<b>Cuadro 2. Tendencias que determinan la competitividad de las industrias creativas</b>		
<b>Sociedad</b>	<b>Sector privado tecnológico</b>	<b>Gobierno</b>
Redes sociales	Acceso móvil y red	Políticas económicas globales
Gestión y capacitación de talento	Implementación de estándares e infraestructuras de información abierta	Políticas públicas alineadas al desarrollo de subsectores creativos
Liberación de conocimiento	Capacitación de alto nivel	Revaloración de la propiedad intelectual
Consumo digital	Transferencia tecnológica	
Desarrollo de contenido digital personalizado a los gustos de los usuarios	Incremento de redes de conocimiento	
	Relación de trabajo entre industrias	

**Fuente:** Elaboración propia con base en el documento “Mapa de ruta – industrias creativas” de ProMéxico, 2013.

Sin duda, a partir de la identificación de los factores que determinan la competitividad de estas industrias es posible construir estrategias que permitan desarrollar el sector creativo. Así mismo, con base en la identificación de estas tendencias es posible reconocer las tareas pendientes.

En cuanto al papel del gobierno estatal, durante la actual administración del gobernador Jorge Aristóteles Sandoval Díaz se creó la Ley de Ciencia, Desarrollo Tecnológico e Innovación del estado de Jalisco en la cual se declara “de orden público e interés general, impulsar, fomentar y coordinar las diversas acciones públicas y privadas orientadas al desarrollo científico, tecnológico, de innovación e

impulso al conocimiento en el Estado de Jalisco”.<sup>214</sup> Así mismo, se señala que el objetivo de dicha ley es “establecer las bases, instrumentos, mecanismos y organización del desarrollo científico, tecnológico, de innovación e impulso al conocimiento en el Estado; así como crear y regular el funcionamiento del Consejo Estatal de Ciencia y Tecnología de Jalisco y del Fondo Estatal de Ciencia y Tecnología”.<sup>215</sup>

En este sentido, la Secretaría de Innovación Ciencia y Tecnología es uno de los órganos que dirige las acciones en torno a la investigación y desarrollo del estado de Jalisco. Como se explicó anteriormente, esta instancia gubernamental trabaja en colaboración con el Consejo Estatal de Ciencia y Tecnología (COECYTJAL), un órgano descentralizado que tiene como objetivo “coadyuvar con la Secretaría en el desarrollo de las acciones públicas y privada relacionadas con la investigación, innovación científica, tecnológica y educativa, el emprendimiento empresarial y social, la protección de la propiedad intelectual y el desarrollo y transferencia de conocimientos y tecnología de la Entidad”.<sup>216</sup>

Finalmente, una de las iniciativas más relevantes por parte del gobierno estatal en términos de acceso a la tecnología es la denominada “Estrategia Jalisco Digital”, la cual busca poner a disposición de los jaliscienses una red de tecnologías y servicios digitales “que les permitan tener alternativas de formación educativa, empleo, emprendimiento, capacitación laboral, entretenimiento, esparcimiento cultural, difusión de sus costumbres, opciones turísticas, comercio electrónico, conocimiento de programas de gobierno y consulta y realización de trámites, entre otras opciones”.<sup>217</sup>

Esta estrategia cuenta con la colaboración de la industria de tecnologías de la información y de la academia; en conjunto buscan acercar este tipo de tecnologías a la población y a las pequeñas y medianas empresas con el fin de

---

<sup>214</sup> Gobierno del estado de Jalisco, *Ley de Ciencia, Desarrollo Tecnológico e Innovación del estado de Jalisco* artículo 1 [en línea] Dirección URL: <http://www.conacyt.gob.mx/siicyt/index.php/normatividad-de-ciencia-y-tecnologia-en-los-estados/82--38?path=> [Consulta: noviembre de 2015]

<sup>215</sup> *Ídem*.

<sup>216</sup> Gobierno del estado de Jalisco, *Consejo Estatal de Ciencia y Tecnología – COECYTJAL* [en línea] Dirección URL: <http://www.jalisco.gob.mx/es/gobierno/organismos/1859> [Consulta: noviembre de 2015]

<sup>217</sup> Gobierno del estado de Jalisco, *¿Por qué una estrategia digital?*, Jalisco Digital, Guadalajara, 2012 [en línea] Dirección URL: <http://www.jaliscodigital.mx/por-que-una-estrategia-digital/> [Consulta: noviembre de 2015]

impulsar un ecosistema de alta tecnología en el estado de Jalisco; todo esto a través de iniciativas en materia de innovación, emprendimiento, transferencia de tecnología, formación de talento, desarrollo de nuevos modelos de negocio, etc.<sup>218</sup>

Todas estas acciones forman parte de una estrategia por articular un Sistema Regional de Innovación a partir del desarrollo y aprovechamiento de las capacidades tecnológicas con las que cuenta el estado de Jalisco y en particular, la ciudad de Guadalajara; en definitiva, dicha estrategia será exitosa en la medida en que esté fundamentada en el trabajo coordinado del gobierno, industria y academia.

### **3.5. La economía creativa como estrategia de desarrollo y regeneración urbana**

Como se ha estudiado anteriormente, la economía creativa, entendida como la transformación de la creatividad de las personas en productos, servicios y propuestas, se ha posicionado como una alternativa viable de desarrollo y regeneración urbana.

Más allá del estudio de las industrias creativas y sus beneficios en términos de generación de riqueza, creación de empleo e incremento de las exportaciones, la economía creativa busca entender el impacto de estos bienes y servicios en otros sectores de la economía y los vínculos que se establecen entre ellos, generando cambios sociales, políticos, económicos y educativos.<sup>219</sup> De acuerdo con Ana Carla Fonseca, “la economía creativa es una oportunidad de rescatar al ciudadano (insertándolo socialmente) y al consumidor (incluyéndolo económicamente) por medio de un activo que emana de su propia formación, cultura y raíces”.<sup>220</sup> De esta manera, cumple con una de las funciones de la innovación: la generación de valor para la sociedad.

Con el fin de asegurar un crecimiento sostenido de la ciudad es preciso crear estrategias que permitan mantener estándares de mejora continua en términos de innovación y que conduzcan a una diversificación de la actividad económica local.

---

<sup>218</sup> *Ídem*.

<sup>219</sup> Ana Carla Fonseca, *Economía creativa como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo*, *op. cit.*, p. 24.

<sup>220</sup> *Íbidem*, p. 25.

En este sentido, es indispensable crear espacios donde dichos procesos de innovación y creación se puedan desarrollar.

Respecto a los beneficios que recibe la ciudad de Guadalajara con la instrumentación de proyectos en torno a la economía creativa, la informante señala que una de las principales aportaciones de INTERMODA, además de la promoción de talento nuevo, es la difusión que se le da a la ciudad como centro de moda y la consolidación de la misma como un lugar atractivo para llevar a cabo negocios.

P: ¿Considera que INTERMODA le aporta algo a Guadalajara?

R: Si, estamos dos veces al año en la Expo Guadalajara y tenemos alrededor de 60 diseñadores, entre nuevos talentos y *designers* que están un poco más consolidados. Tenemos diferentes plataformas y entonces creo que, si les damos un empuje en cuanto a la parte de negocios, es decir, que vayan formando esa consolidación como empresas y también una parte de diseño, ya que invitamos a medios de comunicación y *bloggers* para hacer una mayor difusión de lo que ellos están presentando.

(Coordinadora de moda y tendencia de INTERMODA)

En cuanto al proyecto de Ciudad Creativa Digital, la parte central del proyecto se sitúa en el parque Morelos, uno de los espacios más emblemáticos de la zona centro de la ciudad y que hasta hace algunos años se encontraba prácticamente abandonado. A través de distintos estudios por parte de universidades como el Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT por sus siglas en inglés), se determinó que este parque era el lugar idóneo para instrumentar este proyecto.<sup>221</sup>

De acuerdo al Plan Maestro, se plantean cinco objetivos principales en materia de regeneración urbana:

- Rehabilitación integral del Centro Histórico y sus alrededores.
- Optimización de la movilidad por medio de mejoras orientadas al transporte público, al flujo vehicular, al desplazamiento peatonal y en medios alternativos.

---

<sup>221</sup> Ciudad Creativa Digital, *op. cit.*

- Creación de espacios dinámicos que fomenten la creatividad, el talento, la innovación y la interacción, así mismo, se incluye vivienda, centros de trabajo, ocio y educación.
- Renovación de la infraestructura urbana (agua, energía, gas, etc.)
- Optimización de sistemas de vigilancia y seguridad.<sup>222</sup>

A través de una estrategia de “mosaico urbano” se pretende instrumentar acciones de rescate y de renovación urbana en las diferentes zonas que comprenden el proyecto de Ciudad Creativa Digital, esto sin modificar la identidad de cada una de estas zonas. Así mismo, con base en estrategias de reconstrucción del tejido social se pretende dotar al proyecto de un carácter social, además del económico.<sup>223</sup> En este sentido, en octubre de 2015, el Presidente del fideicomiso de Ciudad Creativa Digital, Mauricio Navarro, anunció la construcción del primer complejo creativo en el Parque Morelos, el cual albergará empresas, algunas áreas de incubación, así como comercios y áreas de esparcimiento.

En el centro de Guadalajara, por su fundación y por lo que ha venido pasando, es comercial, entonces hay muchísimo potencial, hay todo para tener un nuevo ecosistema. Lo que pasa en el parque Morelos es que se plantearon ya varios intentos, se intentaron hacer las villas panamericanas, por ejemplo, es decir, ha habido a nivel de historia de Guadalajara varios intentos de estar ahí, no se ha podido y por eso se planteó una nueva regeneración y reconstrucción de ese espacio que podría dar muchísimo por sus mismas características y porque ha sido un espacio olvidado.

(Coordinadora de Análisis y Gestión de Proyectos de CCD)

Así mismo, la informante habla de este modelo de desarrollo que se busca implementar en el centro de la ciudad de Guadalajara y señala que después de diferentes intentos por rescatar este espacio tan representativo de la ciudad como

---

<sup>222</sup> *Ídem.*

<sup>223</sup> *Ídem.*

es el Parque Morelos, se identificó a Ciudad Creativa Digital como una alternativa viable para realizar dicha tarea.

Como se estudió en el primer capítulo de este trabajo, el desarrollo, entendido como la transformación cualitativa de la sociedad y la economía, requiere de un largo proceso de aprendizaje social. El éxito o fracaso de dicho proceso va a estar determinado por la relación de la sociedad con las instituciones públicas y privadas, es decir, los mecanismos de participación y de toma de decisión influyen de forma considerable en la instrumentación de una estrategia de este tipo.

En suma, el proyecto sirve para demostrar cómo una iniciativa en términos de desarrollo de la economía creativa puede ir de la mano de procesos de regeneración urbana y de una estrategia de desarrollo, entendidos como el mejoramiento en las condiciones de vida de la población. Cabe señalar que el caso de CCD es único en términos de incorporar tres ejes en un mismo proyecto: restablecimiento del tejido social, desarrollo de industrias y renovación urbana

### **3.6. Principales retos en el desarrollo de empresas locales de desarrollo creativo**

Sin duda, uno de los mayores retos para la construcción de un *cluster* creativo es la articulación de los sectores público, privado, sociedad civil y universidades. Como se había estudiado anteriormente, cada uno de estos elementos juega un rol muy claro dentro de un Sistema Regional de Innovación. Es preciso identificar las tareas que le corresponden a cada uno de los actores involucrados, así como realizar un seguimiento sobre el cumplimiento de las mismas.

Por lo que se refiere al sector público, las instituciones de gobierno deben funcionar como los agentes aglutinadores y coordinadores de los diferentes esfuerzos en términos de industrias creativas. De igual forma, el establecimiento de reglas y de mecanismos de participación forman parte de su labor.

Sin duda, uno de los retos en la instrumentación de una estrategia de este tipo es superar los cambios en la administración del gobierno. En el caso de Ciudad Creativa Digital, se trata de una iniciativa federal que surge en 2012 bajo la administración de Felipe Calderón y que hoy en día el gobierno de Enrique Peña Nieto ha apoyado, Se podría decir que a pesar de los cambios de gobierno a nivel

municipal, estatal y federal, el proyecto de CCD se ha mantenido como uno de los más importantes en la ciudad, no obstante, dicho apoyo no se ha traducido en beneficios reales ya que a la fecha los resultados del proyecto son prácticamente nulos.

Por otra parte, otro de los retos para garantizar la sostenibilidad de la producción cultural es la capacitación de la denominada clase creativa, es aquí donde las universidades juegan un rol fundamental como semilleros de talentos. En el caso de Guadalajara, la presencia de universidades de alto nivel contribuye a asegurar la presencia de capital humano especializado. Es preciso señalar también que la clase creativa incluye no solo a los creadores de contenido, sino que incorpora a especialistas en *marketing*, administración, diseño, etc., lo cual significa que diversos sectores son beneficiados con el desarrollo de la economía creativa.

Así mismo, la promoción de las micro y pequeñas empresas (incluyendo las individuales) es fundamental en una estrategia de este tipo. De acuerdo a Ana Carla Fonseca, el reconocimiento de su papel es clave para impulsar la economía creativa como una estrategia de desarrollo, esto debido a que son ellas las principales generadoras de empleos y las principales proveedoras y distribuidoras de los bienes y servicios creativos.<sup>224</sup>

Por otro lado, a lo largo de esta investigación ha quedado clara la importancia de las nuevas tecnologías en la economía creativa; en términos generales, ofrecen la posibilidad de crear, almacenar y distribuir información y de producir nuevos bienes y servicios creativos, así mismo, permiten crear nuevos modelos de negocios y de distribución. En el caso de Guadalajara, a pesar de contar con estrategias como “Jalisco Digital”, no se ha logrado una verdadera penetración y aprovechamiento de las tecnologías de la información. Es conveniente destacar que a lo largo de las entrevistas se hizo evidente que hasta el momento el uso de estas herramientas se ha limitado a las tareas de difusión y almacenamiento de la información, dejando de lado una de sus principales funciones, la creación de contenido.

---

<sup>224</sup> Ana Carla Fonseca, *Economía creativa como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo*, op. cit., p. 33.

Sin duda, la creación y adquisición de contenido digital crecerá a medida que se facilite el acceso a internet. En este sentido, las políticas públicas deben estar encaminadas a generalizar el acceso a la banda ancha, así como promover la buena utilización y aprovechamiento de los recursos que ofrece. Es decir, no basta con garantizar el acceso a este recurso en términos de infraestructura, sino que esta estrategia debe estar acompañada de procesos de aprendizaje que sirvan para asegurar que dicha tecnología será aprovechada, aquí es donde las instituciones educativas juegan un papel fundamental.

Una de las informantes señala que otro de los retos en la configuración de una estrategia de industrias creativas es comprender las implicaciones que tiene esta industria en otros sectores de la economía, es decir, en la conformación de una cadena de valor, la cual, en el caso de la economía creativa, es muy compleja, lo cual ha quedado demostrado en las dificultades para dimensionar el verdadero impacto de estas industrias en términos económicos.

Hay que entender que el sector creativo no ha sido tomado en cuenta desde lo que debe ser [...] hay que entender que hay toda una cadena de valor económica. Entonces medir en términos económicos ese tipo de cosas cuesta [...] hay que saber que el ecosistema es muy cambiante, muy dinámico y hay que saber leerlo, o sea, hay que saber estar a la altura de lo que está pasando en el mundo, hay que saber estar empapados de lo que está pasando en tu país, en tu región para, sobre todo, producir procesos identitarios importantes que los puedas detonar, los puedas vincular y puedas generar un ecosistema.

(Coordinadora de Análisis y Gestión de Proyectos de CCD)

Así mismo, añade que el cambio y el dinamismo de este sector obligan a replantear constantemente las estrategias en torno al desarrollo de la economía creativa, esto debido a que uno de sus componentes más importantes, la tecnología, está en constante evolución y provoca cambios en la forma en cómo se producen, distribuyen y consumen los contenidos creativos.

Si tienes un ecosistema tan cambiante, hay que cambiar [...] no te puedes quedar con lo anterior porque la ciudad cambia. Tienes todos los

factores cambiantes, la ciudad, lo digital y la creatividad. Es decir, trabajas con tres elementos que son muy cambiantes y necesitas ponerte a la altura de todo.

(Coordinadora de Análisis y Gestión de Proyectos de CCD)

En consonancia con lo anterior, uno de los obstáculos que enfrenta cualquier estrategia de desarrollo de la economía creativa es el mapeo de las industrias que tienen presencia en la región. Como quedó demostrado en el primer capítulo, a pesar de los diferentes esfuerzos por medir y dimensionarlo, los altos niveles de informalidad, las diferencias en los sistemas de clasificación y el dinamismo de este sector son algunos de los factores que dificultan dicha tarea.<sup>225</sup>

Como se ha estudiado a lo largo de esta investigación, uno de los principales retos en la conformación de un *cluster* creativo es el establecimiento de vínculos. Aquí es donde la ciudad de Guadalajara presenta mayores dificultades. La falta de construcción de redes y el desinterés por parte de las instituciones en este sentido han provocado que en esta ciudad se desarrollen proyectos aislados, es decir, sin ninguna vinculación con otras iniciativas de este tipo, con la sociedad y con la ciudad en su conjunto. Al respecto, la informante señala que, en el caso de CCD, la vinculación ha sido una de las tareas más complicadas a lo largo del desarrollo del proyecto.

P: ¿Cuáles considera que son las tareas pendientes de las industrias creativas en Guadalajara?

R: Pienso que vinculación, desde mi parte yo lo he visto mucho, o sea, tenemos muchos creativos, pero necesitamos entender y permear en la cultura de la vinculación y de la colaboración [...] desde las universidades debemos entender que no nos estamos robando unos a otros, entender que vamos para un fin común y que todos tenemos que ir para allá, desde nivel gobierno, universidades, creativos, etc. hay que permear una cultura de la vinculación.

(Coordinadora de Análisis y Gestión de Proyectos de CCD)

---

<sup>225</sup> *Ibidem.* p. 87.

La percepción de una falta de vinculación entre los diferentes proyectos de industrias creativas fue evidente en ambas entrevistas. Las dos informantes consideran que, en efecto, en Guadalajara han surgido distintos proyectos en este sentido, no obstante, la falta de vinculación y constante competencia entre los mismos ha impedido la consolidación de un ecosistema donde todos se beneficien de la economía creativa.

P: ¿Cuáles han sido los principales obstáculos para que se den dichos vínculos?

R: Se necesita tener un buen organismo que esté haciendo ese trabajo. Por ejemplo, en cuestión de innovación social en el DF, el GMap empezó como una idea de hacer un mapa interactivo de qué está pasando en cuestión de innovación social y justo era un mapa que decía dónde estaba cada lugar que tiene innovación, con quién se puede vincular, qué universidades hay, qué personas, algo así estaría bien para Guadalajara. Creo que falta también mucha voluntad política, que los proyectos se entiendan como son y no vayan a pararse el cuello de manera personal. Tenemos que trabajar con todas estas organizaciones para que funcione, pero de repente los intereses entre unos y otros cuestan bastante [...] Además hace falta descentralizar y creo que Guadalajara está en un muy buen momento para empezar a subir en ese ámbito. Creo que en cuestión de momentos Guadalajara es una ciudad idónea para dar muchos proyectos y me parece importantísimo hacer descentralización para que sucedan cosas y para que se vea que están sucediendo.

(Coordinadora de Análisis y Gestión de Proyectos de CCD)

Respecto a este punto, la informante señala que dicha desvinculación entre los distintos proyectos se debe en gran medida a la inexistencia de un organismo que se encargue de coordinar los distintos esfuerzos en este sentido. De igual forma, menciona que en Guadalajara no existe una herramienta que permita hacer un mapeo de las diferentes industrias locales, lo cual se traduce en un desconocimiento de las capacidades locales e impide crear una estrategia integral

donde se incluyan los diferentes sectores de la economía creativa que tienen presencia en la ciudad.

P: ¿Cuáles han sido los principales obstáculos para que se den dichos vínculos?

R: Creo que es el ponerse de acuerdo, o sea, la comunicación [...] normalmente cuando nosotros hacemos alguna vinculación con alguna otra iniciativa privada pues se busca el ganar-ganar. Entonces creo que ese sería un reto importante que se debe trabajar, que todos estén en el mismo canal, que todos tengan un objetivo en común y que tengan claro que van a trabajar para un fin común y que cada uno desde su trinchera tenga esa ventaja o ese beneficio que está buscando. Creo que depende mucho de cada una de las áreas de las que estamos hablando, pero creo que si pueden hacer una célula entre todos.

(Coordinadora de moda y tendencia de INTERMODA)

Ante la inexistencia de un órgano que se encargue de coordinar los diferentes esfuerzos e iniciativas en producción de contenido creativo, tanto INTERMODA como Ciudad Creativa Digital buscan asumir dicho papel. No obstante, dadas las condiciones de la ciudad y de la economía creativa en general, estos dos proyectos resultan insuficientes para la magnitud de este problema.

Finalmente, uno de los retos más importantes para la consolidación de industrias creativas es garantizar el acceso al financiamiento. Sin duda, la existencia de órganos de promoción y financiamiento de proyectos resulta vital en la consolidación de una estrategia de fortalecimiento de las industrias creativas. Así mismo, organismos como el Banco Interamericano de Desarrollo destacan que una de las principales causas de fracaso de los proyectos en este sentido es la falta de recursos económicos.<sup>226</sup> En el caso de CCD, la falta de presupuesto ha sido uno de los factores que ha impedido el despegue del proyecto; esto obliga a buscar otras fuentes de financiamiento en el sector privado que sirvan para detonar todo lo que se ha proyectado con esta iniciativa.

---

<sup>226</sup> *Ídem.*

En síntesis, la configuración de una estrategia en términos de consolidación y fortalecimiento de la economía creativa en una región debe superar diversos retos; en definitiva, la mayor parte de ellos requieren del trabajo en conjunto de los diferentes sectores que conforman este sector de la economía. En el caso de Guadalajara, a pesar de la existencia de diversos proyectos en torno a la economía creativa, aún queda mucho camino por recorrer, especialmente en términos de vinculación y de fuentes de financiamiento.

Sin duda, existen herramientas para crear una estrategia integral de desarrollo de la economía creativa, no obstante, no han sido aprovechadas; la desvinculación entre los diferentes proyectos y la falta de voluntad política para resolver este problema han impedido la consolidación de un verdadero *cluster* creativo, lo cual se traduce en una desvinculación con la sociedad y en dificultades para el desarrollo de procesos de inserción social y regeneración urbana de la mano de estrategias de este tipo.

## Conclusiones

Definir la economía creativa es un asunto complejo. A pesar de que existen múltiples términos para definir este sector de la economía, encontramos algunos puntos en común: la cultura y creatividad como materia prima, la importancia que se le da a los derechos de propiedad intelectual y el papel relevante que juegan la tecnología y las actividades de investigación y desarrollo.

En este sentido, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) define la economía creativa como “el conjunto de actividades que de forma encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios cuyo valor está determinado por su contenido en propiedad intelectual”.<sup>227</sup> Además, es preciso recordar que la naturaleza sumamente cambiante de las industrias creativas provoca que dicho concepto se mantenga en constante transformación

La mayor parte de los autores que han escrito sobre economía creativa resaltan la importancia de este sector en materia de creación de ventajas competitivas y de incremento de las exportaciones. No obstante, el enfoque que se buscó darle a esta investigación es el de la economía creativa como motor de desarrollo. Instituciones como la UNESCO y el BID, reconocen esta capacidad de la economía creativa y enfocan sus trabajos a estudiar el potencial que tiene este sector en términos de crecimiento y desarrollo económicos.

Por lo que se refiere al caso de estudio, después de hacer una revisión de los principales elementos que componen un Sistema Regional de Innovación fue posible identificar algunos de los factores que han permitido el surgimiento de industrias creativas en la ciudad de Guadalajara. Sin duda, el desarrollo de las industrias electrónica y de telecomunicaciones en la región y la presencia de capital humano especializado son dos factores que llamaron la atención en un primer acercamiento al estudio de la ciudad.

Sin embargo, en el contexto de la sociedad del conocimiento, donde los recursos básicos son el conocimiento, el talento y la creatividad, es indispensable conocer cómo es que ocurre el proceso de creación y transferencia de

---

<sup>227</sup> Felipe Buitrago e Iván Duque, *op. cit.*

conocimientos. En este aspecto, el trabajo de campo sirvió para profundizar un poco más en el estudio de las capacidades tecnológicas y condiciones de la ciudad.

Para hacer dicha evaluación, en el último capítulo de esta tesis se hizo una revisión de la trayectoria de la ciudad en este sector de la economía y se estudiaron dos de los principales proyectos en este sentido: Intermoda y Ciudad Creativa Digital. No obstante, antes de entrar de lleno en los resultados del trabajo de campo es preciso revisar algunos de los conceptos y ejemplos desarrollados en los dos primeros capítulos y aplicarlos en nuestro caso de estudio.

Retomando las aportaciones de Philip Cooke en cuanto a su caracterización de los Sistemas Regionales de Innovación<sup>228</sup>, es claro que tanto las características supranacionales como las infraestructurales son relevantes al momento de estudiar sus efectos en las dinámicas de crecimiento y desarrollo de una región. En el caso de Guadalajara, las características infraestructurales (instituciones encargadas de la creación de nuevo conocimiento) se encuentran totalmente desvinculadas de las supraestructurales (instituciones encargadas de la promoción, explotación y comercialización de los nuevos bienes y servicios que se crean a partir del nuevo conocimiento).

Esto quedó en evidencia a lo largo de la investigación donde se encontró que existen múltiples iniciativas para la producción de bienes y servicios creativos que, sin embargo, no cuentan con el apoyo de instituciones públicas o privadas para la promoción y explotación de sus productos. Habría que señalar, además, que dicha desvinculación es evidente también con la sociedad en general; a lo largo de la investigación no se identificaron proyectos significativos que exaltaran los valores y rasgos culturales de la ciudad, lo cual se traduce en una escasa identificación de la sociedad con las industrias que surgen en la región.

Por otra parte, en relación con el concepto de “sistemas sociales de innovación” de Dominique Vinck, entendidos como el conjunto de reglas y comportamientos que determinan los procesos de innovación,<sup>229</sup> se puede decir que en el caso de Guadalajara no es posible clasificar a la ciudad dentro de una de las

---

<sup>228</sup> Philip Cooke, *op. cit.*

<sup>229</sup> Dominique Vinck, *op. cit.*

categorías que refiere el autor. Esto debido a que, además de poseer características de tres de los cuatro modelos presentados por Dominique Vinck, la ciudad se encuentra en un proceso de crecimiento donde el papel de las instituciones gubernamentales aún no está totalmente definido en cuanto al desarrollo de industrias creativas se refiere.

En consonancia con lo anterior, se encontró que uno de los aspectos más relevantes en la construcción de un *cluster* creativo es el papel que juegan las instituciones en la implementación de políticas públicas. Como se hizo evidente a lo largo de esta investigación, gran parte de los autores coinciden en que el Estado es el encargado de establecer políticas en materia de promoción, propiedad intelectual, financiamiento, entre otras.

Es preciso recordar que tanto el sector público como el privado son responsables del desarrollo de capacidades tecnológicas y los esfuerzos de los actores involucrados deben estar encaminados en dicha dirección. En este sentido, uno de los principales problemas que se lograron identificar es que, al existir políticas y programas que en ocasiones son redundantes, la instrumentación de estrategias se complica por la confusión generada sobre la competencia que tiene cada uno de los actores en el fortalecimiento de la economía creativa regional.

Así mismo, con base en las aportaciones de Jeremy Howells<sup>230</sup>, se puede decir que en Guadalajara hacen falta procesos de comunicación, de aprendizaje y de distribución del conocimiento. Es importante recordar que uno de los factores que dan sentido a los *cluster* es el intercambio de información y la complementariedad que construyen las industrias que ahí se desarrollan, en este caso, la competencia y la falta de comunicación entre los distintos proyectos han impedido la consolidación de un medio innovador.

Por otro lado, en la última parte del segundo capítulo se hace una revisión de tres de los *clusters* creativos más importantes a nivel internacional; cada uno de ellos posee características únicas que los han llevado a consolidarse como referentes para el resto del mundo. Con base en lo anterior se desprende una de las preguntas que dieron origen a esta investigación ¿Guadalajara debe imitar uno

---

<sup>230</sup> Jeremy Howells, *op. cit.*

de estos modelos para la consolidación de un *cluster* creativo? El análisis comparativo de los tres modelos regionales que refiere Terry Flew en su libro “The creative industries” me permitió comprobar que el éxito de cada uno de estos casos se debe precisamente a su originalidad en la implementación de sus estrategias.

En consonancia con lo anterior, surgió otra pregunta que seguramente servirá para clarificar este punto. De acuerdo a la información recabada por medio de las entrevistas y a lo observado durante la elaboración del trabajo de campo ¿existen condiciones para nombrar a Guadalajara como el “*Silicon Valley* mexicano”? A pesar de que muchos insisten en llamarla de esta forma, bajo la estrategia actual, Guadalajara no es, ni será, una imitación de este *cluster* estadounidense. En el segundo capítulo de esta investigación quedó en evidencia que la trayectoria, el tipo de empresas que ahí se encuentran y las condiciones por las que surge este conglomerado son muy distintas a las presentadas en el caso de estudio, por lo tanto, es posible afirmar que en la actualidad no existen condiciones para comparar estos dos distritos industriales.

Si bien es cierto que el estudio de otras estrategias similares permite retomar aquellos aspectos que fueron eficaces y que se podrían adaptar a la región, es un hecho que Guadalajara debe buscar un camino propio que le permita aprovechar sus condiciones y capacidades endógenas.

Hecha esta aclaración, es posible continuar con las conclusiones sobre el trabajo de campo. Gracias a esta última fase de la investigación fue posible comprobar que la falta de vinculación, de financiamiento, de voluntad política y de infraestructura son algunos de los obstáculos más importantes que han dificultado la consolidación de la economía creativa como estrategia de desarrollo local.

A través del estudio de la trayectoria de la ciudad en este sector de la economía se logró comprobar que la percepción inicial de Guadalajara como un polo de desarrollo en materia de industrias creativas no es del todo correcta; si bien existen distintos esfuerzos por consolidar esta industria, nos encontramos ante un sector poco desarrollado y desvinculado de la estrategia de desarrollo de la ciudad.

Sin duda, otro de los principales problemas que se identificaron a lo largo de esta investigación fue la falta de una estrategia clara en materia de investigación y

desarrollo, lo cual se traduce en una desvinculación de los sectores público, privado y científico-tecnológico. Esto ha impedido que las industrias culturales y creativas generen estrategias acordes con el desarrollo económico de la ciudad.

En suma, si bien las capacidades tecnológicas en la ciudad no están del todo desarrolladas y aprovechadas, especialmente si la comparamos con otros *clusters* creativos a nivel internacional, se puede argumentar que hay condiciones que nos permiten hablar sobre un desarrollo de industrias creativas en la región, lo cual se explica por un interés de los habitantes de la ciudad en aprovechar el talento de un segmento de la población en términos de innovación y producción de contenido cultural y creativo.

En conclusión, a pesar de la dificultad para hacer una cuantificación económica exacta de las actividades que incluye este sector, la economía creativa se ha consolidado como uno de los sectores más dinámicos de la economía internacional. Su importancia se debe no solo a su capacidad para generar ventajas competitivas en los bienes y servicios, sino en su potencial de convertirse en una herramienta de crecimiento y desarrollo regional.

En el caso de Guadalajara, es evidente que las industrias creativas han ganado terreno en el ámbito de las actividades productivas más importantes de la ciudad. No obstante, hacen falta distintos procesos de aprendizaje, entendidos como el conjunto de redes que tejen los actores, tanto públicos como privados, en torno a la economía creativa. La transición a este modelo basado en el desarrollo endógeno requiere no solo de inversión en infraestructura y en proyectos nuevos, sino de una estrategia vinculada con la sociedad tapatía, haciendo uso de su talento creativo e identidad cultural para generar una estrategia propia.

Por otra parte, la acción de las instituciones públicas está limitada en la medida en que no se creen marcos prácticos para el diseño y aplicación de políticas públicas, es decir, dichas estrategias deben estar basadas en el aprovechamiento de las capacidades endógenas, pero también deben reconocer al cambio como una de las principales variables para comprender a la economía creativa. De esta manera, la innovación se convierte en parte fundamental de cualquier estrategia en torno a este sector de la economía.

Habría que decir también que el estudio de este sector permitió demostrar que el desarrollo cultural y económico son procesos que pueden trabajar en conjunto. De forma general, estos dos conceptos suelen abordarse de forma antagónica, no obstante, es necesario comprender que son precisamente estas diferencias las que enriquecen a la economía creativa y le dan valor dentro de la sociedad.

Como último punto me gustaría citar un fragmento de uno de los textos que se encuentran en el Museo de la Ciudad. Dicho fragmento refleja no solo la importancia de las ciudades como construcción social, sino que resalta la influencia de estos núcleos urbanos en la construcción de una identidad.

Las ciudades han sido una de las expresiones más claras de desarrollo y complejidad a los que llegan los agrupamientos humanos; su aparición en diferentes momentos en diversas partes del mundo señala una necesidad histórica común, que no es sino una muestra de la búsqueda de una identidad que se comparte. Las ciudades, a fin de cuentas, han sido siempre utopías posibles por el deseo humano de hacer propio un espacio, un tiempo y unos símbolos; ellas son creaciones de sus habitantes quienes a su vez son creados porque las viven; por eso todavía pueden ser humanas, es decir, todavía pueden ser de quienes las vivimos, sufrimos y festejamos.<sup>231</sup>

---

<sup>231</sup> Anónimo, Museo de la Ciudad (ubicado en el número 684 de la calle Independencia en el Centro Histórico de Guadalajara, Jalisco), octubre de 2015.

## Anexo

### Entrevista

Nombre y datos del proyecto:

Nombre del entrevistado:

Dirección:

Teléfono:

#### 1. Antecedentes

- a) ¿Cuáles fueron los motivos por los que surge este proyecto?
- b) ¿Quiénes participaron en la conformación de este proyecto?
- c) ¿Podría contar brevemente la historia de este proyecto y cómo ha evolucionado hasta lo que es ahora?
- d) ¿Qué ventajas ofrece la ciudad de Guadalajara en comparación con otras ciudades?
- e) ¿De dónde provinieron los recursos con los que se inició este proyecto?
- f) ¿Cuáles fueron los principales obstáculos que enfrentó el proyecto al iniciar?

#### 2. Estructura y organización

- a) ¿De qué tipo de proyecto estamos hablando?
- b) ¿Quiénes trabajan actualmente en él?
- c) ¿Este proyecto forma parte de algún programa local, estatal o nacional?
- d) El capital actual es ¿público o privado?
- e) ¿Ha obtenido algún financiamiento por parte del gobierno?
- f) ¿En cuántas áreas o departamentos está dividida la estructura de este proyecto?
- g) ¿Cuál es el promedio de personas que trabajan en el proyecto directa o indirectamente?
- h) ¿Qué tipo de formación tienen?

### 3. Objetivos y trayectoria

- a) ¿Cuáles son los objetivos fundamentales de este proyecto?
- b) ¿Se han modificado o ampliado los objetivos de este proyecto con el paso del tiempo?
- c) ¿Se han cumplido los objetivos de este proyecto? ¿En qué medida?
- d) ¿Cuáles han sido los principales obstáculos que ha enfrentado este proyecto con el paso del tiempo?
- e) ¿Cómo beneficia este proyecto a otros sectores de la economía?
- f) ¿Cómo cree que beneficia este proyecto a la industria creativa local?
- g) ¿Cómo cree que beneficia este proyecto al desarrollo de la ciudad de Guadalajara?

### 5. Vinculación y resultados

- a) ¿Tienen alguna vinculación con empresas privadas, universidades o gobierno?
- b) ¿Cuál es la vinculación del proyecto a nivel internacional?
- c) ¿Cómo han beneficiado estos vínculos al desarrollo del proyecto?
- d) ¿Considera que a través de esta vinculación se han beneficiado a otros sectores a nivel local, estatal y nacional? ¿A cuáles?
- e) ¿Cuáles han sido los principales obstáculos para establecer dichos vínculos?
- f) ¿Cuáles considera que son las tareas pendientes tanto del proyecto como de las industrias creativas en general?
- g) ¿Considera que todos estos factores le permiten a Guadalajara posicionarse como uno de los principales centros de producción de contenido creativo a nivel nacional e internacional?

## Fuentes de consulta

- Amabile, T. M, Social psychology of creativity: A consensual assessment technique, *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 43, 1982 [en línea] Dirección URL: <http://psycnet.apa.org/index.cfm?fa=buy.optionToBuy&id=1983-20083-001>
- ANUIES Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior, *anuarios estadísticos de educación superior*, ciclo escolar 2014-2015 [en línea] Dirección URL: <http://www.anui.es.mx/iinformacion-y-servicios/informacion-estadistica-de-educacion-superior/anuario-estadistico-de-educacion-superior>
- Asheim, Bjorn, “Differentiated Knowledge bases and varieties of regional innovation systems”, en *Innovation*, vol. 20, no. 3, Suecia, 2007, pp. 223-241.
- Avilés-Ochoa, Ezequiel y Canizalez-Ramírez, Paola, “Industrias culturales y crecimiento económico Un modelo para el estudio del surgimiento de clusters creativos” en *Economía, Sociedad y Territorio*, vol. XV, no. 47, enero-abril del 2015, Colegio Mexiquense, pp. 185-216 [en línea] Dirección URL: <http://www.redalyc.org/pdf/111/11132816008.pdf>
- Basset *et. al.*, “Urban Dilemmas of Competition and Cohesion in Cultural Policy”, en Buck, N. *et. al.*, *Changing cities: rethinking urban competitiveness, cohesion and governance*, Basingstoke: Palgrave MacMillan, Reino Unido, 2005, pp. 132-153.
- Bell, M. y K. Pavitt, “Learning and the accumulation of industrial technological capacity in developing countries” en King, K. Fransman, M. (coordinadores) *Technological capacity in the third world*, Londres, McMillan, 1984, pp. 187-209.
- Berumen, Sergio A, *Valor estratégico de la innovación*, Trillas, México, 2014, 168 pp.
- Bueno, Eduardo, “Los parques científicos y tecnológicos en la sociedad del conocimiento”, en *Revista de Gestión de la Innovación*, Madrid, noviembre de 2001, pp. 51-60.

Buitrago, Felipe y Duque, Iván, *La economía naranja: una oportunidad infinita*, Banco Interamericano de desarrollo, Bogotá, Colombia, 2013, p. 19 [en línea] Dirección URL:

<https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/3659/La%20economia%20naranja%3a%20Una%20oportunidad%20infinita.pdf?sequence=4>

Cámara Nacional de la Industria Electrónica, de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información, *CANIETI página oficial, ¿Quiénes somos?* [en línea] Dirección URL: <http://www.canieti.org/canieti/quienessomos.aspx>

Castells, Manuel y Hall, Peter, *Tecnópolis del mundo: la formación de los complejos industriales del siglo XXI*, Alianza Editorial, Madrid, 1994, 371 pp.

Catalan, Jordi; Miranda, José y Muñoz, Ramón, *Distritos y clústers en la Europa del sur*, Editorial Empresarial, España, 2011, 488 pp.

Ciudad Creativa Digital, *Plan Maestro de Guadalajara – Ciudad Creativa Digital*, noviembre de 2012 [en línea] Dirección URL: [http://ccdguadalajara.com/es\\_ES/plan-maestro/](http://ccdguadalajara.com/es_ES/plan-maestro/)

COFSA Hospitality, página oficial [en línea] Dirección URL: <http://www.cofsa.com.mx/new/>

Comisión Nacional de Ciencia y Tecnología, *Definiciones*, México [en línea] Dirección URL: <http://www.conacyt.gob.mx/siicyt/index.php/centros-de-investigacion-conacyt/publicaciones/informe-general-del-estado-de-la-ciencia-la-tecnologia-y-la-innovacion-2011/2041-definiciones-1/file>

Cooke, Philip, “Regional Innovation Systems” en Mikel Navarro Arancegui, *Los sistemas regionales de innovación, una revisión crítica*, Ekonomiaz, España, 2009 [en línea] Dirección URL: <http://www.ogasun.ejgv.euskadi.net/r51-k86aekon/es/k86aEkonomiazWar/ekonomiaz/getArticulosPubl?idPubl=65>

Cooke Philip (coordinador), *Re-framing regional development: evolution, innovation and transition*, Routledge, Nueva York, 2013, 367 pp.

- Cooke, Philip, *Strategies for regional innovation systems, learning transfer and applications*, Centre for Advanced Studies, Cardiff University, Reino Unido, 2001 [en línea] Dirección URL: [http://www.paca-online.org/cop/docs/P\\_Cooke\\_Strategies\\_for\\_regional\\_innovation\\_systems.pdf](http://www.paca-online.org/cop/docs/P_Cooke_Strategies_for_regional_innovation_systems.pdf)
- Cunningham, S, Banks, J y Potts, J, “Cultural economy: the shape of the field” en Anheier, H. e Isar, Y.R. (editores) *The cultures and globalization*, Sage Publications, Londres, 2007, pp. 15-41 [en línea] Dirección URL: [http://www.sagepub.com/sites/default/files/upmbinaries/25098\\_02\\_C&G\\_II\\_Ch\\_01.pdf](http://www.sagepub.com/sites/default/files/upmbinaries/25098_02_C&G_II_Ch_01.pdf)
- Damanpour, Fariborz y Evan, William M. “Organizational Innovation and performance: the problem of organization lag”, Cornell University, Administrative Science Quarterly, vol. 29, no. 3, Nueva York, septiembre, 1984, pp. 392-409 [en línea] Dirección URL: <http://www.jstor.org/stable/2393031>
- Department for Culture, Media and Sport, *Creative industries economic estimates*, Londres, enero, 2014 [en línea] Dirección URL: [https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/271008/Creative\\_Industries\\_Economic\\_Estimates\\_-\\_January\\_2014.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/271008/Creative_Industries_Economic_Estimates_-_January_2014.pdf)
- Drucker, Peter F, “The next society”, en *The Economist*, Nueva York, noviembre, 2001, pp. 3-22.
- Dutrénit, Gabriela, *Acumulación de capacidades tecnológicas en subsidiarias de empresas globales en México: el caso de la industria maquiladora de exportación*, Porrúa, México, 2006, 205 pp.
- Flew, Terry, *The creative industries: culture and policy*, SAGE Publications, London, 2012, 232 pp.
- Florida, Richard, *The raise of the creative class and how it's transformig work*, Basic books, Nueva York, mayo de 2002, 416 pp.

Florida, Richard, "The Rise of the Creative Class", en Flew, Terry, *Toward a Cultural Economic Geography of Creative Industries and Urban Development: Introduction to the Special Issue on Creative Industries and Urban Development*, Indiana University, Estados Unidos, 2004, pp. 85-91 [en línea] Dirección URL: <http://www.indiana.edu/~tisj/readers/full-text/26-2.pdf>

Fonseca, Ana Carla, *Economía creativa como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo*, Itaú cultural, Sao Paulo, 2008, 278 pp. [en línea] Dirección URL: [http://sic.conaculta.gob.mx/centrodoc\\_documentos/555.pdf](http://sic.conaculta.gob.mx/centrodoc_documentos/555.pdf)

Foord, Jo, "The new boomtown? Creative city to Tech city in east London", en Indergaard, Michel, Pratt, Andy y Hutton, Thomas, *Cities: the international journal of urban policy and planning*, vol. 33, agosto de 2013, pp. 51-60 [en línea] Dirección URL: [http://ac.els-cdn.com/S0264275112001552/1-s2.0-S0264275112001552-main.pdf?tid=3eb91be6-5d58-11e5-b6c0-0000aab0f26&acdnat=1442507109\\_6e2ebfd7f6cc715f45fb4d7e8d7ab1b7](http://ac.els-cdn.com/S0264275112001552/1-s2.0-S0264275112001552-main.pdf?tid=3eb91be6-5d58-11e5-b6c0-0000aab0f26&acdnat=1442507109_6e2ebfd7f6cc715f45fb4d7e8d7ab1b7)

Freeman, Alan, "London's creative workforce: 2009 update", en *GLA Economics Working Paper Series 40*, London, 2010 [en línea] Dirección URL: [http://legacy.london.gov.uk/mayor/economic\\_unit/docs/wp40.pdf](http://legacy.london.gov.uk/mayor/economic_unit/docs/wp40.pdf)

Freeman, Christopher, *Technology Policy and Economic Performance: Lessons from Japan*, Pinter Publishers, Londres, 1987, 155 pp.

García, María Luisa, *Descentralización e iniciativas locales de desarrollo*, Juan Pablos Editor, México, 1998, 238 pp.

Gobierno del estado de Jalisco, *Consejo Estatal de Ciencia y Tecnología – COECYTJAL*, México [en línea] Dirección URL: <http://www.jalisco.gob.mx/es/gobierno/organismos/1859>

Gobierno del estado de Jalisco, Fideicomiso Ciudad Creativa Digital [en línea] Dirección URL: <http://transparencia.info.jalisco.gob.mx/sites/default/files/N%C3%93MINA%201ER%20QUINCENA%20DE%20NOVIEMBRE.pdf>

Gobierno del estado de Jalisco, *Ley de Ciencia, Desarrollo Tecnológico e Innovación del estado de Jalisco*, artículo 1 [en línea] Dirección URL: <http://www.conacyt.gob.mx/siicyt/index.php/normatividad-de-ciencia-y-tecnologia-en-los-estados/82--38?path=>

Gobierno del estado de Jalisco, *Municipios: Guadalajara*, ficha general [en línea] Dirección URL: <http://www.jalisco.gob.mx/es/jalisco/municipios/guadalajara>

Gobierno del estado de Jalisco, *¿Por qué una estrategia digital?*, Jalisco Digital [en línea] Dirección URL: <http://www.jaliscodigital.mx/por-que-una-estrategia-digital/>

Gómez, Hortensia y Rico, Gabriela, “El paradigma de biotecnología y medicina genómica ¿un obstáculo o una oportunidad de integración para la industria farmacéutica mexicana?”, en Adriana Martínez, et al. *Innovación y competitividad en la Sociedad del Conocimiento*, Plaza y Valdez, México, 2009, pp. 77- 106.

Harvey, David, *The condition of postmodernity*, Blackwell Publishers, Cambridge, Massachusetts, 1989, 379 pp.

Henry, Colette, *Entrepreneurship in the creative industries*, Edward Elgar Publishing Limited, Reino Unido, 2007, 209 pp.

Hirschman, Albert, *La estrategia del desarrollo económico*, Fondo de Cultura Económica, México, 1962, 210 pp.

Howells, Jeremy, “Regional systems of innovation”, en Daniele Archibugi, Jeremy Howells y Jonathan Michie, *Innovation policy in a global economy*, Cambridge University Press, Reino Unido, 1999, pp. 67-93.

Howkins, John, *The creative economy: how people make money from ideas*, Penguin, Londres, 2001, 304 pp.

Instituto Jalisciense de Tecnologías de la Información, *Conoce al IJALTI* [en línea] Dirección URL: <http://ijalti.org.mx/ijalti/>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía INEGI, *Guadalajara, Jalisco*, censo del 2010 [en línea] Dirección URL: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/default.aspx?e=14>

INTERMODA, ¿Qué es INTERMODA? [en línea] Dirección URL: <http://intermoda.com.mx/que-es-im/>

Jaramillo, Hernán, Lugones, Gustavo, Salazar, Mónica, *Normalización de indicadores de innovación tecnológica en América Latina y el Caribe "Manual de Bogotá"*, Red Iberoamericana de Indicadores de Ciencia y Tecnología (RICYT) / Organización de Estados Americanos (OEA) / PROGRAMA CYTED, Colombia, marzo de 2001, 99 pp. [en línea] Dirección URL: [http://www.uis.unesco.org/Library/Documents/Bogota%20Manual\\_Spa.pdf](http://www.uis.unesco.org/Library/Documents/Bogota%20Manual_Spa.pdf)

Keane, Michael, "Creative industries in China: four perspectives on social transformation", en *International Journal of Cultural Policy*, vol. 15, no. 4, Reino Unido, 2009, pp. 431-443 [en línea] Dirección URL: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10286630902989019>

Keeley, Bryan, *Capital humano: cómo influye en su vida lo que usted sabe*, OCDE, 2007, 168 pp. [en línea] Dirección URL: [http://www.oecd-ilibrary.org/education/capital-humano\\_9789264064652-es](http://www.oecd-ilibrary.org/education/capital-humano_9789264064652-es)

Keppler, Steven, "The capabilities of new firms and the evolution of the US Automobile Industry" en *Industrial and Corporate Change*, 11, 4, pp. 645-666 [en línea] Dirección URL: <http://icc.oxfordjournals.org/content/11/4/645.short?rss=1&ssource=mfc>

John Knell y Kate Oakley, *London's Creative Economy: An Accidental success?*, The Work Foundation London Development Agency, Provocation Series, vol. 3, no. 3, Londres, 2007, 29 pp. [en línea] Dirección URL: [http://www.theworkfoundation.com/assets/docs/publications/63\\_creative\\_london.pdf](http://www.theworkfoundation.com/assets/docs/publications/63_creative_london.pdf)

- Krugman, Paul, Obstfeld, Maurice y Mlitz, Marc, *Economía Internacional*, Pearson Educación, 9ª edición, España, 2012, 752 pp.
- Lall, Sanjay, "Technological capabilities" en Salomon, J., *The uncertain question: science, technology and development*, United Nations University Press, Tokio, 1994, p. 264-301.
- Landry, Charles, "London as a creative city" en Hartley, John, *Creative industries*, Oxford: Blackwell, Reino Unido, 2005, pp. 233-243.
- Lara, Felipe (coordinador), *Tecnología: conceptos, problemas y perspectivas*, Siglo veintiuno editores, México, 1998, 150 pp.
- Lundvall, B. A, *Product Innovation and Use-producer Interaction*, Aalborg University Press, Dinamarca, 1985, 73 pp.
- Marleba, Franco, *Sectorial systems of innovation and production*, documentos de trabajo ESSY, no. 1, CESPRI Bocconi University, Italia, 1999, 36 pp. [en línea] Dirección URL: [http://www.druid.dk/uploads/tx\\_picturedb/ds1999-69.pdf](http://www.druid.dk/uploads/tx_picturedb/ds1999-69.pdf)
- Marshall, Alfred, *Principios de economía: un tratado de introducción*, Aguilar, 4ª edición, Madrid, 1963, 738 pp.
- Miller, Toby, "La nueva derecha de los estudios culturales: las industrias creativas", en *Tabula Rasa*, núm. 15, Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, Colombia, julio-diciembre de 2011, pp. 115-125 [en línea] Dirección URL: <http://www.redalyc.org/pdf/396/39622587007.pdf>
- Mitchell, William et. al., *Beyond creativity: information, technology, innovation and creativity*, National Academies Press, Washington, DC, 2003, 268 pp. [en línea] Dirección URL: [http://inovasi.lan.go.id/uploads/download/1407857246\\_Beyond-Productivity-Information-Technology-Innovation-and-Creativity.pdf](http://inovasi.lan.go.id/uploads/download/1407857246_Beyond-Productivity-Information-Technology-Innovation-and-Creativity.pdf)
- MKW Wirtschaftsforschung GmbH, "Exploitation and development of the job potential in the cultural sector in the age of digitalisation", en *Final Report*, Commissioned by

- the European Commission DG Employment and Social Affairs, Alemania, junio del 2001 [en línea] Dirección URL: [http://bookshop.europa.eu/en/exploitation-and-development-of-the-job-potential-in-the-cultural-sector-in-the-age-of-digitalisation-pbKE4101971/downloads/KE-41-01-971-EN-C/KE4101971ENC\\_001.pdf](http://bookshop.europa.eu/en/exploitation-and-development-of-the-job-potential-in-the-cultural-sector-in-the-age-of-digitalisation-pbKE4101971/downloads/KE-41-01-971-EN-C/KE4101971ENC_001.pdf)
- Molero, José e Hidalgo, Antonio, *Los sectores de alta tecnología*, capítulo 18, España, 2004, 30 pp. [en línea] Dirección URL: <http://www.innopro.upm.es/index.php/content/download/333/2051/version/1/file/CL-EstructuraEconomica-CAM-07.pdf>
- Montoya, Omar, *Schumpeter, innovación y determinismo tecnológico*, Universidad Tecnológica de Pereira, Colombia, agosto de 2004, pp. 209-2013 [en línea] Dirección URL: <http://revistas.utp.edu.co/index.php/revistaciencia/article/view/7255/4285>
- National Endowment for Science, Technology and the Arts, página oficial de *Tech City UK* [en línea] Dirección URL: <http://www.techcityuk.com/about-us/>
- Nelson, Richard y Winter, Sidney, *En busca de una teoría útil de la innovación*, Yale University, Cuadernos de economía, Estados Unidos, 1977, pp. 179-223 [en línea] Dirección URL: <http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/ceconomia/article/viewFile/11094/21130>
- NESTA, *Creative clusters and innovation: putting creativity on the map*, Londres, noviembre de 2010, 55 pp. [en línea] Dirección URL: [https://www.nesta.org.uk/sites/default/files/creative\\_clusters\\_and\\_innovation.pdf](https://www.nesta.org.uk/sites/default/files/creative_clusters_and_innovation.pdf)
- OCDE/ Eurostat, *Manual de Oslo: guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación*, Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos y Oficina de Estadísticas de las Comunidades Europeas, tercera edición, España, 2005, 194

- pp. [en línea] Dirección URL:  
[http://www.uis.unesco.org/Library/Documents/OECD OsloManual05\\_spa.pdf](http://www.uis.unesco.org/Library/Documents/OECD OsloManual05_spa.pdf)
- OECD, *Productivity Manual: A Guide to the Measurement of Industry-Level and Aggregate Productivity Growth*, OECD, Paris, marzo de 2001, 156 pp. [en línea]  
 Dirección URL: <http://www.oecd.org/std/productivity-stats/2352458.pdf>
- Oficina de Visitantes y Convenciones de Guadalajara, página oficial [en línea] Dirección  
 URL: <http://www.guadalajaramidestino.com/>
- OMPI, Convenio que establece la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual,  
 firmado en Estocolmo el 14 de julio de 1967 y enmendado el 28 de septiembre  
 de 1979 [en línea] Dirección URL:  
[http://www.wipo.int/treaties/es/text.jsp?file\\_id=283997](http://www.wipo.int/treaties/es/text.jsp?file_id=283997)
- Organización de las Naciones Unidas, *Informe sobre la economía creativa*, PNUD-  
 UNESCO, edición especial, 2013, p. 20, 184 pp. [en línea] Dirección URL:  
<http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013-es.pdf>
- Pérez, Carlota, *Nueva Concepción de la Tecnología y sistema nacional de innovación*,  
 Segunda Época, Cuadernos de CENDES, año 13, no. 31, Caracas, enero-abril  
 de 1996, pp. 9-33 [en línea] Dirección URL:  
[http://www.carlotaperez.org/downloads/pubs/CENDES\\_Nva\\_concep\\_de\\_Tech\\_y\\_SNI\\_1996.pdf](http://www.carlotaperez.org/downloads/pubs/CENDES_Nva_concep_de_Tech_y_SNI_1996.pdf)
- Porter, Michael, "Clusters and the new economics of competition", en *Harvard Business Review*, Estados Unidos, noviembre - diciembre de 2007, pp. 77-90.
- Porter, Michael, *La ventaja competitiva de las naciones*, Plaza & Janes editores,  
 España, 1991, 1056 pp.
- ProMéxico, *Guadalajara, Jalisco* [en línea] Dirección URL:  
<http://www.promexico.gob.mx/es/mx/jalisco>

ProMéxico, *Mapa de ruta – Industrias creativas*, México, 2013, 33 pp. [en línea]  
Dirección URL: <http://www.promexico.gob.mx/documentos/mapas-de-ruta/MRT-Industrias-Creativas-2013.pdf>

Quigley, Jon M, "Urban Diversity and Economic Growth", en *Journal of Economic Perspectives*, vol. 12, California, 1998, pp. 127-138 [en línea] Dirección URL: <http://www.jstor.org/discover/10.2307/2646966?uid=3738664&uid=2&uid=4&sid=21106159673731>

Regalado, Antonio, "In innovation Quest, Regions Seek Critical Mass", en Business Report, *MIT Tchnology Review*, 1 de julio del 2013 [en línea] Dirección URL: <http://www.technologyreview.com/news/516501/in-innovation-quest-regions-see-critical-mass/>

Rodríguez, Octavio, *La teoría del subdesarrollo de la CEPAL*, Siglo XXI, 8ª edición, México, 1993, p. 25 [en línea] Dirección URL: <http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/426/7/RCE7.pdf>

Rodríguez, Raúl, "De industrias culturales a industrias del ocio y creativas: los límites del "campo" cultural", en *Comunicar*, vol. XVIII, no. 36, España, 2011, pp. 149-156 [en línea] Dirección URL: <http://www.redalyc.org/pdf/158/15817007018.pdf>

Rogers, Everett y Larsen, Judith, *La fiebre del Silicon Valley*, Reverte, México, 1986, 279 pp.

Salomon, Jean-Jacques, *The uncertain question: science, technology and development*, United Nations University Press, Tokio, 265 pp.

Saxenian, AnnaLee, "Regional Networks and the Resurgence of Silicon Valley", en *California Management Review*, Estados Unidos, 2001, pp. 89-112 [en línea]  
Dirección URL: [http://www1.ximb.ac.in/users/fac/visiting/vfac.nsf/23e5e39594c064ee852564ae004fa010/51e213743b63ce6e65257028003e3ccc/\\$FILE/saxenian.pdf](http://www1.ximb.ac.in/users/fac/visiting/vfac.nsf/23e5e39594c064ee852564ae004fa010/51e213743b63ce6e65257028003e3ccc/$FILE/saxenian.pdf)

- Schumpeter, Joseph, *Teoría del desenvolvimiento económico: una investigación sobre ganancias, capital, crédito, interés y ciclo económico*, Fondo de Cultura Económica, 2ª ed., México, 1997, 255 pp.
- Scott, Allen J., *Social Economy of the metrópolis: cognitive-cultural capitalism and the global resurgence of cities*, Oxford: Oxford University Press, Reino Unido, 2008, 224 pp.
- Secretaría de Cultura del estado de Jalisco, *Congreso Internacional de Industrias Creativas*, 30 de octubre de 2015 [en línea] Dirección URL: <http://www.jalisco.gob.mx/es/prensa/noticias/30359>
- Silva, Iván, “Desarrollo económico local y competitividad territorial en América Latina”, en *Revista de la CEPAL*, no. 85, Chile, abril de 2005 [en línea] Dirección URL: <http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/11001/085081100.pdf?sequence=1>
- Solleiro, José Luis (Coordinador), *El sistema nacional de innovación y la competitividad del sector manufacturero mexicano*, Plaza y Valdés, México, 2006, 266 pp.
- Solow, Robert, *La teoría del crecimiento*, Fondo de Cultura Económica, México, 1992, 119 pp.
- Stöhr, Walter B, *El desarrollo regional en América Latina, expectativas y perspectivas*, Ediciones SIAP, Buenos Aires, Argentina, 1972, 144 pp.
- Stoneman, Paul, *Soft innovation: economics, product aesthetics and the creative industries*, Oxford University Press, Reino Unido, 2010, 266 pp. [en línea] Dirección URL: [https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=4DCr8X\\_W2zoC&oi=fnd&pg=PP3&dq=paul+stoneman+soft+innovation&ots=Lv19ApoHlu&sig=r3VBw4iDEHYHp9eeuFCpS-dtSI4#v=onepage&q=paul%20stoneman%20soft%20innovation&f=false](https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=4DCr8X_W2zoC&oi=fnd&pg=PP3&dq=paul+stoneman+soft+innovation&ots=Lv19ApoHlu&sig=r3VBw4iDEHYHp9eeuFCpS-dtSI4#v=onepage&q=paul%20stoneman%20soft%20innovation&f=false)

Torres, Arturo, "Aprendizaje y construcción de capacidades tecnológicas", en *Journal of Technology Management & Innovation*, México, noviembre del 2006, 13 pp.  
[en línea] Dirección URL:  
<http://www.jotmi.org/index.php/GT/article/viewFile/art27/376>

UNCTAD, *Economía creativa: Informe 2010*, Nueva York, 2010, 483 pp. [en línea]  
Dirección URL: [http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103\\_sp.pdf](http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_sp.pdf)

UNESCO, *City of design, Shanghai* [en línea] Dirección URL:  
<http://www.creativecity.sh.cn/en/>

UNESCO, *Comprender las Industrias Creativas: las estadísticas como apoyo a las políticas públicas*, Global Alliance for Cultural Diversity, Estados Unidos, 7 pp.  
[en línea] Dirección URL:  
[http://portal.unesco.org/culture/es/files/30850/11467401723cultural\\_stat\\_es.pdf/cultural\\_stat\\_es.pdf](http://portal.unesco.org/culture/es/files/30850/11467401723cultural_stat_es.pdf/cultural_stat_es.pdf)

UNESCO, *Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales*, París, 20 de octubre del 2005 [en línea] Dirección URL:  
<http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001429/142919s.pdf>

UNESCO, *La Red de Ciudades Creativas de la Alianza Global, The Global Alliance for Cultural Diversity* [en línea] Dirección URL:  
[http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL\\_ID=31548&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL_ID=31548&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)

UNESCO, *10 things to know about Shanghai City of design*, marzo de 2011 [en línea]  
Dirección URL: <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001917/191772e.pdf>

Vázquez-Barquero, Antonio, "Desarrollo en endógeno y globalización", en *EURE* (Santiago), vol. 26, no. 79, 2000 [en línea] Dirección URL:  
[http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0250-71612000007900003&script=sci\\_arttext#Quigley 1998](http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0250-71612000007900003&script=sci_arttext#Quigley 1998)

- Vecina Jiménez, María Luisa, “Creatividad”, en *Papeles del Psicólogo*, vol. 27, no. 1, Madrid, enero-abril, 2006, pp. 31-39 [en línea] Dirección URL: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=77827105>
- Vera-cruz, Alexandre, “Apertura económica, exportaciones y procesos de aprendizaje”, en Aboites, Jaime y Dutrénit, Gabriela (coordinadores), *Innovación, aprendizaje y creación de capacidades tecnológicas*, Universidad Autónoma Metropolitana, México, 2003, pp. 269-309.
- Vinck, Dominique, “Ciencia y sociedad una relación compleja”, en *Ciencias y Sociedad*, Gedisa, México, 2014, p. 44.
- Yusuf, Shahid y Nabeshima, Kouro, “Creative industries in East Asia”, en *Cities*, Elsevier, vol. 22, Estados Unidos, abril de 2005, pp. 109-122 [en línea] Dirección URL: [http://ac.els-cdn.com/S0264275105000028/1-s2.0-S0264275105000028-main.pdf?\\_tid=e3027d6c-5d78-11e5-8329-00000aacb35e&acdnat=1442521129\\_a0f34cd12c3ce2874e2c335422204875](http://ac.els-cdn.com/S0264275105000028/1-s2.0-S0264275105000028-main.pdf?_tid=e3027d6c-5d78-11e5-8329-00000aacb35e&acdnat=1442521129_a0f34cd12c3ce2874e2c335422204875)