

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ECONOMÍA



**“LA INDUSTRIA CREATIVA EN EL MARCO DE LA ECONOMÍA
DEL CONOCIMIENTO, EL SALVADOR, 2009-2017”**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO POR:

MARIO ROBERTO VASQUEZ CASTRO
JHONNY XAVIER BONILLA CHAVARRÍA

PARA OPTAR AL GRADO DE:
LICENCIATURA EN ECONOMÍA

DIRECTOR ASESOR RESPONSABLE:
MSc. JOSÉ ERNESTO MONTOYA MARTÍNEZ

DICIEMBRE 2018, SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR	: MSc. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO
SECRETARIO GENERAL:	: LIC. CRISTÓBAL HERNÁNDEZ RIOS BENÍTEZ
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS	: LIC. NIXON ROGELIO HERNÁNDEZ VÁSQUEZ
SECRETARIA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS	: LICDA. VILMA MARISOL MEJIA TRUJILLO
DIRECTORA DE ESCUELA DE ECONOMÍA	: LICDA. CELINA AMAYA DE CALDERÓN
COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS	: LIC. MAURICIO ERNESTO MAGAÑA MENÉNDEZ
COORDINADOR DE PROCESOS DE GRADUACIÓN ESCUELA DE ECONOMÍA	: MSc. ERICK FRANCISCO CASTILLO RIVAS
DIRECTOR ASESOR	: MSc. JOSÉ ERNESTO MONTOYA MARTÍNEZ
JURADO EXAMINADOR	: MSc. ERICK FRANCISCO CASTILLO RIVAS LIC. JOSÉ ALBERTO QUIÑÓNEZ CASTRO MSc. JOSÉ ERNESTO MONTOYA MARTÍNEZ

DICIEMBRE DE 2018

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

AGRADECIMIENTOS

Una licenciatura es más grata cuando se tiene a María Estela Vásquez, Mario Vásquez Cortez, Leticia Martínez y Lilian Vásquez de familia.

Una licenciatura es más simpática cuando se tiene de amigos a Jhonny Bonilla, Víctor Eduardo, Ulises Francisco, Josías Lozano y Thalia Clímaco.

Una Licenciatura es más fructífera con maestros como José Ernesto Montoya y Erick Francisco Castillo.

Una Licenciatura en Economía es de más calidad cuando la sociedad salvadoreña nos permite la Universidad de El Salvador.

Mi agradecimiento es para las personas que hicieron más grato todo el proceso en la Universidad.

Mario Roberto Vásquez Castro.

A la memoria de mi padre Carlos Antonio Bonilla Bonilla.

A mi madre Marina Chavarría por su incansable lucha para brindarnos educación.

A mis hermanos Carlos y Marlon, por su confianza y no dudar de mi discernimiento.

A mi hermana Lily, por inspirarme a superarme para ser de ella un buen ejemplo.

A Ivania Romero, mi amiga, compañera y soporte durante toda la carrera.

A Mario Vásquez, mi compañero de tesis, amigo, y cómplice de hazañas quijotescas.

A José Montoya, por ser un gran asesor de tesis, amigo y consejero.

A Deysi Borja, la persona con quien he decidido compartir mis triunfos como nuestros.

A la Universidad Pública, la Universidad de El Salvador, mi Alma Máter, mi hogar.

Jhonny Xavier Bonilla Chavarría

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	i
INTRODUCCIÓN	iii
CAPÍTULO I: MARCO REFERENCIAL	1
<i>1.1 Marco Teórico</i>	2
1.1.1 Economía del Conocimiento, una nueva fase del desarrollo capitalista	2
1.1.1.1 Nueva Economía	3
1.1.1.2 Economía basada en el conocimiento	5
1.1.1.3 Sociedad Red	8
1.1.1.4 Capitalismo Cognitivo.....	12
1.1.2 El conocimiento como valor	14
1.1.3 Producción, conocimiento y creatividad	16
1.1.4 Enfoques del estudio de las Industrias Creativas.	21
1.1.4.1 Enfoque del Departamento de Cultura, Medios de comunicación y Deportes del Reino Unido (DCMS).	21
1.1.4.2 Enfoque de las Naciones Unidas OMPI, UNESCO y UNCTAD	25
1.1.5 Enfoque de las Cadenas Globales de Valor	38
1.1.6 Empleabilidad en la globalización: El trabajo que no deviene en empleo.	41
<i>1.2 Marco Histórico</i>	43
1.2.1 Fase actual del capitalismo y revoluciones tecnológicas	43
1.2.2 Tercera y Cuarta Revolución Industrial	45
1.2.3 Cambios en la economía mundial	47
1.2.4 Antecedentes de la Industria Creativa.	48
1.2.4.1 La Industria Creativa en Europa	50
1.2.4.2 Las políticas de fomento a la Industria Creativa en América Latina	55
1.2.4.3 Industria Creativa en El Salvador	58
CAPÍTULO II: LAS INDUSTRIAS CREATIVAS EN EL ESCENARIO NACIONAL	62
2.1 Contextualización de la Industria Creativa en El Salvador	62
2.2 Origen de la Industria Creativa	63
2.3. Contribución de la Industria Creativa a la economía salvadoreña	64
2.3.1 Aporte de las Industrias Creativas a la generación de valor agregado	65
2.3.2 Generación de Trabajo en la IC	67
2.3.2.1 Empleo equivalente e intensidad del trabajo en las IC.....	70
2.3.2.2 Estructura del empleo creativo privado o público	72
2.3.3 La Industria Creativa salvadoreña en el comercio exterior	76
2.4 La Política Pública en apoyo a la Industria Creativa	78
2.4.1 PIXELS tradicional	80
2.4.2 PIXELS Pro	81

2.4.3 PIXELS Caps.....	82
2.5 <i>Evaluación del Premio PIXELS desde los participantes</i>	83
2.5.1 Trascendencia de los fondos PIXELS en los proyectos participantes.	84
2.5.2 Del emprendimiento a la formalización.....	85
2.5.3 La dificultad burocrática en PIXELS.....	86
2.6 <i>Casos de Emprendimientos de Industria Creativa en El Salvador</i>	88
2.7 <i>Barreras en la Industria Creativa</i>	93
CAPÍTULO III: FUNCIONAMIENTO DE LA INDUSTRIA CRATIVA EN EL SALVADOR.....	98
3.1 <i>Vinculación de la IC con el sector educativo</i>	98
3.1.1 La experiencia del Clúster TICs en El Salvador	100
3.1.2 La Experiencia de Germina, una incubadora de Start-Ups.	104
3.1.3 Centros de Aprendizaje y Trabajo a Distancia (CDS).....	108
3.2 <i>Modelo de empleabilidad de la Industria Creativa</i>	110
3.3 <i>Modelo de Negocios y Cadena de Valor</i>	115
3.3.1 Cadena de Valor y modelos de negocios de las empresas creative.	117
3.3.2 Experiencias de Cadenas de Valor en El Salvador.	119
3.3.3 Entorno de la Cadena de Valor.....	128
3.3.4 Modelo de negocios de las empresas creativas.	129
3.4 <i>Empresas creativas en las Cadenas Globales de Valor</i>	131
CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	135
4.1 <i>Conclusiones</i>	135
4.2 <i>Recomendaciones: propuestas de políticas públicas</i>	137
BIBLIOGRAFÍA	140
ANEXOS.....	145

Indice de Ilustraciones

Ilustración 1: Segmentos de la Industria Creativa, según enfoque de la DCMS	22
Ilustración 2: Políticas públicas Implementadas en el Reino Unido, periodo 1997-2008.	24
Ilustración 3: Clasificación de la Industria Creativa, en base a la UNESCO.	30
Ilustración 4: Clasificación de las Industrias Creativas desde el enfoque de la UNCTAD.	36
Ilustración 5: La Organización de las Cadenas Productivas Globales Dirigidas al Productor y al Comprador.	39
Ilustración 6: Intercepción conceptual Industrias Creativas y Capitalismo Cognitivo en El Salvador.	63
Ilustración 7: Categorías PIXELS	79
Ilustración 8: Funcionamiento del Programa PIXELS.	88
Ilustración 9: Clúster TIC.....	101
Ilustración 10: Línea Estratégica del Clúster TIC.....	102
Ilustración 11: Emprendimientos incubados por Germina.....	107
Ilustración 12: Ubicación geográfica de los CDS.....	109
Ilustración 13: Cadena de Valor de la Industria Creativa.	117
Ilustración 14: Propuesta del BID de la Cadena de Valor de la Industria Creativa.	118
Ilustración 15: Cadena de Valor de la Industria Creativa Salvadoreña.	119
Ilustración 16: Esquema de desagregación del empleo de la Industria Creativa Salvadoreña.	123
Ilustración 17: Modelo de negocio de empresa salvadoreñas de Industria Creativa en El Salvador.	130
Ilustración 18 Cadena Global de Valor de la Industria Creativa Salvadoreña.	133

Indice de gráficos

Gráfico 1: Estructura de la Industria Creativa con base en la OMPI	27
Gráfico 2: Evolución de la composición del PIB mundial, periodo 1970 - 2020Fuente: Consejo Nacional de Cultura y Artes, 2014.	47
Gráfico 3: Patentes concedidas en el mundo, periodo 1984 - 2014.	48
Gráfico 4: Empleo Cultural y Creativo en Europa, periodo 2011 – 2017.....	53
Gráfico 5: Principales economías europeas exportadoras de productos creativos, periodo 2001-2017 (Miles de US \$)	54
Gráfico 6: Principales economías europeas importadoras de productos creativos, periodo 2001-2017 (Miles de US \$).....	54
Gráfico 7: Participación de la Industria Creativa respecto al PIB en países de Latinoamérica, año 2012	55
Gráfico 8: Exportaciones, importaciones y saldo comercial de la Industria Creativa en El Salvador, periodo 2001-2012	59
Gráfico 9: Participación promedio de las exportaciones de Industria Creativa en las exportaciones totales de El Salvador, periodo 2001 – 2012	60
Gráfico 10: Composición de las exportaciones de la Industria Creativa por país de destino, El Salvador, periodo 2001 – 2012.....	61
Gráfico 11: Participación de las ramas culturales en el PIB Cultural	65
Gráfico 12: Aporte de la Industria Creativa e Industria de la Construcción al PIB de El Salvador, año 2004 y 2016.....	66
Gráfico 13: Contribución de la Industria Creativa al PIB de países latinoamericanos.....	67

Gráfico 14: Exportaciones e importaciones de Industria Creativa en El Salvador, periodo 2009 - 2017.	76
Gráfico 15: Composición de las exportaciones de la Industria Creativa por país de destino, El Salvador, periodo 2009 - 2017.	77
Gráfico 16: Exportación de Servicios Personales, Culturales y Creativos de El Salvador, al resto del Mundo, periodo 2009-2017 (En miles de US \$).....	78

Índice de Cuadros

Cuadro 1: Revoluciones tecnológicas a partir de la primera revolución industrial	44
Cuadro 3: Impulsores tecnológicos de la Cuarta Revolución Industrial	46
Cuadro 4: Ranking de competencias más demandadas, periodo 2015 - 2020.....	47
Cuadro 5: Magnitud de la Industria Creativa en el mundo y sus principales participantes	49
Cuadro 6: Países no miembros de la Unión Europea del programa Creative Europe	52
Cuadro 7: Instituciones responsables y políticas implementadas para la Industria Creativa en países de América Latina	57
Cuadro 8: Industrias Creativas de bienes y servicios en El salvador, año 2003 y 2012 (En millones de US \$)	60
Cuadro 9: Empleo Creativo y Cultural en países de Latinoamérica.	69
Cuadro 10: Empleo Cultural, en países de América Latina.	71
Cuadro 11: Empleo creativo del sector privado y público (Miles de empleos).....	74
Cuadro 12: Proyectos participantes y ganadores de PIXELS TRADICIONAL, periodo 2019 – 2017.	80
Cuadro 13: Proyectos participantes ganadores de PIXELS PRO, periodo 2012- 2017.....	81
Cuadro 14: Nivel de participación y resultados en PIXELS CAPS.	82
Cuadro 15: : Empresas ganadoras en PIXELS PRO y montos de cofinanciamiento, periodo 2014 - 2017.	83
Cuadro 16: Metodología de la Investigación.	89
Cuadro 17: Carreras relacionadas a la Industria Creativa e incubadora de empresas por parte de universidades salvadoreñas.	99
Cuadro 18: Definición del modelo de Contratación de la Empresa Creativa. (Comentario de emprendedores).....	111

GLOSARIO DE SIGLAS Y ACRÓNIMOS UTILIZADOS

BID	BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO
CASATIC	CÁMARA SALVADOREÑA DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN
CDMYPES	CENTRO DE DESARROLLO DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS
CDS	CENTROS DE APRENDIZAJE Y TRABAJO A DISTANCIA
CEO	CHIEF EXECUTIVE OFFICER
CEPAL	COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE
CGV	CADENAS GLOBALES DE VALOR
COC	COMPOSICIÓN ORGÁNICA DE CAPITAL
COEXPORT	CORPORACIÓN DE EXPORTADORES DE EL SALVADOR
DCMS	DEPARTAMENTO DE CULTURA, MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y DEPORTE DEL REINO UNIDO
DICA	DIRECCIÓN DE INNOVACIÓN Y CALIDAD
ECS	EMPRESA CREATIVA SALVADOREÑA
EMN	EMPRESA MULTINACIONAL
FIES	FONDO DE INVESTIGACIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR
FONDEPRO	FONDO DE DESARROLLO PRODUCTIVO
I&D	INVESTIGACIÓN & DESARROLLO
IC	INDUSTRIA CREATIVA
IED	INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA
IES	INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR
IoT	INTERNET DE LAS COSAS
ITCA FEPADE	INSTITUTO TECNOLÓGICO CENTROAMERICANO
MINEC	MINISTERIO DE ECONOMÍA DE EL SALVADOR
OCDE	ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICOS
OEI	ORGANIZACIÓN DE ESTADOS IBEROAMERICANOS

OMPI	ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
PIB	PRODUCTO INTERNO BRUTO
PNUD	PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO
PTE	PARADIGMA TECNO-ECONÓMICO
SC-E	SECTOR CIENTIFICO EDUCATIVO
SC-I	SECTOR DE LA INFORMÁTICA Y COMUNICACIONES
TIC	TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN
UFG	UNIVERSIDAD FRANCISCO GAVIDIA
UNCTAD	CONFERENCIA DE LAS NACIONES UNIDAS SOBRE COMERCIO Y DESARROLLO
UNESCO	ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA
USAID	AGENCIA DE LOS ESTADOS UNIDOS PARA EL DESARROLLO INTERNACIONAL

RESUMEN EJECUTIVO

La importancia de las industrias creativas a nivel mundial ha sido sujeto de estudio por diversas instituciones internacionales, academias e intelectuales de gran connotación a nivel mundial, debido al peso relativo que esta tiene en las economías de los países.

Teniendo en cuenta que el término de industria no es utilizado en este contexto como sinónimo de transformación de materias primas, es importante recordar que dentro de las IC convergen una diversidad de ramas con distinta intensidad en el uso del conocimiento y de las TIC; ramas que la UNCTAD ha clasificado entre Downstream y Upstream, siendo los primeros los que son sujetos de estudio en esta investigación.

El posicionamiento de la industria creativa a nivel mundial ha sido tal, que los gobiernos han tenido que incluirla en la agenda de políticas públicas para facilitar su reconocimiento y desarrollo; de tal manera que, oficialmente, las industrias creativas se han catalogado como una oportunidad infinita para el desarrollo, una alternativa que permite la inclusión productiva especialmente para la población joven a través de emprendimientos que pueden aprovechar las ventajas de ser parte de una industria global, bajo la idea de que la globalización desbarata las barreras de entrada de las pequeñas empresas a las Cadenas Globales de Valor.

De esta manera los gobiernos, las empresas y la academia, y El Salvador no es la excepción, en mayor o menor medida, han orientado esfuerzos para garantizar la articulación de las instituciones gubernamentales con el sector empresarial y las instituciones de educación superior, como mecanismo para generar un ecosistema que permita la innovación tecnológica, el emprendimiento creativo y la formación técnica, a la espera de resultados en el mediano plazo de esta industria que apenas ha sido reconocida desde hace aproximadamente una década.

En ese sentido, bajo las limitaciones técnicas que se generan por la poca documentación existente a nivel institucional y académico sobre estas industrias, se realizó, en concordancia con los objetivos planteados para esta investigación, diversos estudios de casos a las empresas con mayor trayectoria dentro de los sectores de videojuegos, diseño, animación y audiovisuales, para que su dinámica proporcionase hallazgos importantes que permita

conocer cómo se posicionan estas empresas dentro de las cadenas globales de valor y como oportunidad para la generación de trabajo.

La finalidad de este trabajo de investigación es determinar si los mecanismos y vías mediante los cuales se ha configurado la industria creativa en El Salvador pueden ser catalizadores para la generación de empleo de calidad y desarrollo económico.

La metodología a utilizar fue descriptiva y de estudios de casos, donde a través de información generada por instituciones nacionales e internacionales, se logró describir la industria, bajo las limitantes que la poca disponibilidad de información respecto al tema permite recopilar, es por ello que para conocer más a fondo la industria, se optó por estudiar los casos de las empresas más representativas de esta industria creativa que es incipiente en El Salvador.

En base a estos objetivos, se plantean los hallazgos que dan pie a una serie de ideas generadoras de políticas públicas finales. Entre ellas, se apunta a la necesidad de seguir potenciado estrategias bajo dos ejes principales: Una mayor criticidad a las industrias creativas dentro de las políticas públicas, y que se orienten a un desarrollo integral de las industrias creativas.

INTRODUCCIÓN

El término Industria Creativa se adopta en países de Oceanía y Europa a mediados de la década de los 90's como un concepto que sirve para agrupar al conjunto de actividades en las cuales la creatividad llega a cumplir un rol económico, y que, por tanto, llegan a ser capaces de generar valor, empleo, y obtener un posicionamiento a nivel global a través del comercio de los bienes y servicios. Fue a partir del reconocimiento de estas industrias que los diversos gobiernos iniciaron el desarrollo de políticas de fomento orientadas a su impulso como forma de dinamizar la actividad de sus economías, identificando que uno de los componentes esenciales para el desarrollo de estas es generar un espacio para el desarrollo de la innovación y el desarrollo de nuevos productos, es así que esta industria llega a tener un espacio importante en los sistemas de innovación de los países.

A nivel sistémico, se considera que el surgimiento de estas industrias se desarrolla a partir de la configuración de una nueva etapa en la economía, llamada Economía del Conocimiento en la cual este factor tiene un papel central como principal fuerza productiva dentro del núcleo de las nuevas industrias como la microelectrónica, el software y la computación. En El Salvador el reconocimiento de esta industria surge como parte de la estrategia de diversificación y transformación productiva que tiene como objetivo la ampliación de la matriz productiva, con énfasis en aquellas actividades intensivas en habilidades cognitivas y aprovechamiento tecnológico.

El presente trabajo de investigación se titula “La Industria Creativa en el marco de la Economía del Conocimiento, periodo 2009-2016, y tiene como objetivo identificar las potencialidades que posee esta industria para la generación de valor intensivo en habilidades tecnológicas y cognitivas como rama incipiente y en desarrollo de la economía salvadoreña; a partir de lo cual se pretende analizar dos aspectos fundamentales: La capacidad para la generación de empleo y formación de nuevas empresas en dicha industria y las relaciones que tiene con cadenas de valor a nivel nacional e internacional, con el fin de diseñar lineamientos generales para el fomento de dicha industria.

En tal sentido, la presente investigación, tiene como objetivos determinar si los mecanismos y vías mediante los cuales se ha configurado la Industria Creativa en El Salvador pueden ser catalizadores para la generación de empleo de calidad y desarrollo económico.

Para seguir con la lógica del objetivo general, se identificaron objetivos específicos orientados a determinar si el requerimiento de fuerza de trabajo con habilidades cognitivas implica una barrera para la creación de empresas y generación de empleo en la Industria Creativa en El Salvador, examinar las vinculaciones que desarrolla la Industria Creativa en El Salvador con las Cadenas Globales de Valor, y verificar el estado que tiene la vinculación entre academia, gobierno y empresa como agentes responsables del desarrollo de la innovación y de nuevas industrias producto del desarrollo tecnológico y el conocimiento.

Para sistematizar el abordaje de la investigación se formularon preguntas claves como: ¿Es posible en El Salvador el desarrollo de nuevas actividades productivas generadoras de valor intensivo en habilidades tecnológicas y cognitivas, como la de las industrias creativas, bajo las actuales condiciones económicas e institucionales?, ¿Es la Industria Creativa, inclusiva en el sentido de ser capaz de generar empleos de calidad y facilidad de entrada para nuevos emprendimientos?, ¿Es capaz la Industria Creativa de generar enlazamientos productivos con las demás industrias a nivel nacional o es una industria que se orienta principalmente a la segmentación con las cadenas globales de valor?, ¿Existe una estrategia real para el desarrollo de nuevas industrias como la Industria Creativa que sea impulsada por agentes como la academia, el gobierno y la empresa a través de la configuración de un Sistema de Innovación?, ¿Han surgido iniciativas desde fuera de estos agentes que han permitido el desarrollo de la Industria Creativa en El Salvador?

A partir de estas preguntas generadoras, se formuló la siguiente hipótesis general:

Los mecanismos y vías mediante los cuales se ha configurado la Industria Creativa en El Salvador no se constituyen como catalizadores para la generación de empleo de calidad y desarrollo económico.

Asimismo, las hipótesis específicas:

El requerimiento de fuerza de trabajo con competencias cognitivas y técnicas relacionadas a los nuevos medios de la Industria Creativa implica una barrera para la creación de empresas y generación de empleo en la Industria Creativa bajo el marco de la economía salvadoreña.

La Industria Creativa no desarrolla fuertes vinculaciones con los demás sectores productivos nacionales, sino que tiende a vincularse principalmente con segmentos de producción globales.

En El Salvador los mecanismos institucionales para fortalecer la relación entre universidad, gobierno y empresa no se encuentran consolidados, lo que implica que no se puedan construir verdaderos programas articulados y orientados a la innovación y el desarrollo de nuevas industrias.

Específicamente, este proyecto de investigación contempla el desarrollo de cuatro capítulos:

El capítulo I comprende el marco referencial que se compone por el marco conceptual donde se desarrollan los principales conceptos a conocer durante el desarrollo de la investigación, el marco histórico donde se presentan los antecedentes de la Industria Creativa a nivel mundial y nacional y marco teórico en el cual se describirán los enfoques teóricos que servirán de base a la investigación y al análisis en torno la Industria Creativa, a la economía del conocimiento y sus efectos en las Cadenas Globales de Valor y el trabajo.

El capítulo II comprende el abordaje cronológico de la Industria Creativa en El Salvador, desde su orígenes, composición, evolución, desarrollo y políticas de fomento que se han desarrollado a la fecha, así mismo, se presenta una recopilación estadística sobre la contribución de estas industrias al PIB y a la generación de empleo; así mismo, se presentan hallazgos sobre la evaluación que hacen las empresas sobre el apoyo gubernamental al sector emprendedor de esta industria.

En el capítulo III se analiza la vinculación que existe entre gobierno, empresa y academia como agentes fundamentales para el establecimiento de un ecosistema creativo que sirve como base para el desarrollo de la innovación, desarrollo, producción y comercialización de productos y servicios creativos, adicionalmente, se analiza la Cadena de Valor de la Industria Creativa a nivel global y local, como uno de los hallazgos más importantes a tener en

consideración en este trabajo, en lo que se destaca la fuerte orientación de las empresas creativas a participar dentro de las Cadenas Globales de Valor.

El capítulo IV parte con la pregunta de que, si en realidad las industrias creativas representan una oportunidad para la generación de empleo en la juventud, para descargar los hallazgos obtenidos en el desarrollo de la investigación que indican que las industrias creativas son capaces de generar trabajo, pero no de generar empleo, ya que la dinámica de empleabilidad exige la competitividad a través de salarios nacionales que solo se puede conseguir mediante la flexibilización laboral. A partir de los hallazgos, se presentan por último líneas generales que representan ideas generadoras para la formulación de lineamientos a considerar políticas de fomento a la Industria Creativa.

CAPÍTULO I: MARCO REFERENCIAL

Las Industrias Creativas han estado inmersas en la economía de los países desde tiempos remotos, estas han sido expresadas en la cultura y arte comerciable. Actualmente el desarrollo de las fuerzas productivas ha conllevado al mundo a una cuarta revolución industrial en la que el conocimiento ocupa un papel fundamental en el esquema de los factores productivos, la importancia de lo cognitivo en la producción es determinante en la denominación de la actual fase del sistema; el capitalismo cognitivo. La convergencia de la producción creativa y el estado de las tecnologías ha implicado la formación de nuevas ramas de la IC que de alguna manera pasan a ser el eje central de la industria debido a la capacidad de generar valor, esto permite dar un realce a la IC y pone la mirada de los gobiernos con fines de política pública. La importancia de la industria es concebida en Australia y Europa en primera instancia, luego la noción es expandida a los Estados Unidos de América, a los países asiáticos, y a Latinoamérica hasta llegar a El Salvador. En la medida que la industria adquiere popularidad se inicia el esfuerzo en varios de los países por medirla en términos económicos, determinando cuál es la contribución de ésta a las producciones nacionales, a las exportaciones y a la generación de empleo.

El cambio de la base tecnológica determina a su vez modificaciones en el comportamiento social, por eso se vuelve importante estudiar la nueva configuración socioeconómica, Castell (1995) propone la idea de Sociedad Red, Ordoñez (2005) denomina la actual fase del sistema, Capitalismo Cognitivo, existiendo otros esfuerzos. Lo Social y Económico adquiere una nueva connotación tan relevante como para ser objeto de estudio, junto a la evolución social se da la apertura de nuevas ramas productivas en el caleidoscopio industrial, en esa línea surgen procesos de comprensión de delimitación y concepción de la IC, cuya tarea es asumida por organismos internacionales y nacionales que han contribuido a la definición de lo que Economía Creativa engloba y significa. Existiendo enfoques como el de la DCMS, la OMPI, la UNESCO y la UNCTAD.

1.1 Marco Teórico

Hablar de IC es adentrarse a una discusión en la cual no existe un consenso universal que introduzca de manera homogénea al tema. Teóricamente se han desarrollado diversas aportaciones en la medida que el término ha ganado relevancia dentro de los objetivos de políticas públicas a nivel mundial gracias a los estudios realizados por diversas instituciones y académicos sobre el impacto que estas nuevas industrias tienen en la generación de nuevas formas de hacer economía.

A partir de los diversos intentos por sistematizar una teoría referente a estas nuevas industrias, se han planteado diversos términos que si bien, tratan de explicar de un fenómeno en el cual la creatividad se convierte en una capacidad capaz de generar valor económico, los marcos de las actividades consideradas dentro de la industria cambian y también la percepción de quienes la estudian; es así como se han planteado diversos términos relacionados o asociados al de IC, como industrias culturales, economía creativa, clase creativa, industria de contenidos, ciudades creativas, entre otros.

1.1.1 Economía del Conocimiento, una nueva fase del desarrollo capitalista

Para nadie es extraño que detrás de todo avance minúsculo o significativo, de cada descubrimiento o progreso importante, de toda invención o innovación que ha servido al desarrollo de las sociedades, está inmerso el conocimiento como factor imprescindible. Se habla, pues, del conocimiento como motor de la historia de la humanidad.

El conocimiento, como tal, ha sido clave para el desarrollo de la sociedad en el más amplio sentido, pero es en la actual etapa de la historia basada en los procesos de innovación acelerados que impulsa el conocimiento, en el cual esta facultad del ser humano adquiere características que nunca había tenido en la generación de crecimiento y desarrollo económico.

No existe un consenso sobre la denominación de la actual fase de desarrollo de la economía. Mientras algunos economistas como Manuel Castells, Paul David, Dominique Foray e Ian Brinkley, consideran esta fase como una respuesta evolutiva al desarrollo de nuevas formas de organización del trabajo y el desarrollo de nuevas tecnologías, llamándola Sociedad del Conocimiento o Sociedad Red, otros como Sergio Ordoñez y Mariano Zukerfed, tienen un

análisis basado en el materialismo histórico, en el cual la actual fase del desarrollo capitalista se basa en el nuevo carácter de fuerza productiva que adquiere el conocimiento, llamándola Capitalismo Cognitivo o Capitalismo Informacional.

1.1.1.1 Nueva Economía

El término Nueva Economía surge a finales de la década de los 90's de la mano del economista Brian Arthur¹, para explicar la evolución que ha tenido la economía basada en la producción de nuevas tecnologías de la información y comunicación en un contexto donde la globalización económica es cada vez mayor.

La Nueva Economía trata de la adquisición, procesamiento, transformación y distribución del conocimiento y de la información (Argandoña, 2001). En ese sentido, la Nueva Economía no se refiere a un fenómeno que escapa de las leyes económicas convencionales, sino al resultado de una revolución tecnológica incubada desde la década de los 50's en el siglo pasado y que se manifiesta íntegramente en los años 90's.

Según Arthur la Nueva Economía como la etapa donde el conocimiento toma un papel fundamental dentro de las combinaciones de factores productivos de las economías, de esta manera, el crecimiento económico de un país estaría en función del incremento en cantidad y calidad de los factores productivos empleados y por la incidencia del cambio tecnológico, que elevaría la productividad conjunta de estos.

Elementos catalizadores del cambio tecnológico como la inversión en investigación y desarrollo, la tecnificación de la calidad educativa, la claridad en los derechos de propiedad intelectual conllevan a que este no se produzca por generación espontánea, sino que pueda ser estimulado o provocado; sin embargo, de acuerdo al planteamiento de Lizeranzu y Olmedo, todos estos elementos del entorno, favorecedores del clima necesario para que se produzca el progreso técnico, posiblemente hubieran resultado insuficientes para provocar los cambios que han desembocado en lo que se ha dado en llamar Nueva Economía, de no ser por la consolidación de una nueva fuente de riqueza en las economías: la información.

Pero ésta, a su vez, es impensable que se pudiera concebir en los actuales términos sin la revolución que ha acontecido en el soporte material que permite su novedoso y portentoso

¹ Economista nacido en 1946 en Belfast, Irlanda del Norte.

sentido económico: las tecnologías de la información y de la comunicación (Lizeranzu & Olmedo, 2001).

Por esta razón, la Nueva Economía está íntimamente relacionada con la información y las tecnologías asociadas a ella. La importancia de la información en la nueva economía es que las empresas la utilizan con una finalidad operativa, dentro de sus procesos productivos, permitiendo que esta información se transforme en nueva información que contenga nuevas aplicaciones económicas.

De esta manera, la información se suma a los factores tradicionales, trabajo y capital, modificando en gran medida la importancia relativa de las fuentes tradicionales de la riqueza del sistema (Lizeranzu & Olmedo, 2001).

Es claro que la información siempre ha sido un elemento importante en la actividad económica en cada momento de la historia, pero es actualmente en donde se ha consolidado como un factor indispensable para el funcionamiento de la economía en general. Su producción, gestión, reproducción y comercialización posibilita aumentar sus aplicaciones, y, por tanto, su valor.

Si en la antigüedad fueron la disponibilidad de la tierra y la servidumbre, y posterior a la revolución industrial, el trabajo, la acumulación de capital y el recurso energético, y más recientemente el trabajo humano cualificado, en la actualidad, el uso inteligente de la información y su conversión en conocimiento es el factor clave para el éxito de las empresas.

Por esta razón, la información no puede ser entendida como en el pasado, sino que ahora se está consolidando como un input esencial en la función de producción del modelo de crecimiento que impulsa la productividad y la calidad de los procesos (Lizeranzu & Olmedo, 2001).

En síntesis, el enfoque de la Nueva Economía muestra las causas aparentes que han generado un cambio en la economía actual, la transformación de la información como nuevo factor productivo en las empresas a partir de la revolución tecnológica iniciada en la década de los 50's del siglo pasado, y como en la actualidad, en un mundo más globalizado, aquellas empresas que se adapten más rápidamente al progreso tecnológico, y que además, hagan de este un elemento que puede provocarse, serán las que mayores oportunidades tengan de ser sostenibles en el tiempo.

1.1.1.2 Economía basada en el conocimiento

En un esfuerzo por explicar la actual fase de desarrollo de la economía, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) desarrolla investigaciones para explicar la tendencia que algunas economías pertenecientes a este organismo han perseguido en relación con la inversión en alta tecnología, alta cualificación del trabajo, y las ganancias de productividad que han generado dichas inversiones.

El término "economía basada en el conocimiento" resulta de identificar a mayor profundidad el papel del conocimiento y la tecnología en el crecimiento económico. Conocimiento, como encarnado en los seres humanos (como "capital humano") y en tecnología, siempre ha sido fundamental para el desarrollo económico. Pero solo durante los últimos años ha sido reconocida su importancia relativa, así como esa importancia está creciendo (OECD, 1996).

La macroeconomía tradicional neoclásica considera al trabajo, la tierra y el capital como los factores productivos por excelencia, donde la combinación entre cada uno de ellos, garantiza la producción necesaria de acuerdo a los requerimientos del mercado; es hasta los aportes del Solow² a las teorías del crecimiento económico y aportes como los de Schumpeter, Nelson y Winter, Rosenberg donde recursos como el cambio tecnológico o el conocimiento se consideraron como elementos externos que abonaban de alguna manera a los procesos productivos a través de las innovaciones.

Lo cierto es que el conocimiento, en comparación de los factores productivos tradicionales, como los recursos naturales, el trabajo poco cualificado y la maquinaria, ha adquirido mayor importancia en la medida que el progreso tecnológico se intensifica.

La actual fase de desarrollo tiene como base la tercera revolución industrial³, con el auge de las tecnologías de la información y comunicación. Estas nuevas tecnologías, que surgieron en los años cincuenta y florecieron con la llegada de internet, cuentan con potencialidades

² Robert Solow, economista estadounidense, reconocido por sus aportes realizados a la teoría del crecimiento económico. Solow fue el primero en incluir dentro de su modelo del crecimiento -aunque de forma exógena- el papel de la tecnología en la producción.

³ También llamada Revolución Científico-Tecnológica, surge a partir del desarrollo que experimentaron las tecnologías de la información y la comunicación a mediados de la segunda mitad del siglo XX.

asombrosas. Permiten el acceso remoto a la información y a los medios para adquirir conocimientos (David & Foray, 2002).

En la economía basada en el conocimiento, existen tres características importantes que han marcado su desarrollo y expansión a escala global: el primero se refiere al desarrollo de las tecnologías de la información, la informática y las telecomunicaciones a partir de las últimas décadas del siglo XX, el segundo al movimiento hacia la especialización flexible de la mano de obra en concordancia con las nuevas formas de organización del trabajo que siguen la idea de la empresa asiática surgida con la revolución del Toyotismo y la empresa “J”, y el tercero a los cambios en el proceso de innovación, retomando el papel del conocimiento y el aprendizaje en el uso y la producción de nuevas tecnologías.

En la sociedad del conocimiento⁴ lo importante de la incorporación de manera endógena del conocimiento dentro de los procesos productivos, tiene que ver con la capacidad que se genera de codificar el conocimiento a partir del mismo desarrollo de las tecnologías de la información, puesto que algunos conocimientos⁵ pueden ser de fácil transacción, mientras otros pueden estar imposibilitados para poder intercambiarse, o su proceso es más difícil, y, por tanto, más costoso⁶.

La existencia de infraestructuras de tecnología de la información y las comunicaciones da un fuerte impulso al proceso de codificación de ciertos tipos de conocimiento. Todo el conocimiento que puede ser codificado y reducido a información, ahora se puede transmitir a largas distancias con costos muy limitados. Es el aumento en la codificación de algunos

⁴ Término usado por Peter Drucker en 1969 y luego adoptado por Paul A. David y Dominique Foray para referirse a la sociedad en la era de la información.

⁵ En relación a los tipos de conocimiento, Lundvall & Johnson establecen que se pueden hacer distinciones en relación a los tipos de conocimiento dentro de la economía: Know-what, know-why, know-how y know-who. Estas categorías se refieren a las posibilidades de llevar a cabo transacciones de conocimiento económicamente relevantes y de crear nuevo conocimiento a través de sus combinaciones. Las primeras dos pueden ser fácilmente codificadas y reproducibles, las otras dos son más “Conocimiento tácito” y son más difíciles de reproducir.

⁶ El conocimiento como tal, puede clasificarse en dos grandes categorías: Conocimiento tácito y conocimiento explícito. El conocimiento tácito es un término expresado por el filósofo húngaro-británico Karl Polanyi, para referirse a todos aquellos elementos que forman parte de un haber cognitivo pero que no pueden compartirse fácilmente, como las experiencias, los hábitos, las costumbres, la cultura; a contraposición del conocimiento explícito que es fácil de codificar y puede transmitirse mediante un lenguaje formal y sistemático, como sostiene Nonaka y Takeuchi, un ejemplo pueden ser los manuales de usuario al comprar cualquier aparato electrónico.

elementos de conocimiento que han llevado a que la era actual se caracterice como "sociedad de la información"- una sociedad donde la mayoría de los trabajadores pronto producirán, manejarán y distribuirán información o conocimiento codificado (OECD, 1996).

Debido a la codificación, el conocimiento cada vez más adquiere características de una mercancía, pues su codificación facilita su transacción en el mercado y, por consecuencia, su difusión se acelera. La dispersión del conocimiento desaparece en la medida que las tecnologías de la información y la comunicación crean puentes entre una y otra área del conocimiento.

La tecnología de las TIC ha reducido drásticamente el costo de manejo, almacenamiento y traslado de información (Lundvall & Johnson, 1994).

Estas facilidades en la difusión del conocimiento, estimula el crecimiento de la economía basada en este. La rapidez con la que se difunde el conocimiento codificado determina la rapidez con la cual surgen nuevas innovaciones. La obsolescencia de las aplicaciones del conocimiento es cada vez mayor, puesto que el conocimiento se regenera en mayor escala.

Aunque la economía basada en el conocimiento se ve afectada por el uso cada vez mayor de las tecnologías de la información, no es sinónimo de la sociedad de la información. La economía basada en el conocimiento se caracteriza por la necesidad de un aprendizaje continuo tanto de la información codificada como de las competencias para utilizar esta información.

A medida que el acceso a la información se vuelve más fácil y menos costoso, las habilidades y competencias relacionadas con la selección y el uso eficiente de la información se vuelven más cruciales. El conocimiento tácito en forma de habilidades necesarias para manejar el conocimiento codificado es más importante que nunca en los mercados laborales (OECD, 1996).

De esa manera, la economía basada en el conocimiento es también considerada una economía del aprendizaje, donde el know-how se convierte en el principal determinante de los procesos productivos en esta nueva etapa de la economía. Las habilidades ganadas a través de la experiencia en el manejo de conocimiento codificado vuelven al conocimiento tácito un elemento fundamental dentro del mercado laboral que se encarga de descodificar al primero.

Es por ello por lo que, en la economía basada en el conocimiento, la educación del trabajador se vuelve fundamental en la medida que se vuelve cada vez más fundamental el desarrollo de habilidades cognitivas capaces de descodificar conocimiento explícito, en un ambiente donde adaptarse a los avances de la tecnología es crucial para el capital empresarial.

En resumen, el avance de la globalización introdujo nuevas formas de configuración de la economía, donde el conocimiento se valoriza directamente en nuevos bienes y servicios donde, además, los activos intangibles como las aptitudes -el know how- y el potencial innovador funcionan como recursos claves para el incremento de la competitividad empresarial. El término Economía basada en el conocimiento se utiliza para describir esta etapa de la economía.

1.1.1.3 Sociedad Red

Para Manuel Castells, el devenir de un nuevo paradigma tecnológico no solo trae consecuencias directas para los procesos productivos y organización del trabajo en una economía, sino que trasciende a todas las esferas de una sociedad. Aspectos políticos, culturales, hasta incluso trastocar la identidad de los individuos.

Al explicar la naturaleza sistémica de la nueva economía, Castells introduce el concepto de Sociedad Red⁷, en la cual las tecnologías de la información y la comunicación, en conjunto con el mismo proceso de evolución social, han permitido crear una nueva base material para la realización de actividades en todo el conjunto interrelacionado de instituciones que componen la sociedad actual y que determina todos los procesos sociales a gran escala.

Según Castells, la base material de la nueva economía está compuesta por redes, diversos nodos interconectados que funcionan al momento de transmitir información, y que, a la vez, son capaces de expandirse sin límite definido, integrando nodos mientras puedan comunicarse entre sí (Castells, 2000).

En esa vía, en la actual etapa, la Sociedad Red se organiza en torno a redes que abarcan los aspectos más diversos que poseen un rol dentro de la economía, siendo capaces de intervenir

⁷ Manuel Castells define el concepto de Red como un conjunto de nodos interconectados. Pero el término de "nodo" para Castells no tiene una presunción estrictamente informática. Los nodos dependerán del tipo de redes al cual nos estemos refiriendo, ya que pueden ser dentro de cualquier ámbito, por ejemplo, político, empresarial, financiero, cultural.

en los canales globales de capital, a través de las tecnologías de la informática y comunicaciones, cuyo acceso garantiza el aprovechamiento del conocimiento tecnológico en la generación de mayor productividad y competitividad dentro de las empresas de la nueva economía.

Y es que, para Castells, el avance tecnológico que ha servido como base para instaurar la Sociedad Red es impulsada por los intereses de acumulación del capital, que es el mayor beneficiario del conocimiento generado y procesado por las tecnologías de la información. Así pues, las empresas de alta tecnología requieren de capital para poder llevar a cabo sus procesos de investigación, desarrollo e innovación.

El capital financiero, al actuar de forma directa a través de las instituciones financieras o indirectamente a través de la dinámica de los mercados bursátiles, condiciona el destino de las industrias de alta tecnología. Por otra parte, la tecnología y la información son herramientas decisivas para generar beneficios y para conseguir cuotas de mercado. Así pues, el capital financiero y el capital industrial de alta tecnología son cada vez más interdependientes, aun cuando sus modos de operación sean específicos para cada industria (Castells, 2000).

De esta manera, el capital por primera vez en la historia se vuelve totalmente global dentro de la Sociedad Red, a tal grado que, el capitalismo en la etapa de la sociedad red determina las relaciones sociales de producción en su totalidad. Esta etapa es un paso más dentro de la evolución del sistema capitalista, que da inicio en las últimas décadas del siglo pasado en la efervescencia de la tercera revolución industrial con el surgimiento y la preeminencia de las tecnologías de la informática y la comunicación, hasta nuestros días.

Pero esta influencia de las nuevas tecnologías también modifica la manera en que la empresa organiza sus relaciones de mercado; el cambio tecnológico les otorga a las empresas nuevas opciones para obtener ganancias de productividad y ser cada vez más competitivas en un mercado que se encuentra en constante movimiento. Pero las relaciones de mercado no son las únicas que se modifican para las empresas, la sociedad en red, como producto de un nuevo paradigma tecnológico, también afecta el papel del trabajo en la empresa; la flexibilidad y adaptabilidad que caracterizan a esta etapa de la nueva economía hacen del trabajo también

un proceso flexible y desconectado de cualquier área geográfica, con las nuevas tecnologías de la informática.

En consecuencia, el proceso de trabajo cada vez se individualiza más, se desagrega la realización del trabajo y se reintegra su resultado mediante una multiplicidad de tareas interconectadas en emplazamientos diferentes, lo que inaugura una nueva división del trabajo, basada en los atributos/capacidades de cada trabajador más que en la organización de las tareas. Las redes son los instrumentos apropiados para una economía capitalista basada en la innovación, la globalización y la concentración descentralizada; para el trabajo, los trabajadores y las empresas que se basan en la flexibilidad y la adaptabilidad. (Castells, 2000).

El informacionalismo, entonces, conlleva a la concentración y globalización del capital, mientras desagrega la organización del trabajo a través del poder descentralizador y expansivo de las redes en esta nueva etapa de la economía, pero la base de toda esta nueva configuración en la economía se debe al desarrollo de las tecnologías de la información desde la tercera revolución industrial.

La tecnología de la información es a esta revolución⁸ lo que las nuevas fuentes de energía fueron a las sucesivas revoluciones industriales, de la máquina de vapor a los combustibles fósiles e incluso a la energía nuclear, ya que la generación y distribución de energía fue el elemento clave subyacente en la sociedad industrial. Sin embargo, esta declaración sobre el papel preeminente de la tecnología de la información se confunde con frecuencia con la caracterización de la revolución actual como esencialmente dependiente del nuevo conocimiento e información, lo cual es cierto para el actual proceso de cambio tecnológico, pero asimismo para las revoluciones tecnológicas precedentes (Castells, 2000).

Como lo aclara Manuel Castells, tanto para la tercera revolución industrial, para las precedentes, y las venideras, todas son esencialmente dependientes del conocimiento. El nuevo papel del conocimiento en la actual etapa del capitalismo informacional⁹ se caracteriza más bien, por la aplicación de dicho conocimiento a aparatos de generación y procesamiento

⁸ Castells, para referirse a la tercera revolución industrial.

⁹ Como denomina Castells a la actual fase del capitalismo.

de conocimiento e información, y su inmediata retroalimentación en la generación de nuevos usos, es decir, innovaciones.

Por primera vez en la historia, la mente humana es una fuerza productiva directa, no sólo un elemento decisivo del sistema de producción (Castells, 2000). Y este es el aspecto fundamental de la Sociedad Red y la nueva economía, la capacidad del conocimiento para regenerarse en nueva información que puede ser aplicada en infinidad de procesos productivos. Así establece Castells que los usos de las tecnologías de la informática y la comunicación han seguido una evolución en cuanto a la relación de aprendizaje de sus creadores y sus usuarios: automatización de las tareas, experimentación de los usos y reconfiguración de las aplicaciones (Castells, 2000).

Las primeras dos etapas en el uso de las tecnologías de la informática y la comunicación avanza mediante el aprendizaje por el uso¹⁰, en la medida que la innovación se genera y difunde progresivamente entre los usuarios, sin embargo, con su difusión, los usuarios también han sido capaces de aprender haciendo¹¹ y crear nuevas reconfiguraciones para la tecnología, innovaciones que expanden las redes a través del surgimiento de nuevas aplicaciones, que es lo que ha sucedido con la tercer etapa, a tal punto que los creadores y usuarios de algunas innovaciones pueden llegar a ser la misma persona. Es así como el conocimiento se convierte en fuente de valor en la Sociedad Red.

Sin embargo, lo que caracteriza a la actual fase de la economía no es en sí la utilización del conocimiento en la generación de innovaciones, el cual ha sido un proceso permanente en el desarrollo de la historia, sino la capacidad de hacer del conocimiento un elemento práctico para la generación de aparatos que, a través del procesamiento de la información y comunicación, son capaces de generar nuevos conocimientos que pueden convertirse en innovaciones.

Esta es la Sociedad Red, tal cual Castells la representa, un conjunto interconectado de nodos que intervienen dentro de cada ámbito de la vida en una sociedad cada vez más globalizada,

¹⁰ Learning by using o aprender usando, es un término que se remonta al economista Nathan Rosenberg (1987), economista estadounidense, especializado en historia de la tecnología.

¹¹ Learning by doing o aprender haciendo, es un término adoptado por Robert Lucas Jr (1988), economista estadounidense

pero que tiene como catalizador el desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación; en ella se ve reflejada el papel que juega en la actualidad el conocimiento como nueva fuerza productiva ligada directamente al mejoramiento de la productividad y competitividad del capital, que es global. Sin duda, que a diario nuevos nodos convergen a esta gran red, la sociedad red, considerada por Castells: El nuevo orden social.

1.1.1.4 Capitalismo Cognitivo

Otro análisis en relación con la nueva etapa de la economía se desarrolla con los aportes que realizan economistas como Sergio Ordoñez a partir del materialismo histórico, enfocando su estudio en la relación que el conocimiento y la ciencia tienen en la reproducción de la vida económica.

Ordoñez, al referirse al papel del conocimiento en la actual fase del sistema económico sostiene que “la revolución tecnológica de la informática y las comunicaciones, puesto que posibilita el surgimiento de una nueva fuerza productiva¹² a partir del estrechamiento del vínculo entre ciencia y producción, y la producción de ciencia y conocimiento en forma directamente accesible y aplicable a la producción, en particular por medio del desarrollo del *software*. En este sentido el *software* puede entenderse como conocimiento codificado y objetivado, que puede emplearse como herramienta para crear nuevo conocimiento, como el contenido en las operaciones de diseño” (Ordoñez, 2004).

Se reconoce, pues, el conocimiento como nueva fuerza productiva que surge de la interacción del sector científico educativo, encargo de la producción científica, y los agentes encargados de su aplicación en los ámbitos de la producción de bienes y servicios ligados particularmente a la informática, y que, a la vez, cumplen con el rol de reproducir el conocimiento a través de nuevas aplicaciones.

Para Ordoñez, la nueva fase de desarrollo surge de una nueva articulación entre el sector científico-educativo (SC-E) y el conjunto de la producción y los servicios sociales, por lo que la producción, circulación y acumulación del conocimiento tienden a incidir e involucrar a todos los ámbitos de la reproducción económica y social, y trasciende las instituciones

¹² El conocimiento, como fuerza productiva.

científico-educativas y las empresas, e incluye nuevas instituciones económico-sociales de facto, formales e informales (Ordóñez, 2006).

De esta manera, el Sector Científico Educativo (SC-E) requiere de un articulador que le permita vincular el conocimiento con los sectores encargados de la producción de mercancías y servicios intensivos en conocimiento. Es así como el sector de la informática y las comunicaciones (SC-I), desarrollado a partir de la tercera revolución industrial, se convierte en el sector que posibilita en enlace entre el SC-E y la producción social.

Por consiguiente, tiene lugar la formación de un ciclo del conocimiento (producción, circulación y acumulación) que incluye al SC-E y la producción, circulación y el consumo sociales, en el cual el gran desafío histórico es la valorización del conocimiento (creación de nuevo valor a partir del conocimiento), lo que supone una dilatación y autonomización de las actividades de concepción y diseño del producto en relación con las actividades de manufactura (Ordóñez, 2011).

Y tal desafío histórico de creación de valor a partir del nuevo conocimiento solo puede generarse gracias al rol que tienen los sectores de la informática y las telecomunicaciones en la generación de productos y servicios intensivos en conocimiento y la generación de un ciclo de producción, distribución y acumulación que se repite rápidamente. Pero la principal distinción del Capitalismo del conocimiento, más allá del surgimiento del conocimiento como nueva fuerza productiva, es el cambio que produce en las cadenas de valor de los productos donde surgen nuevas etapas en las que la concepción y el diseño de las ideas adquieren un peso importante dentro del proceso de producción y que modifican la estructura tradicional de la composición orgánica de capital, y por ende, poseen una estructura de costos diferente a la de los productos que son menos intensivos en conocimiento.

Los productos intensivos en conocimiento poseen una estructura de costos diferente, es decir, que poseen una composición de capital específica que, según Ordóñez, tiende a contrarrestar el incremento de la composición orgánica de capital, puesto que el conocimiento es considerado como un trabajo intelectual complejo ejecutado por la fuerza de trabajo.

Desde el punto de vista de la circulación, se trata de productos cuya realización supone una ganancia o rendimientos crecientes por escala de producción, puesto que al concentrarse la

parte sustancial de la inversión en la primera unidad de producto, entre más copias sean vendidas mayores serán los beneficios, lo cual constituye la otra cara de la valoración del conocimiento como contra tendencia a la disminución de la tasa de ganancia¹³ (Ordóñez, 2006). Contrario a los productos que no son intensivos en conocimiento, poseen una estructura de costos en la cual el capital constante es más preponderante, y, por tanto, su coste de reproducción es equiparable al costo de producción del primero, lo que implica ganancias decrecientes por escala de producción.

En consecuencia, aquellas empresas, dentro de la actual etapa del capitalismo del conocimiento, que logran valorizar el conocimiento, son las que se benefician mucho más de la contra tendencia a la tasa de ganancia, todo a consecuencia de la valorización del conocimiento como fuerza productiva que ocasiona una nueva forma de producción social a escala global.

1.1.2 El conocimiento como valor

Cada peldaño del conocimiento humano, sensible o racional, y cada modo de asimilación de la realidad es una actividad basada en la praxis objetiva de la humanidad, y, por ello, está vinculada, en uno u otro grado, a todas las demás. El conocimiento no es contemplación. La contemplación del mundo se basa en los resultados de la praxis humana. El hombre sólo conoce la realidad en la medida en que crea la realidad humana y se comporta ante todo como ser práctico (Kosik, 1967).

El conocimiento como praxis objetiva de la humanidad se encuentra orientado hacia la transformación consciente de la realidad, y es, por tanto, imprescindible en la vida de los individuos, así mismo, el conocimiento a través de la práctica constituye un efecto dialéctico en el cual el conocimiento es condición de la práctica y ésta, a la vez, se vuelve generadora de nuevo conocimiento.

Sin embargo, no todo el conocimiento tiene el mismo nivel de científicidad, y eso dependerá del grado de aprehensión que el sujeto social tenga de un fenómeno determinado. Ordóñez¹⁴

¹³ La tendencia decreciente de la cuota de ganancia es una ley económica que establece que el margen general de ganancia disminuye en la medida que el sistema capitalista sustituye capital variable por capital constante como maquinaria y nuevas instalaciones. En la medida que el Capital Constante aumenta, la tasa de ganancia disminuye, a consecuencia de que solo el trabajo es capaz de generar valor en las mercancías.

¹⁴ Siguiendo los planteamientos de Lam, 1998; Andersen, 1998 y Bhatt, 2000

sostiene que es por ello por lo que, de acuerdo con el grado de aprehensión o comprensión de la realidad, se dividen al conocimiento en dos tipos¹⁵:

- Teórico, explícito o racional que explica de manera sistemática la esencia de los fenómenos y aduce como son en apariencia.
- Empírico, implícito, tácito o sensitivo, que de manera no sistemática da cuentas de lo aparente, y de cierta forma de la esencia de los fenómenos¹⁶.

En el ámbito económico, el conocimiento está indisolublemente ligado al trabajo como práctica individual y social productiva y transformadora de la realidad material, y a su división en términos de naciones, instituciones científico-educativas, empresas y colectivos de trabajo (Ordoñez, 2004).

El conocimiento se vuelve generador de valor en la medida que logra el salto para convertirse en una nueva fuerza productiva. Deja de ser un recurso directo para desarrollar procesos de industrialización más sofisticados, y se convierte en generador de nuevas fases dentro de la Cadena de Valor de los productos, fases intensivas en concepción y diseño de ideas, que son intensivas en conocimiento. Es por ello por lo que esta nueva fuerza productiva tiene lugar dentro de la revolución generada a partir de la informática y las telecomunicaciones, pues el desarrollo de estas nuevas tecnologías y su difusión ha generado una vinculación estrecha entre la ciencia y la producción, y la producción de nuevo conocimiento, que a la vez estará a la disposición de transformarse en nuevos productos.

El conocimiento como fuerza productiva modifica la relación entre capital constante y capital variable dentro de los procesos de producción. Históricamente, con el desarrollo de las fuerzas productivas y los medios de producción, el capital constante era el que se volvía cada vez más intensivo dentro de los procesos productivos, en la medida en que la máquina sustituía a la fuerza de trabajo, es decir que la composición orgánica del capital desarrollaba

¹⁵ Tal como se describió en el apartado dedicado a la Economía basada en el conocimiento.

¹⁶ El conocimiento empírico o tácito, a su vez, puede ser de diversos tipos: 1) incorporado a las habilidades del sujeto (embodied knowledge); 2) el de la capacidad cognitiva del sujeto (embrained knowledge); 3) el de la rutina de una práctica colectiva u organizacional (embedded knowledge); y 4) el de patrones de comportamiento, sentido común, suposiciones o creencias derivadas de una cultura determinada (encultured knowledge) (Ordoñez, 2006).

una tendencia creciente. Pero el conocimiento como práctica del sujeto social, generadora de valor, da pie a nuevas etapas dentro de la Cadena de Valor de las mercancías por medio de las actividades concepción de ideas y de diseño que produce una contra tendencia al incremento del capital constante, previa a la etapa de manufactura.

La valoración del conocimiento (creación de nuevo valor a partir del conocimiento), supone una dilatación y autonomización de las actividades de concepción y diseño del producto en relación con las actividades de manufactura, lo cual, a su vez, permite diferenciar la composición de los costos de producción entre ambas actividades, en los siguientes términos: a) la fase de concepción y diseño es intensiva en capital variable y poco intensiva en capital constante (el capital variable es el trabajo complejo intelectual altamente calificado); y b) la fase de manufactura tiende a una mayor proporción de capital constante en relación con el variable (al igual que la composición del capital en su conjunto), aun cuando la proporción específica de ambos depende del tipo particular de producto y su ubicación dentro de su respectiva Cadena de Valor (Ordóñez, 2006).

Es así como el conocimiento adquiere nuevas características y se vuelve generador de valor. Esta capacidad del conocimiento en el ámbito económico ha sido exclusiva de la actual etapa de la economía, así mismo, no puede considerarse el conocimiento como una habilidad o un activo que posee un sujeto individual, tampoco como un bien público, puesto que no constituye en sí mismo un bien que pueda ser intercambiado a plenitud, sino que debe considerarse como una actividad teórica y práctica del sujeto social que puede ser incorporada a los procesos de producción a través del trabajo, y de esta manera convertirse en conocimiento valorizado u objetivado en mercancías.

1.1.3 Producción, conocimiento y creatividad

La creatividad es un concepto que alude a uno de los procesos cognitivos más sofisticado del ser humano, todo apunta a que se encuentra influida por una amplia gama de experiencias evolutivas, sociales y educativas y su manifestación es diversa en un sin número de campos (Serrano, 2004).

Según Serrano (2004), aunque las definiciones de creatividad han sido variadas y no se logra un consenso, se puede verificar en la evolución del mismo concepto, dos características importantes que se encuentran presentes en todo proceso creativo: la novedad y la aportación. Si bien la vinculación entre conocimiento y creatividad no está específicamente definida, es fácil de dilucidar que, en la medida que el sujeto social es capaz de aprehender mayor conocimiento, la capacidad creativa se vuelve cada vez más amplia.

Para Broncano (2016), la creatividad tiene que ver con acciones y resultados, y se puede distinguir por lo menos tres componentes como condiciones que llevarían a la generación de valor a partir de la creatividad: a) Condición de producción, en la que los actos creativos deben resultar en productos tangibles u observables, lo que permitirá que el producto pueda ser notado y valorado b) Condición de novedad, en la cual la originalidad o novedad aparece como la marca distintiva de la creación. Consiste en primer lugar en la observación de los rasgos que caracterizan a un producto notando la diferencia de alguno o todos ellos con respecto a productos del mismo tipo y, en segundo lugar, en la identificación de la singularidad de ese objeto precisamente por esos rasgos y c) Condición de relevancia, pues un producto creativo es novedoso cuando es capaz de resolver un problema (Broncano, 2016).

El conocimiento y la creatividad están profundamente relacionados en algunos ámbitos, y uno de ellos es el de ciencia y tecnología, de esa forma, en la nueva etapa de la economía donde el conocimiento juega un rol fundamental, el desarrollo de las tecnologías de la informática y la comunicación da pie al surgimiento de nuevas formas de hacer economía, como es la Economía Creativa o IC, que involucra la generación de ideas y conocimientos para dinamizar sectores vinculados con la cultura, los audiovisuales, el desarrollo de software, y otros servicios creativos.

Un principal motor de crecimiento de la economía creativa mundial ha sido la introducción de nuevas tecnologías informáticas y de comunicación. Por supuesto estas tecnologías benefician a toda la economía, pero su rol es particularmente significativo para las industrias creativas (UNCTAD, 2010).

Si bien, el papel de las tecnologías informáticas y de comunicación es en buen grado, importante para el conjunto de las IC al permitir el acceso a nuevos mercados y la puesta en práctica de nuevos modelos de negocios, es a las actividades que se encuentran menos ligadas

a la cultura y más al desarrollo tecnológico donde su aplicación es totalmente imprescindible. Estas industrias parecen desarrollarse en su plenitud dentro de los albores de lo que se Klaus Schwab denomina: Cuarta revolución industrial¹⁷.

Las tecnologías digitales que en su núcleo poseen hardware para computación, software y redes no son nuevas, pero, a diferencia de la tercera revolución industrial, son cada vez más sofisticadas e integradas y están, de resultas de ello, transformando las sociedades y la economía mundial (Schwab, 2016).

En ese sentido, se puede ubicar el progreso de ciertos grupos de actividades de IC como consecuencia de la cuarta revolución industrial, el momento histórico donde la economía de conocimiento se desarrolla a plenitud. Es así como, con los nuevos elementos tecnológicos y económicos, también se modifican aspectos institucionales, como el trabajo, su organización y, por ende, el perfil del trabajador en una nueva etapa determinada por una nueva revolución industrial.

Para el caso de la IC, Richard Florida¹⁸ propone el concepto de “Clase creativa”, para identificar el perfil de las personas que intervienen en los procesos de producción creativa. La característica distintiva de la clase creativa es que los miembros se dedican al trabajo cuya función es "crear nuevas formas significativas". El núcleo creativo de esta nueva clase incluye científicos e ingenieros, profesores universitarios, poetas y novelistas, artistas, artistas, actores, diseñadores y arquitectos (Florida, 2003).

La función principal de esta “clase”, según Florida, es la de crear nuevas ideas, nueva tecnología o contenido creativo. Pero el mismo fortalecimiento de la IC requiere de un ambiente en el cual sus principales actores se vinculen de manera eficiente con la tecnología y el mercado. Surge pues, la importancia de instaurar un ecosistema propicio para el

¹⁷ Karl Schwab, en su libro Cuarta Revolución Industrial, publicado en 2016, establece que esta nueva revolución inicia a principios del presente siglo y se caracteriza por “un internet más ubicuo y móvil, por sensores más pequeños y potentes que son cada vez más baratos, y por la inteligencia artificial y el aprendizaje de la máquina.

¹⁸ Profesor y director del Martin Prosperity Institute de la Rotman School of Management de la Universidad de Toronto. Teórico estadounidense de estudios urbanos que se centra en la teoría social y económica.

desarrollo de tecnología, la innovación, y para fortalecer aquellas actividades basadas en el conocimiento y la creatividad¹⁹.

Es así como David y Foray sugieren que las actividades basadas en el conocimiento surgen cuando la gente, apoyada por las tecnologías de la información y de la comunicación, interactúa en esfuerzos coordinados de coproducción (es decir, crear e intercambiar) de nuevos conocimientos. En el mundo moderno se puede considerar a las comunidades científicas como las organizaciones sociales especializadas más profundamente comprometidas con actividades de la producción basada en el conocimiento; tan sólo porque se dedican a “la producción de conocimiento confiable por medio de conocimiento confiable” (David & Foray, 2002).

Estas comunidades nacen del seno de la nueva etapa de la economía, en respuesta a las demandas de innovación en cada uno de los campos del conocimiento, de ese modo, dichas comunidades trascienden las organizaciones convencionales como centros de investigación, institutos y parques tecnológicos, universidades, y otras instituciones propias de un Sistema Nacional de Innovación²⁰.

Para David & Foray, estas comunidades de conocimiento se caracterizan por tres situaciones principales: una cantidad significativa de miembros de una comunidad se une para producir y reproducir nuevos conocimientos (difunden fuentes de innovación); la comunidad crea un espacio “público” para intercambiar y divulgar el conocimiento, y las nuevas tecnologías de la información y el conocimiento se usan de manera intensiva para codificar y transmitir los nuevos conocimientos (David & Foray, 2002).

¹⁹ Es importante hacer notar que muchos académicos respetados critican el aporte teórico de Richard Florida en relación a las “Clases creativas”, debido a que consideran que la economía creativa engloba tantos sectores diversos con poca o nula relación entre sí, que los agentes que intervienen en la creación no pueden denominarse ‘clase’, también que Florida no toma en cuenta la diversidad de funciones que puede llegar a realizar una persona que se desempeña en cualquiera de las profesiones que engloba bajo el concepto de ‘Clase Creativa’, y además de manipular sus aportes a favor de diversos grupos o conglomerados que dependen del papel de la propiedad intelectual (Trigo, 2015).

²⁰ El concepto de Sistema Nacional de Innovación surge en el año 1987, propuesto por el economista sueco Bengt-Åke Lundvall y simultáneamente por el economista británico Christopher Freeman. El concepto trata de explicar la relación entre las diversas instituciones, organizaciones y demás factores económicos y políticos que intervienen en los procesos de innovación en una economía. Parte de un modelo de triple hélice, discutiendo la relación entre el gobierno, las empresas y la academia, como actores responsables del Sistema.

De esa manera, estas comunidades no son producto de ningún ejercicio de planificación gubernamental, sino que se configuran a partir de las necesidades de crear nuevos productos, nuevos servicios o de innovar los ya existentes. En consecuencia, el carácter endógeno del conocimiento y la flexibilización de las formas organizacionales gracias a la globalización, permite que las comunidades del conocimiento se configuren como una nueva estructura para la creación y divulgación de nuevo contenido.

Se puede inferir entonces, que las comunidades de conocimiento son grupos de personas que comparten información, ideas, experiencias y herramientas sobre un área de interés común, donde los grupos aportan valores. Estas comunidades se basan en la confianza y desarrollan estándares en la forma de trabajo, con el propósito o misión que también es común (Martínez, Prieto, Rincón, & Carbonell, 2007).

En el mundo de las IC, estas comunidades tienen un rol fundamental para su fortalecimiento, y más aún para aquellos sectores de la industria que se centran en la producción de bienes y servicios con mayor intensidad tecnológica. Las comunidades de programadores o diseñadores, por ejemplo, interactúan entre sí y comparten nuevos conocimientos respecto a sus diferentes especialidades.

Sobre estas comunidades Josep Lladós plantea que en la economía del conocimiento, la capacidad emprendedora y de establecimiento de redes por un lado, y la intensidad con que los nuevos conocimientos se incorporan a la actividad económica por el otro son los dos ejes principales que condicionan el desarrollo de sistemas productivos que sean competitivos (Masllorens, 2005).

Es por ello por lo que la creación de una infraestructura acorde para el desarrollo de las IC es importante dentro de una estrategia de cualquier gobierno. Si bien, las comunidades de conocimientos ligadas a los sectores creativos con mayor valor agregado tienen como eje la cooperación de sus diferentes actores para su consolidación, es importante que estas se nutran de un sistema de innovación consolidado a partir de un efecto derrame.

Uno de los aspectos centrales en la organización de los agentes hacia un proceso de innovación es el referido a la proximidad social²¹, que es entendida como relaciones

²¹ Con el concepto de proximidad, José Montoya se refiere a la importancia de la localización de las empresas por los efectos que tiene en sus niveles de competitividad, pero, además, expone el papel de la proximidad

socialmente empotradas de los agentes en un micro nivel. La naturaleza de esta relación profunda subyace a partir de un contacto basado en la confianza, la amistad, la experiencia o la propia afiliación familiar; situaciones que, por lo general, sobrepasan la esfera propiamente económica y obedecen a patrones profundos de comportamiento, y que sostienen relaciones que pueden facilitar la transferencia del conocimiento tácito dentro de un proceso innovador (Montoya, 2016).

El establecimiento de nexos o redes entre agentes creativos, aunque pueden llegar a ser muy frágiles, representan una forma de organización novedosa a partir de las herramientas que generan las tecnologías de la informática y la comunicación, que permiten la interconexión entre los agentes económicos pertenecientes al grupo de las IC, lo que las convierte en parte fundamental dentro de los procesos de difusión de nuevo conocimiento, nuevos bienes y servicios con alto contenido creativo y tecnológico.

El trabajo, la organización empresarial, el surgimiento de nuevas industrias dentro de la cuarta revolución tecnológica son procesos aún incipientes en el desarrollo de la economía basada en el conocimiento. La globalización abre posibilidades inimaginables para el desarrollo de las economías en vías de desarrollo de aprovechar la embestida de nuevos paradigmas tecnológicos, para ello, es fundamental formular políticas públicas acorde con las condiciones específicas de las economías periféricas y potenciar el desarrollo de nuevos sectores intensivos en conocimiento, lo cual requiere una total reingeniería del tejido social.

1.1.4 Enfoques del estudio de las Industrias Creativas.

1.1.4.1 Enfoque del Departamento de Cultura, Medios de comunicación y Deportes del Reino Unido (DCMS).

Para comprender la IC, es necesario remontarse a sus raíces. Como lo establece Terry Flew: “El concepto de industrias creativas tiene alguna genealogía inusual, ya que se articuló primero en el discurso político, más que en la academia” (Flew, 2013). En el año 1997 el DCMS realizó un estudio para definir, mapear y desarrollar un conjunto de actividades

proximidad en la innovación desde otras dimensiones como la organizacional, la institucional y la cognitiva, para referirse a diversas formas en la cual la proximidad de la innovación puede ser realizada, no necesariamente desde una perspectiva de distancias físicas.

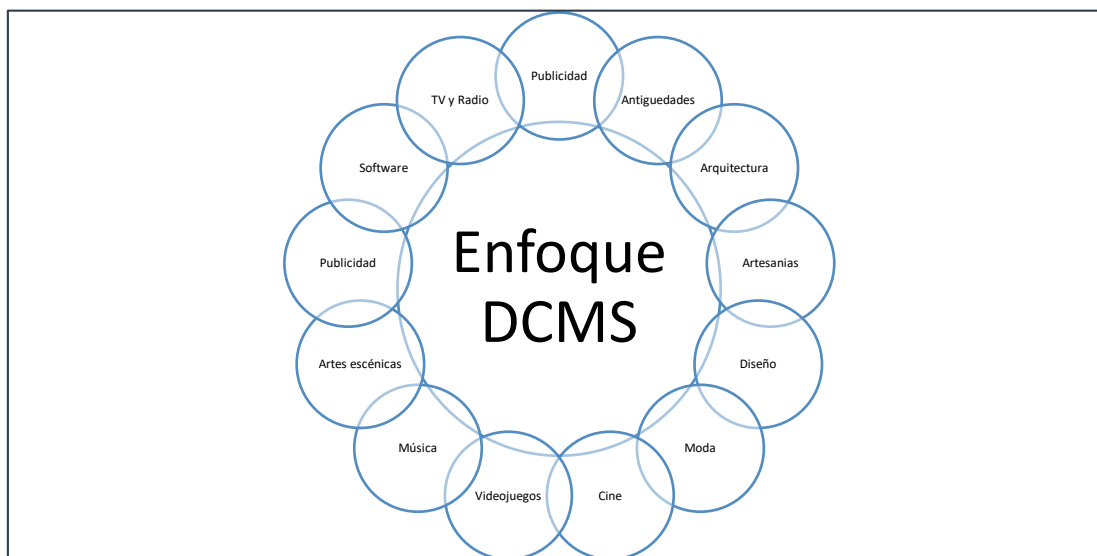
económicas relacionadas con las artes, las comunicaciones, la cultura y las tecnologías digitales.

A partir del primer esfuerzo sistemático por obtener una visión completa del fenómeno que fue publicado en noviembre de 1998, el DCMS obtiene algunas estadísticas que reflejan que este sector representaba aproximadamente el 5% de la economía del Reino Unido para esa época.

Famosamente el Departamento de Cultura del Reino Unido define IC como “aquellas industrias que tienen su origen en la creatividad, habilidades y talentos individuales y que tienen un potencial de riqueza y creación de empleo a través generación y explotación de la propiedad intelectual” (DCMS, 1998).

En este enfoque resalta el papel esencial que tienen las relaciones de propiedad intelectual para la generación de un valor económico en los llamados Bienes o Servicios Creativos. Además de ello, se genera una primera esquematización de los segmentos que componen a la IC que cumplen con la premisa esencial de ser generadoras de riqueza y creadoras del empleo, las cuales se presentan en el siguiente gráfico:

Ilustración 1: Segmentos de la Industria Creativa, según enfoque de la DCMS



Fuente: Elaboración propia en base al Creative Industries Mapping Document, año 2010.

Además de las actividades descritas en el gráfico anterior, el DCMS reconoce la gran cercanía económica con sectores como el turismo, museos, galerías y patrimonio cultural.

El enfoque del DCMS identifica segmentos económicos que parecen no tener un tronco común dentro de sus procesos productivos a tal grado que algunas son proveedoras de bienes y otras de servicios. Actividades que pueden ir desde las relacionadas al patrimonio cultural de determinada región, como las artesanías, hasta actividades que ofrecen servicios ligados estrechamente con la innovación y el desarrollo tecnológico.

Las industrias responsables de estos productos son variadas, sin embargo, tienen ciertas cosas en común. Las industrias obtienen sus beneficios de las habilidades creativas de su mano de obra y la generación de propiedad intelectual. La ley de propiedad intelectual es el catalizador, esto transforma la actividad creativa en IC. Protege la propiedad del creador de ideas de la misma manera que otras leyes protegen el derecho a la propiedad de bienes, tierras o edificios (BOP Consulting, 2010).

Es así, que el DCMS identifica como principal característica de las actividades creativas a aquellas que generan propiedad intelectual a través de las habilidades creativas de sus creadores, independiente estén ligadas más a la cultura, al arte, o a actividad tecnológicas, siempre y cuando su desarrollo pase por un proceso creativo que pueda ser resguardado a través del derecho de propiedad. Sin embargo, estos diversos sectores de la IC no funcionan de manera aislada, pues se valen de un conjunto de redes y conexiones que le permiten ser fuentes de innovación en la medida que proveen a otros sectores de bienes y servicios como la publicidad, el diseño, el desarrollo de marcas, entre otros.

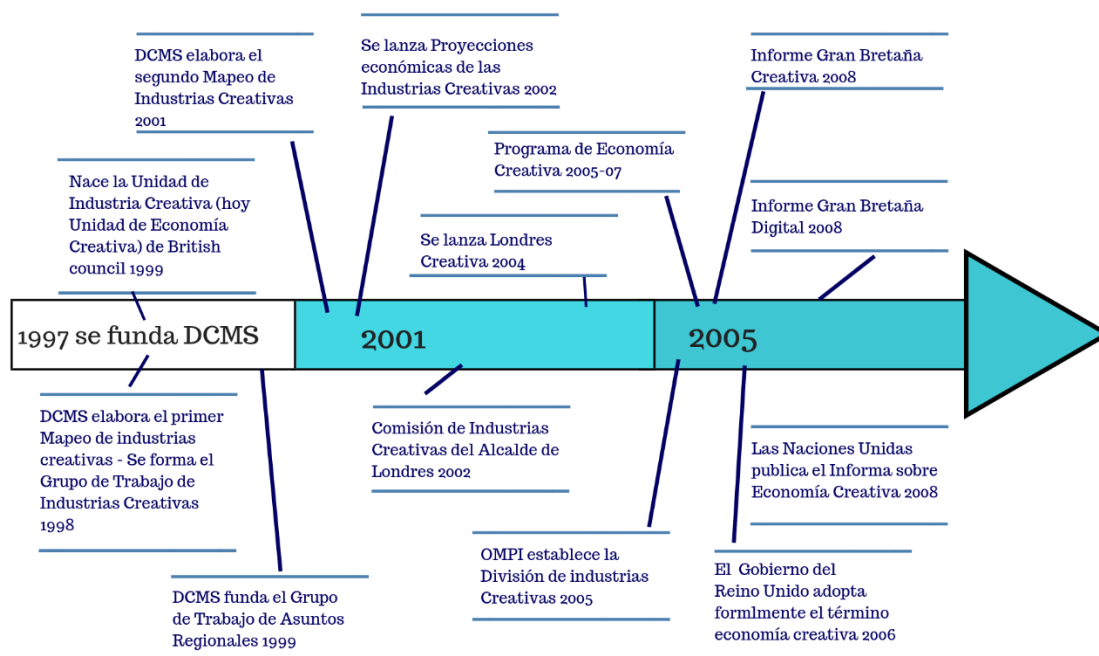
No obstante, la definición de IC desde el DCMS ha sido sujeto de debates en cuanto a las actividades que la conforman. Se considera, por ejemplo, que en la actualidad casi todos los productos tienen elementos de creatividad y propiedad intelectual inmersos en ellos. Es decir, que separar industrias y etiquetarlas como “Creativas” es una acción arbitraria (BOP Consulting, 2010).

Además de ello, la inclusión de servicios provenientes de sectores como el de software, que incluye servicios que podrían no ser considerados como creativos, sino como servicios profesionales, como la consultoría. Otro sector debatido es el de las antigüedades, pues no existe ningún proceso de transformación creativa, más que la venta al por menor de artículos.

Las definiciones de segmentos de actividad basadas en la definición del DCMS no son consistentes con respecto a la definición de IC. Aunque muchas de estas inconsistencias son el resultado de las limitaciones en los sistemas de clasificación industrial, la consistencia es importante ya que proporciona la base para las comparaciones entre sectores y entre economías (Cunningham & Higgs, 2008).

Aunque se han hecho algunos ajustes menores en respuesta a las críticas, la definición de 1998 es esencialmente la utilizada por el DCMS hasta ahora. En el año de 2006, el gobierno del Reino Unido adoptó el término “Economía Creativa” para capturar en amplio sentido la gran contribución que las IC hacen a la economía y a la sociedad (BOP Consulting, 2010).

Ilustración 2: Políticas públicas Implementadas en el Reino Unido, periodo 1997-2008.



Fuente: Extraído de Mapping the Creative Industries: A Toolkit, 2010.

Para el año 2006 el gobierno del Reino Unido adoptó formalmente el termino de Economía creativa para plasmar la amplia contribución de las IC en la economía de dicho país, para estudiar las contribuciones más globales de estas industrias en el tejido social, económico y cultural. Sin embargo, a pesar de que el Reino Unido fue el primer país en haber adoptado este concepto, hay diversas instituciones que también han contribuido en su desarrollo teórico y práctico.

1.1.4.2 Enfoque de las Naciones Unidas OMPI, UNESCO y UNCTAD

Enfoque de la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI)

El desarrollo teórico que este enfoque ha tenido en relación con las industrias creativas inicia identificando a la importancia de los derechos de propiedad intelectual en la generación de valor, más que en identificar el rol de la cultura, la creatividad o la tecnología en la generación de nuevos bienes y servicios en la economía del conocimiento. Como consecuencia, surgen diversas clasificaciones que tratan de mostrar la relación entre los derechos de propiedad intelectual y la actividad económica.

Los diversos estudios existentes ofrecen diferentes clasificaciones de las industrias: industrias que dependen principalmente del derecho de autor, industrias que dependen parcialmente de ese derecho, industrias de distribución e industrias relacionadas con el derecho de autor (OMPI, 2003).

En general, se reconoce que ciertas actividades se identifican más con el derecho de propiedad intelectual que otras. Algunas industrias existen fundamentalmente para producir material protegido por el derecho de autor destinado al consumo final en las economías locales, nacionales y mundiales. Otras industrias existen principalmente para distribuir material protegido por el derecho de autor a empresas, consumidores o ambos. Por último, existen ciertas industrias que producen y también distribuyen material protegido por el derecho de autor. De todas estas categorías, los analistas han seleccionado generalmente las denominadas industrias que dependen principalmente del derecho de autor (OMPI, 2003).

Estas industrias que dependen principalmente del derecho de autor se caracterizan por que su valor agregado depende íntegramente de la protección del derecho de propiedad intelectual. En palabras de la OMPI estas industrias que dependen principalmente del derecho de autor son: *“aquellas que se dedican íntegramente a la creación, producción y fabricación, interpretación o ejecución, radiodifusión, comunicación y exhibición, o distribución y venta de obras y otro material protegido”* (OMPI, 2003).

Dentro de las actividades identificadas por la OMPI como esas que dependen principalmente del derecho de autor, y que actualmente se mantienen como actividades pertenecientes a las IC bajo este enfoque, se encuentran las siguientes:

- a) Prensa y publicaciones
- b) Música, producciones de teatro, ópera
- c) Películas cinematográficas y de video
- d) Radio y televisión
- e) Fotografía
- f) Programas informáticos y bases de datos
- g) Artes visuales y gráficas
- h) Sociedades de gestión colectiva de derechos de autor

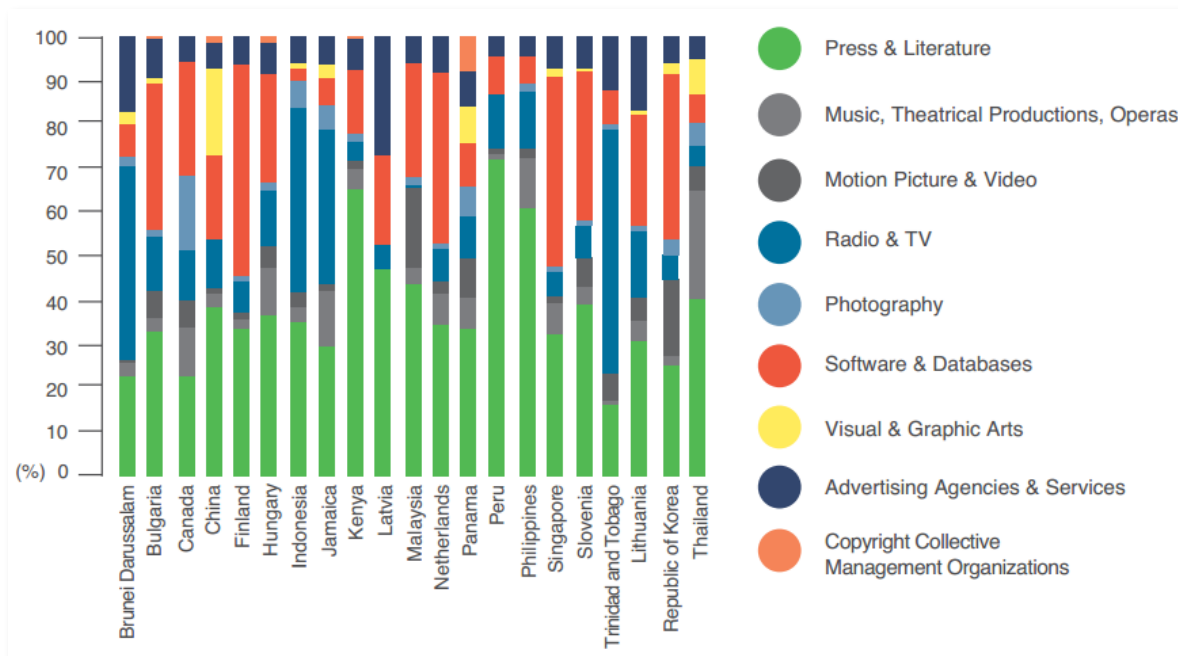
Sin embargo, con los años el matiz teórico de la OMPI fue tomando en el estudio de estas industrias aspectos más intrínsecos para su entendimiento. Y más que centrarse en el papel de la propiedad intelectual, hace también énfasis en el desarrollo que estas actividades económicas han tenido a través del tiempo y en las distintas regiones del mundo, tomando el concepto de IC dentro de lo estudios.

La OMPI define a las IC como *“aquellas que incluyen un grupo de actividades que dependen en mayor o menor grado de trabajo original y su protección a través de los derechos de propiedad intelectual”* (OMPI, 2017).

Esta institución reconoce la IC como aquellas relacionadas o protegidas por los derechos de autor, los cuales generan repercusiones positivas y de gran alcance para la economía al ser generadoras de empleo y dinamizadoras del comercio. Sin embargo, la OMPI reconoce que la composición de las IC puede variar de una región a otra, en la medida que expresan diferentes historias culturales, oportunidades de mercado diferentes y desarrollos industriales y tecnológicos en mayor o menor grado.

Algunos lugares con excelentes sistemas educativos y acceso a mercados más importantes, como Finlandia y Bulgaria, ambos miembros de la Unión Europea demuestran fortalezas en áreas explícitamente comerciales como el desarrollo de software. Otras regiones tienen tradiciones diferentes, como el legado fuerte de la literatura sudamericana del siglo XX- que se refleja en las IC del Perú, donde la prensa y la literatura forman el mayor subsector (OMPI, 2017).

Gráfico 1: Estructura de la Industria Creativa con base en la OMPI



Fuente: Extraído del documento *How to make a living in the Creative Industries*, OMPI, 2017.

La contribución de la OMPI, si bien no estudia la razón de las desigualdades en la composición de las IC de los diferentes países, es importante en la medida que reconoce de manera clara su existencia. Existen países con mercados más grandes y desarrollados que se especializan principalmente en la producción de bienes y servicios creativos más ligados al desarrollo tecnológico que al patrimonio cultural o a las artes.

Tal aseveración se puede observar en el gráfico anterior donde se compara una serie de países en cuanto a la participación que cada una de las actividades de las IC posee. Algunos países como Letonia²², Malasia, Perú, Filipinas y Kenia poseen una industria en la cual más del 40% está compuesta por actividades ligadas con la prensa y la literatura, a diferencia de economías más avanzadas y con mercados más grandes como Finlandia, Bulgaria, Canadá, República de Corea y Singapur, donde actividades como el desarrollo de software son la principal actividad de la industria.

El internet y la creciente conectividad digital han creado nuevas formas de trabajo creativo, tan buena como un nuevo sistema de distribución para actividades creativas más tradicionales

²² Letonia en inglés

(OMPI, 2017). El desarrollo de nuevas tecnologías de comunicación ha permitido la generación de nuevas formas de intercambio a las actividades creativas que tienen menor incorporación tecnológica a través del uso de plataformas virtuales de comercio.

En definitiva, la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) reconoce a la IC como una parte importante de la Economía Creativa, en la cual la creatividad juega un rol de creador de valor, dinamizador de la economía e impulsor de la competitividad, y donde son los derechos de propiedad intelectual los garantes de ese desarrollo.

El futuro del sector creativo también se entrelaza con el aumento exponencial en la cantidad de contenido digital y los datos producidos sobre una base diaria en todo el mundo. Autoridades, creadores y gerentes observan la necesidad de determinar cómo las estructuras de Propiedad Intelectual y demás los acuerdos pueden acomodar el uso de nuevas tecnologías (OMPI, 2017).

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

Es de reconocer que una de las instituciones que mayores aportes ha hecho al estudio y fortalecimiento de las IC a nivel mundial es la UNESCO. Los estudios realizados por esta institución aportan matices diferentes a los revisados anteriormente.

Para la UNESCO el debate conceptual entre términos como el de industrias culturales, industrias de contenido, industrias de propiedad intelectual, IC y muchos otros, más que abonar al debate y establecer unos límites claros entre uno y otro, solo reflejan diferentes posturas analíticas e ideológicas, por lo cual, trata de establecer un enfoque más integrador. Esta institución retoma tres de los conceptos con mayor aceptación internacional para identificar cómo funcionan y si es posible delimitar uno y otro: Economía creativa, industrias culturales e IC.

El término “industrias culturales” se remonta a los primeros trabajos, en las décadas de 1930 y 1940, de la Escuela de Frankfurt, que mordazmente denunció la mercantilización del arte en tanto que aportaba una legitimación ideológica a las sociedades capitalistas y la aparición de una industria cultural popular (UNESCO, 2013).

Esta connotación del término de industrias culturales es aún conservada y utilizada por algunos, sin embargo, la caracterización del término ha evolucionado hasta la fecha llegando a ser aceptada como un término que representa la capacidad de la cultura para generar valor económico, en la medida que se acepta que la hostilidad entre cultura y economía no es más que una frontera ideológica que ha sido superada por los avances de nuevas tecnologías, el papel de los medios de comunicación y el surgimiento de nuevos mercados.

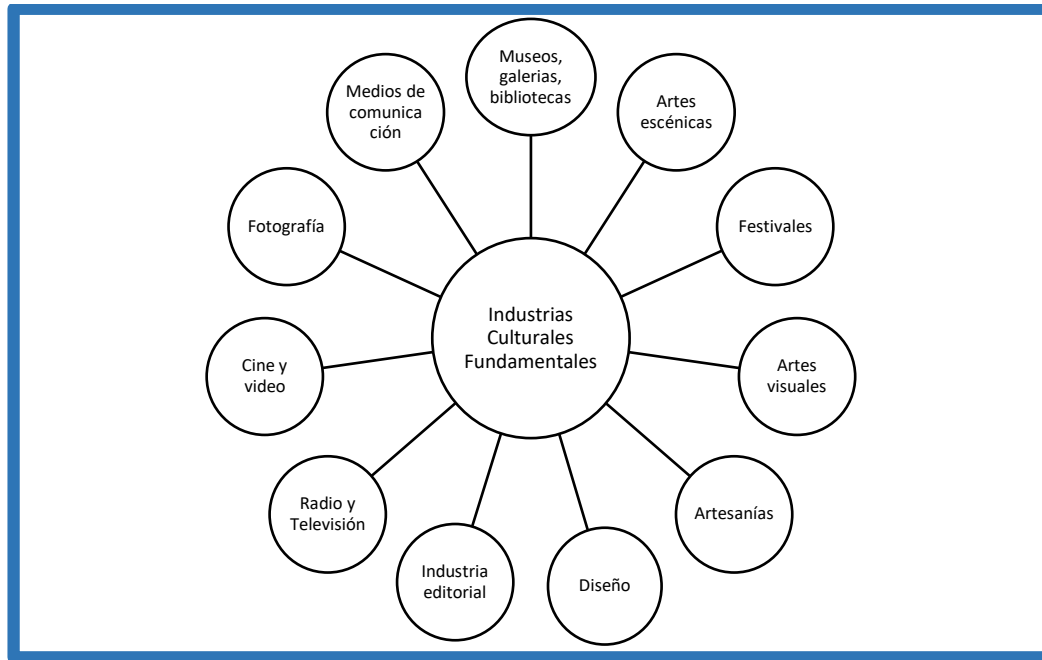
No obstante, a comienzos de los años 60, muchos analistas empezaron a reconocer que el proceso de mercantilización no siempre o no necesariamente acaba resultando en degeneración de la expresión cultural. De hecho, a menudo sucede lo contrario, porque los bienes y servicios generados industrialmente (o digitalmente) poseen claramente muchas cualidades positivas (UNESCO, 2013).

Ya dos décadas más tarde, en los 80's, hablar de industrias culturales ya tenía un significado totalmente diferente al que inicialmente se le confirió; y era utilizado en planos académicos y políticos para referirse a diversas formas de producción, distribución y consumo cultural que poseía un elemento simbólico, expresivo u artístico.

También fue propagado por la UNESCO en la década de 1980 y ha pasado a abarcar campos muy diversos como la música, el arte, la escritura, la moda, el diseño y las industrias de los medios, por ejemplo: la radio, la industria editorial, el cine y la producción de televisión (UNESCO, 2013).

Aunque dentro de las industrias culturales se tomen en cuenta actividades que tienen una base intensiva en tecnología, también abarca actividades productivas de carácter artesanal, desarrolladas principalmente en países en desarrollo.

Ilustración 3: Clasificación de la Industria Creativa, en base a la UNESCO.



Fuente: Elaboración propia en base al Modelo del Instituto de Estadísticas de la UNESCO.

Las Industrias Culturales Fundamentales, como las llama la UNESCO, están compuesta por actividades que poseen una vinculación directa entre la economía y la cultura, actividades básicas que representan la identidad de una región como en el caso de las artesanías, artes con un mayor nivel de sofisticación como el cine, las artes escénicas o la fotografía, hasta actividades pertenecientes a las tecnologías de la información y comunicación, como es el caso de la radio, la televisión.

Además, clasifica otro conjunto de actividades bajo la denominación de Industrias en Ámbitos Culturales Ampliados, para referirse a actividades como la arquitectura, publicidad, desarrollo de software, entre otros. Es a partir de esta clasificación en donde la UNESCO retoma en el debate el uso del término IC para referirse a: “un conjunto productivo mucho más amplio, incluyendo los bienes y servicios que producen las industrias culturales, así como aquellas que dependen de la innovación, incluyendo muchos tipos de investigación y desarrollo de software” (UNESCO, 2013).

Es decir, donde la IC se convierte en un conjunto de actividades productivas mucho más amplio, que incluye a las industrias culturales más otras actividades de características

novedosas, ligadas a la innovación, el desarrollo tecnológico, pero que tienen como base un elemento creativo como generador de valor económico.

Debido a esta diversidad de enfoques, y tomando como referencia el marco de estadísticas culturales de la UNESCO 2009²³, la UNESCO propone una definición inclusiva de industrias culturales y creativas:

Son los sectores de actividad que tienen como objeto principal la creatividad, la producción o reproducción, la promoción, la difusión y la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial (UNESCO, 2010).

Con esta definición, la UNESCO integra un conjunto de actividades que tienen como característica en común, la creatividad como actividad central, ligada al contenido artístico, cultural o patrimonial de las diferentes regiones y países, que interactúan bajo la protección que ofrecen los derechos de autor, al ser sectores generadores de innovación y en la economía.

Algunos alegan 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 (UNESCO, 2013).

Con esta visión, la UNESCO afirma que la IC no solo tiene la única contribución de generar valor y crecimiento económico a través de la conformación de nuevos mercados, sino que es capaz de generar, y a la vez, articular nuevos esfuerzos de innovación, desarrollo tecnológico y, por lo tanto, una apuesta importante dentro de posibles políticas de transformación productiva.

²³ Así lo menciona la Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas publicada por la UNESCO en 2010.

Enfoque de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD)

El interés por el estudio de las llamadas IC llega como consecuencia del surgimiento de un nuevo paradigma que es capaz de interrelacionar aspectos económicos básicos, como es la producción de bienes y servicios, con la cultura, la creatividad y la tecnología, convirtiéndose en una alternativa propia para el desarrollo de nuevas empresas, nuevas industrias y el consecuente fortalecimiento de nuevos mercados.

La idea central de este nuevo paradigma supone que el conocimiento, la creatividad y la tecnología han sido los elementos claves para el desarrollo económico de un mundo que cada vez está más globalizado.

Es bajo este nuevo contexto que, en el año 2008, la Comisión de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo publica su primer Informe sobre la Economía Creativa²⁴, en el cual estudia la evolución y la importancia que adquieren estas industrias en la formulación de políticas públicas a nivel mundial.

La UNCTAD identifica una amplia diversidad de definiciones en torno al fenómeno de las IC y culturales que impide llegar a un consenso académico, y a su vez, a un consenso en el alcance de la formulación de políticas públicas en los diferentes países y regiones; sin embargo, parte de una idea fundamental, posicionando a las IC *“en el corazón de la economía creativa”*²⁵.

Es decir, que para esta institución la industria creativa forma parte de un sistema mucho más amplio: la economía creativa. Este término fue introducido por John Howkins²⁶ en el año 2001. Según Howkins: “la creatividad no es nueva y tampoco lo es la economía, pero lo nuevo es la naturaleza y el alcance de la relación entre ellos y cómo se combinan para crear valor y riqueza extraordinarios” (Howkins, 2011).

²⁴ UNCTAD, por sus siglas en inglés.

²⁵ Resumen Informe sobre la economía creativa 2008, pag. 55.

²⁶ Profesor de origen británico, conferencista y autor de varios libros dedicados al estudio de las industrias Creativas.

Tomando en cuenta que no existe una definición única de economía creativa, al ser un concepto que aún se encuentra en construcción, es importante recalcar que existe una creciente convergencia en relación con las IC que la componen, tanto a nivel académico, como en las guías de formulación de políticas públicas.

La UNCTAD (2008), es una de las instituciones que mayores aportes teóricos ha formulado en relación con la economía creativa, los cuales se resumen en los siguientes puntos:

- Define a la economía creativa como un concepto en evolución, basado en la potencialidad de activos creativos para generar crecimiento y desarrollo económico.
- Puede generar crecimiento económico, empleos y ganancias por exportación y al mismo tiempo promover la inclusión social, diversidad cultural y el desarrollo humano.
- Comprende aspectos económicos, culturales y sociales en interacción con la tecnología, la propiedad intelectual y los objetivos turísticos.
- Es un conjunto de actividades económicas basadas en el conocimiento y con impactos en el desarrollo de los países y que relaciona las múltiples áreas de la economía, tanto a niveles macro como micro.
- Es una opción de desarrollo factible que requiere políticas innovadoras y multidisciplinarias y acción interministerial.
- Las industrias creativas se encuentran en el corazón de la economía creativa.

De esta manera, la economía creativa se configura como un sistema de interrelaciones entre las diversas industrias de producción de bienes y servicios creativos, y otros componentes e instituciones de gran importancia para su desarrollo, como los derechos de propiedad intelectual, la innovación y la acción del Estado en el fomento de dichas industrias en materia educativa, técnica, financiera, que colaboran en crear un ambiente propicio para la difusión de nuevos emprendimientos a nivel empresarial.

Un aporte fundamental de la UNCTAD es distinguir que el reconocimiento y, por tanto, el desarrollo de la economía creativa ha sido un proceso asimétrico entre los países de desarrollados y los en vías de desarrollo.

Para los países del mundo en desarrollo, el reconocimiento de la dimensión de desarrollo de las IC y, por tanto, de la economía creativa ha sido más reciente. El Consenso de São Paulo

surgido de la XI UNCTAD²⁷ fue un paso decisivo en este sentido. Posteriormente, la UNCTAD ha ampliado el enfoque de su análisis orientado a las políticas, haciendo hincapié en cuatro objetivos clave en su enfoque de la economía creativa:

- Conciliar los objetivos culturales nacionales con las políticas comerciales tecnológicas e internacionales;
- Hacer frente a las asimetrías que inhiben el crecimiento de las IC en los países en desarrollo;
- Reforzar el llamado "nexo creativo" entre la inversión, la tecnología, el espíritu empresarial y el comercio,
- Identificar respuestas de políticas innovadoras para mejorar la economía creativa para el desarrollo (UNCTAD, 2008).

De esta manera, la UNCTAD pretende corregir estas asimetrías en el desarrollo de la economía creativa de los países a través de la aplicación de estrategias orientadas en la formulación y ejecución de políticas que ayuden a fortalecer los nexos creativos entre las actividades productivas que conforman la IC, la tecnología y la academia, para crear un ambiente propicio para la innovación.

Las IC son vastas en el alcance, ocupándose de la interacción de varios subsectores. Estos subsectores abarcan desde las actividades arraigadas en los conocimientos tradicionales y el patrimonio cultural, como las artesanías y las festividades culturales, hasta los subgrupos más orientados a la tecnología y los servicios, como los audiovisuales y los nuevos medios de comunicación (UNCTAD, 2008).

Sin embargo, el aporte central del enfoque de la UNCTAD al estudio de estas industrias es el de identificar que entre la diversidad de actividades productivas que cuentan con un alto componente creativo, se encuentran unas que tienen un fuerte arraigo al hacia las actividades culturales tradicionales, como las artesanías, el patrimonio, las artes escénicas y plásticas, y otras que poseen un nivel de sofisticación mayor en su interacción con la tecnología,

²⁷ Se denominó Consenso de Sao Paulo a la reunión cuatrianual de la UNCTAD realizada en dicha ciudad de Brasil en el año 2004.

orientadas al desarrollo de software, diseño, publicidad, audiovisuales y medios de comunicación.

La UNCTAD realiza una distinción entre las “Upstream” (actividades culturales tradicionales como la realización de las artes escénicas o artes visuales) y las “Downstream” (más cercanas al mercado, como la publicidad, editorial y actividades relacionadas a los medios de información) y debate que el segundo grupo deriva del valor comercial gracias a los bajos costos y fácil traspaso a otros ámbitos económicos (UNCTAD, 2010).

La importancia de esta distinción radica en comprender que la estructura de la cual se compone la IC, no es necesariamente homogénea de un país a otro e incluso de una región a otra. Mientras que algunos países o regiones predominen las actividades culturales tradicionales o “upstream”, otros países pueden ser más intensivos en la producción de bienes y servicios creativos intensivos en creatividad y conocimiento, distinguidos “downstream”.

Es por ello por lo que, la UNCTAD hace la precisión de que las actividades pertenecientes al Downstream de la IC poseen una mayor transabilidad y contienen mayor valor agregado, en relación con las actividades culturales tradicionales. La incorporación del uso intensivo de la tecnología, como elemento central en la producción de bienes y servicios creativos, son consecuencia del mismo desarrollo tecnológico, y el incremento de la globalización y de la conectividad son factores que coadyuvan a formar nuevas formas de producción, consumo y comercio cultural y creativo.

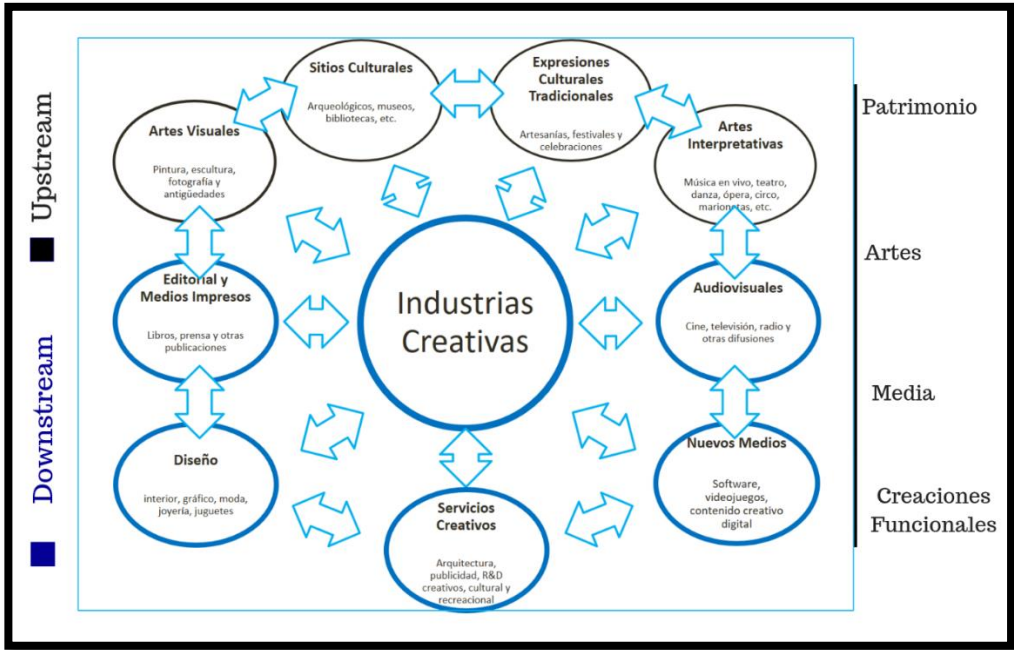
La clasificación de la UNCTAD de las IC está dividida en 4 grandes grupos: patrimonio cultural, artes, medios de comunicación y creaciones funcionales (UNCTAD, 2010).

El patrimonio cultural forma la base de las IC, pues es prácticamente el origen de todas las formas de expresión de carácter étnico, antropológico, social e histórico de determinada comunidad; la UNCTAD divide este grupo en dos sub-grupos: Expresiones culturales tradicionales y sitios culturales. En relación con las artes, este grupo se divide entre las actividades visuales y las escénicas. Industrias creativas basadas exclusivamente en las artes y la cultura. Estos dos grupos y, por ende, las actividades creativas que pertenecen a ellos son las que se consideran en la distinción de IC “upstream”.

Por otro lado, los medios de comunicación en el cual convergen bienes y servicios como la prensa, libros, editoriales, televisión, radio, entre otros, se divide en dos sub grupos: editoriales y medios impresos, y medios audiovisuales. Adicionalmente, el grupo de creaciones funcionales se refiere al sector de las IC relacionado con la producción de bienes y servicios con propósitos funcionales y se divide en tres sub grupos: diseño, nuevos medios y servicios creativos. Estos grupos, caracterizados por el aprovechamiento tecnológico en mayor capacidad, son los que se distinguen como IC “downstream”.

El planteamiento general de la IC desde la perspectiva de la UNCTAD se plantea en el siguiente cuadro, en el cual se representan los cuatro grupos que componen la industria, junto a nueve subgrupos y algunos ejemplos de las actividades inmersas en ellos, además, se presenta la distinción entre los grupos que pertenecen a las actividades consideradas tradicionales o upstream y las que, por su naturaleza, poseen mayor acercamiento al desarrollo tecnológico o downstream.

Ilustración 4: Clasificación de las Industrias Creativas desde el enfoque de la UNCTAD.



Fuente: Elaboración propia en base al cuadro de clasificación de la UNCTAD para las IC, año 2010.

En el enfoque de la UNCTAD, la creatividad y el conocimiento son integradas en las creaciones científicas de la misma forma en como ocurre con las creaciones artísticas. Con

objeto de desarrollar la economía creativa, se recomienda que los gobiernos regularmente evalúen las condiciones de adquisición tecnológica, que a su vez mejoren, implementen y examinen la ciencia, tecnología y políticas de innovación; incluyendo de igual forma la información, comunicaciones tecnológicas y todas las implicancias para el desarrollo (UNCTAD, 2010).

Es así como, la UNCTAD (2010) define la IC tomando en consideración los siguientes aspectos:

- Son los ciclos de creación, producción y distribución de los bienes y servicios que tienen como base fundamental la creatividad y el capital intelectual;
- Constituye un conjunto de actividades basadas en el conocimiento, pero no limitándose en las artes; para generar ingresos en relación al comercio y derechos de propiedad intelectual;
- Comprende productos tangibles e intangibles o servicios artísticos con contenido creativo, valor económico y objetivos de mercado;
- Punto de convergencia de artesanos, servicios y sectores industriales;
- Constituye un nuevo sector dinámico en el mundo del comercio.

Esta definición de IC, en la cual convergen actividades artesanales, industriales y servicios, deja entrever a la industria cultural como un subconjunto de las IC, y este es el planteamiento de la UNCTAD, no limita el alcance del concepto a actividades tradicionales, artísticas, y de bienes y servicios generador a partir de las telecomunicaciones, sino que incluye los medios funcionales, como sector de vanguardia tecnológica, como la periferia de las IC.

1.1.5 Enfoque de las Cadenas Globales de Valor

Después de más de una década de predominancia de análisis macroeconómico de “cambio estructural” y de otros hechos por el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial desde los años setentas del siglo xx, Gary Gereffi y Miguel Korzeniewicz inician la discusión sobre Cadenas Globales de Valor (CGV), desde la década de 1990-1999, lo cual permitió un enriquecimiento multidisciplinario y metodológico significativo (Dussel, 2018).

El enfoque de CGV propone un nuevo marco de análisis que trasciende cualquier determinismo macroeconómico en donde el tipo de cambio real se convierte en la variable determinante para el comportamiento de las exportaciones. Este enfoque es, prácticamente, una herramienta que permite identificar la estructura y dinámica de las industrias globales y el rol de la empresa o grupo de estas empresas que participan en la cadena, en las condiciones económicas, sociales y políticas en sus respectivos territorios.

Este enfoque parte de la tesis de la globalización que plantea una fragmentación de muchos procesos de producción y de sus respectivas reubicaciones geográficas a una escala que traspasa cualquier frontera.

Al respecto, las corporaciones del centro están cambiando de una producción de alto volumen a una de alto valor. En vez de una pirámide, en la que el poder se concentra en las sedes de las empresas transnacionales y donde existe una cadena vertical de mando, actualmente las redes de la producción global se parecen a una telaraña de empresas independientes pero interconectadas. Para poder triunfar en la actual economía internacional, los países y las empresas necesitan ubicarse estratégicamente en estas redes globales y desarrollar estrategias para tener acceso a las empresas líderes y mejorar así sus posiciones (Gereffi, 2001).

Siguiendo este análisis, Gereffi plantea dos tipos diferentes de redes económicas internacionales: Las cadenas productivas dirigidas al productor y las cadenas productivas al comprador.

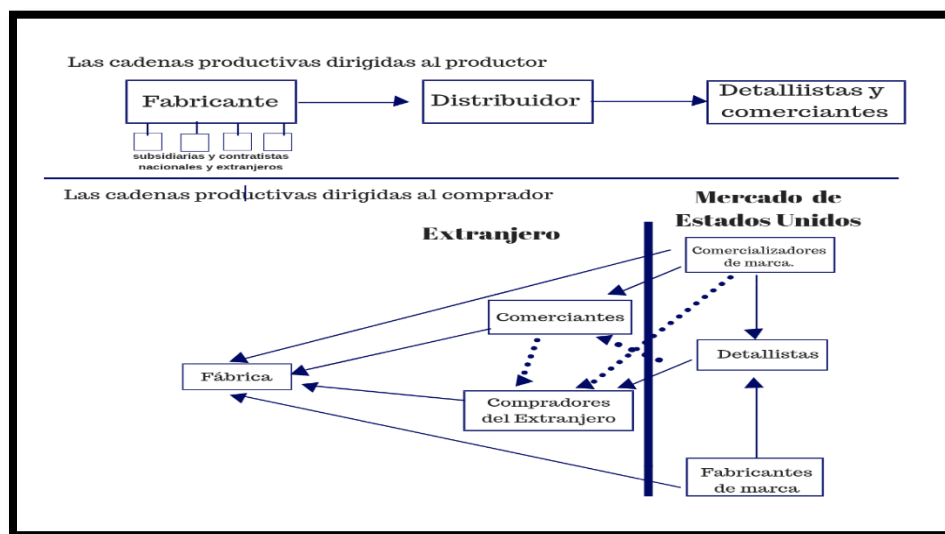
Las cadenas productivas dirigidas al productor son aquellas en que los grandes fabricantes, comúnmente transnacionales, juegan los papeles centrales en la coordinación de las redes de producción (incluyendo sus vínculos hacia atrás y hacia delante). Las cadenas productivas destinadas al comprador se refieren a aquellas industrias en las que los grandes detallistas,

los comercializadores y los fabricantes de marca juegan papeles pivotes en el establecimiento de redes de producción descentralizada en una variedad de países exportadores, comúnmente localizados en el tercer mundo (Gereffi, 2001).

A fin de dilucidar con ejemplos, Gereffi menciona a empresas como Nike, Reebok, Sears, Wal Mart, entre otras, que diseñan y comercializan los productos finales, pero que no la fabrican los productos que están bajo su marca. Esta dinámica de la cadena productiva da pie al surgimiento de una nueva clase de empresarios denominados ‘fabricantes sin fabrica’.

La ganancia en estas cadenas no depende del valor agregado dentro del proceso de producción, puesto que esta se disloca totalmente hacia otras empresas, sino que se genera de procesos de diseño, ventas, comercialización y servicios financieros que permiten a los diseñadores, detallistas y comercializadores actuar como intermediarios entre fábricas y distribuidores en el extranjero.

Ilustración 5: La Organización de las Cadenas Productivas Globales Dirigidas al Productor y al Comprador²⁸.



Fuente: Gereffi, 2001.

²⁸ Notas: Las flechas con línea continua representan relaciones primarias, las flechas con líneas discontinuas representan relaciones secundarias. Los vendedores al detalle, los comercializadores de marcas y los comerciantes requieren suministros de paquete completo de las fábricas situadas en el extranjero. Los fabricantes de marcas embarcan piezas para ensamblar en el extranjero y vuelven a exportar al mercado nacional del fabricante.

Por otro lado, en las cadenas dirigidas al productor, los fabricantes principales son los agentes clave, no solo en el diseño, la comercialización y distribución de los productos finales, sino también en su capacidad de influir desde los inicios en la Cadena de Valor, hacia sus proveedores de materias primas y de componentes, y también con vínculos hacia adelantes con quienes se encargan de la distribución y las ventas.

En este sentido, Sainz (2014) enfatiza cuatro elementos importantes en la dinámica de las CGV:

1. La producción de valor añadido a través de un conjunto de actividades económicas;
2. La dispersión geográfica de redes productivas y comerciales que involucran empresas de distintos tipos y tamaños;
3. La existencia de una estructura de poder entre la firma que determina cómo los diferentes recursos (humanos, materiales, financieros, etc.) se distribuyen y se asignan a lo largo de la cadena;
4. Y la presencia de contextos institucionales que sirven para identificar las condiciones (locales, nacionales o internacionales) que posibilitan cada momento de la cadena.

Obviamente, el tercer elemento es el clave para determinar que existen barreras en cada eslabón de la cadena productiva, lo que da pie a interpretar a las cadenas globales de valor como espacios de acaparamiento de oportunidades de acumulación, donde a la par de las firmas líderes a nivel global coexisten miles de empresas pequeñas que funcionan bajo una relación de dependencia bastante grande.

En este sentido, la capacidad y el grado de globalización de las empresas es una expresión de poder no solo en este campo de acaparamiento de oportunidades de acumulación sino también en el de condiciones de explotación. Así, una firma global con presencia en varias territorialidades puede transferir actividades de uno a otro y, de esta manera, mantiene esta amenaza contra trabajadores, subcontratistas e incluso estados nacionales (Sáinz, 2014).

En síntesis, una idea central del enfoque de cadenas globales de valor es que el desarrollo requiere necesariamente vincularse con empresas líderes de la industria a nivel mundial, y como se ha mencionado, estas empresas no necesariamente son fabricantes involucrados directamente en la producción, pero lo que distingue a estas empresas líderes es que controlan

el acceso a los recursos más importantes para la producción” el diseño, las nuevas tecnologías, una marca consolidada y reconocida mundialmente y lo más importante, la demanda.

Es así como bajo esta dinámica de las cadenas globales de valor, se pretende situar a las IC salvadoreñas, para verificar si estas se relacionan globalmente formando parte de estas cadenas, y los efectos que esto trae dentro de la organización empresarial.

1.1.6 Empleabilidad en la globalización: El trabajo que no deviene en empleo.

Los procesos que intervienen en las cadenas globales de valor, precisamente en un contexto de globalización, en donde las fronteras nacionales quedan a segundo plano y se impone el criterio de capital como máxima institución económica, también afectan las dinámicas del empleo al interior de las empresas que son participes en estos mercados globales.

A la base de esta nueva etapa global de la economía, se encuentran nuevas relaciones laborales que precarizan el trabajo, producto de las formas en que operan estas industrias globales. La idea central al respecto es que con la globalización todos los costos de las empresas, un factor vital para su competitividad, se vuelven centrales y no pueden ser trasladados a los consumidores. Esto implica que la determinación de la relación salarial entre el empleador y el empleado ya no es viable, puesto que dependen de otros entes más poderosos de la cadena que determinan la subcontratación de servicios en base a los menores costos.

Al respecto de este proceso de precarización dentro de las industrias globales Sainz (2014) propone tres dimensiones intrínsecamente relacionadas que determinan este fenómeno: desregulación laboral, reestructuración productiva y flexibilidad laboral y debilitamiento del actor sindical. Sin embargo, para efectos de la investigación, nos interesa centrarnos la flexibilidad laboral.

La flexibilidad laboral han sido la respuesta que han tenido las empresas nacionales para afrontar los retos de operar en una industria que es dinámica, volátil, y que, por ende, exige tener respuestas ante mercados inciertos y no predecibles. Esta flexibilidad se manifiesta en los procesos de externalización del trabajo que conllevan a la posterior subcontratación.

Esta dinámica de subcontratación se refleja en la contratación de profesionales independientes o de otras empresas más pequeñas, y puede generarse a una doble escala: En mercados globales donde una empresa líder disloca la producción y subcontrata empresas de países de la periferia, y esta última a su vez es capaz de subcontratar a otras, o puede darse en mercados nacionales, donde las empresas de referencia desarrollan proyectos sin salir de sus fronteras y para poder rentabilizarse acuden a la externalización de tareas específicas. Sin embargo, independientemente de la escala, la externalización de actividades persigue siempre el abaratamiento de los costes laborales, objetivo que las empresas persiguen.

Pero la flexibilidad laboral no se manifiesta de una sola manera, la flexibilidad laboral se distingue en tres tipos: funcional, salarial y numérica. La primera se refiere con el uso de la fuerza al interior del trabajo, apostando por la polivalencia de los trabajadores, en detrimento de la especialización del trabajo, la segunda remite a que la determinación de las relaciones salariales en un contexto de globalización está determinado por el desarrollo de la productividad, y la tercera que posee una doble dimensión: la modificación de la jornada de trabajo y la capacidad de las empresas en manipular la planilla de trabajadores de acuerdo a los requerimientos que exijan las necesidades productivas.

Las tres primeras expresiones de flexibilización (la funcional, la salarial y la numérica por horarios) pueden ser objeto de negociación entre trabajadores y empresa o ser resultado de imposición empresarial unilateral. De ahí que no necesariamente son generadoras de precarización laboral. Todo dependerá del grado de asimetría de la acción. En ese sentido, la flexibilización numérica de plantillas es inevitablemente precarizadora ya que priva a del goce de todo beneficio de no mercantil del trabajo: la estabilidad laboral.

Esta expresión precarizadora se corresponde con la dinámica de operar dentro de una industria que es global y que, por tanto, es necesario reconocer que se han gestado nuevos patrones de empleabilidad que determinan la idoneidad de la fuerza laboral para entrar a estos mercados.

Empleabilidad expresaría la capacidad que tienen los sujetos laborales de generar o redefinir sus condiciones de trabajo (Sáinz, 2014). En ese sentido no estamos ante un fenómeno nuevo, sino ante nuevas maneras de que la fuerza laboral busque ser ‘empleable’, para ello es necesario definir qué significa ser empleable dentro de las industrias globales.

Ligado estrechamente a la reestructuración productiva de las empresas, al respecto, entran aspectos como la flexibilidad y polivalencia del trabajo como actitudes o competencias nuevas en el entorno del trabajo. En ese sentido, empleabilidad remitiría al desarrollo de competencias laborales, más que a la calificación de la fuerza laboral. Esto tiene una doble implicación: La formación laboral ya no es responsabilidad de las empresas, sino que pasa a ser parte del individuo, que como individuo deberá preocuparse por ser parte de la fuerza laboral empleable, en el sentido que la adquisición de nuevas competencias le permitirán la supervivencia en el mercado reduciendo su vulnerabilidad.

Estas múltiples dimensiones que precisan la empleabilidad (acceso individual a nuevos conocimientos para desarrollar competencias; cultura laboral sustentada en valores de riesgo; trayectorias laborales inciertas; y subjetividad reflexiva) suelen promover el desarrollo de un individualismo (Sáinz, 2014).

1.2 Marco Histórico

1.2.1 Fase actual del capitalismo y revoluciones tecnológicas

El sistema capitalista desde sus inicios ha mostrado cambios radicales en la manera en que los agentes económicos articulan los factores productivos. Estos cambios son debido a descubrimientos científicos que posteriormente son aplicados a la producción. Las innovaciones tecnológicas inciden en las relaciones de trabajo y la integración entre ramas productivas. Cuando se han dado estos cambios revolucionarios a nivel tecnológico, productivo y laboral se habla de una fase de desarrollo del capitalismo.

Según Ordoñez una fase de desarrollo del capitalismo se constituye cuando una revolución tecnológica se traduce en una nueva base productiva y una nueva forma de producción, que traen consigo el surgimiento de nuevos productos, servicios y ramas de actividad, los cuales se convierten en los sectores que tienden a articular al resto de la actividad económica y a dinamizar su crecimiento. A partir de las revoluciones tecnológicas se instauran nuevas ramas productivas que se establecen como catalizadoras de la actividad económica. Siguiendo a Ordoñez, “la revolución tecnológica de la informática y de las telecomunicaciones sustentaron la fase actual del capitalismo cuya principal característica es hacer del conocimiento su fuerza productiva más importante, por lo que propone denominarlo Capitalismo del Conocimiento” (Ordoñez, 2004).

Es preciso decir que las innovaciones tecnológicas trascienden a aspectos económicos, sociales e institucionales. Para Pérez C. las nuevas tecnologías adquieren relevancia solo cuando generan transformaciones en todo lo económico. “El uso de las nuevas tecnologías a medida que éstas se van difundiendo, es lo que multiplica su impacto en toda la economía y, eventualmente, modifica también la manera como se organizan las estructuras socio-institucionales” cuanto esto sucede se articula un nuevo Paradigma Tecno-económico (PTE) (Pérez, 2010).

Según Pérez C. ha habido 5 revoluciones tecnológicas que necesariamente transitan a través de las etapas de irrupción, frenesí, sinergia y madurez.²⁹

Cuadro 1: Revoluciones tecnológicas a partir de la primera revolución industrial

Gran Oleada	Revolución		Instalación			Despliegue	
	País núcleo	big-bang	Irrupción	Frenesí	Intervalo de reacomodo	Sinergia	Madurez
1	La revolución industrial Inglaterra	1771	Los 70 y comienzos de los 80	Fines de los 80 y comienzos de los 90	1793-1797	1798-1812	1813-1829
2	Era de la máquina de vapor y los ferrocarriles Inglaterra (Difundiéndose hacia Europa y EUA)	1829	Década de los 30	Década de los 40	1848-1850	1850-1857	1857-1873
3	Era del acero y la ingeniería pesada EUA y Alemania sobrepasando Inglaterra	1875	1875-1884	1884-1893	1893-1895	1895-1907	1908-1918
4	Era del petróleo, automóvil y producción en masa EUA (Difundiéndose hacia Europa)	1908	1908-1920	1920-1929	1929-1933 Europa 1929-1943 EUA	1943-1959	1960-1974
5	Era de la informática y las telecomunicaciones (Difundiéndose hacia Europa y Asia)	1970	1971-1987	1987-2001	2001 - ??	20??	

Fuente: Carlota Pérez, Revoluciones tecnológicas y paradigmas tecno-económicos

²⁹ a) Irrupción; es el inicio de la oleada tecnológica mediante el big bang en respuesta a una etapa de estancamiento económico; b) Frenesí, es la etapa en que el sistema financiero prevalece y se explora las alternativas tecnológicas abiertas en la revolución; c) Sinergia, suele ser el tiempo en que el sistema se acerca más a la convergencia en lo que respecta a las economías de los países centrales. Puede ser una era de bienestar y de satisfacción (...) y madurez.

La quinta oleada tecnológica está basada en la informática y las telecomunicaciones, además, el conocimiento empieza a destacar como factor productivo. La quinta revolución tecnológica concuerda en tiempo y espacio con la tercera revolución industrial que es la que introduce la informática y las telecomunicaciones como eje esencial de la economía y posteriormente servir de base a las tecnologías propias de la cuarta revolución industrial.³⁰

1.2.2 Tercera y Cuarta Revolución Industrial

A partir de 1970 la microelectrónica y las tecnologías de la información empezaron a ser las principales herramientas en los procesos de producción, distribución y consumo en la sociedad capitalista, esto marcó el preludio de la tercera revolución industrial y de una nueva fase de desarrollo del capitalismo.

En la tercera revolución industrial se establecieron las bases para que industrias intensivas en conocimiento, habilidades cognitivas y creativas pasaran a jugar el rol principal en la dinámica económica mundial. En tal sentido, la revolución tecnológica de la informática y las telecomunicaciones preparó el terreno para que se instauraran las industrias de software, videojuegos, publicidad, media, audiovisuales, entre otras, todas ellas fundamentadas en la información.

Debido a que las fuerzas productivas están basadas en la información, su desarrollo se encuentra más ligado ahora que nunca a las características de producción simbólica y manipulación en cada sociedad³¹ (Castells, 1995). Siendo, precisamente la producción simbólica esencial de las IC.

En tiempos contemporáneos se han establecido algunos elementos en torno al modo de producir, de ofrecer servicios y de articular la fuerza de trabajo en los procesos de producción. Estos elementos son suficientes para que autores como el Foro Económico Mundial se refiera a una cuarta revolución industrial. Al respecto, Klaus Schwab dispone que “[...] hoy estamos en los albores de una cuarta revolución industrial. Esta empezó a principios de este siglo y se basa en la revolución digital. Se caracteriza por un internet más ubicuo y móvil, por sensores

³⁰ Para entender la cuarta revolución Industrial se abocará a la concepción de Klaus Schwab.

³¹ Apoyando de hecho la hipótesis apuntada por Marx sobre la relación entre estructura social y desarrollo tecno-económico

más pequeños y potentes que son cada vez más baratos y por la inteligencia y el aprendizaje de la máquina” (Schwab, 2016).

En la cuarta revolución industrial surgen fundamentalmente nuevas ramas productivas relacionadas a la informática, pero combinadas con avances específicos en la ciencia, tales como la biología, la nanotecnología, la inteligencia artificial y la generación de nuevos materiales de mayor flexibilidad y adaptación. La característica esencial es el rol del conocimiento aplicado a la producción. Para Klaus Schwab la cuarta revolución industrial se caracteriza por “(...) un mayor poder cognitivo que aumenta la producción humana, además, establece el panorama de los impulsores tecnológicos de la cuarta revolución industrial se encuentran organizados en tres grupos: físicos, digitales y biológicos (Schwab, 2016).

Cuadro 2: Impulsores tecnológicos de la Cuarta Revolución Industrial

Impulsores tecnológicos	Tecnología
Físicos	Vehículos autónomos Impresión 3D Robótica avanzada Nuevos materiales
Digitales	Internet de las Cosas (IoT)
Biológicos	Ingeniería genética

Fuente: Elaboración propia en base a Schwab, 2016.

En consecuencia, el uso de las nuevas tecnologías exige nuevos roles en los trabajadores, roles con exigencia menos física, dado que trabajos repetidos y poco complejos bien pueden ser realizados de forma automática por las máquinas, ejemplo de ello es el uso de las impresiones 3D que implican el desuso de fuerza de trabajo para la formación de objetos y requiere en su lugar el de programación de la impresora 3D. En el sentido anterior, el desarrollo industrial exige fuerza de trabajo con características cognitivas que permitan el uso de las nuevas tecnologías, así como la creatividad para aprovechar la flexibilidad con las que éstas están dotadas.

Según el Foro Económico Mundial para el 2015 las competencias más demandadas son: la resolución de problemas complejos, coordinación con otros, gestión de personas,

pensamiento crítico. La creatividad aparece en el ranking en décimo lugar, sin embargo, se estima que para el 2020 ésta pasará a ocupar el tercer lugar en la lista.

Cuadro 3: Ranking de competencias más demandadas, periodo 2015 - 2020.

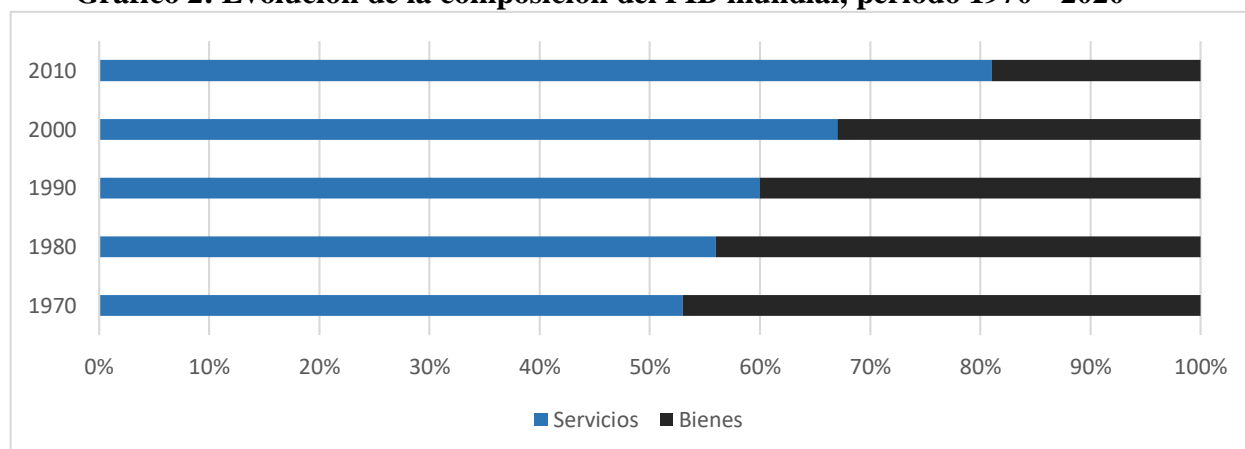
En 2020	En 2015
1. Resolución de problemas complejos	1. Resolución de problemas complejos
2. Pensamiento crítico	2. Coordinar con otros
3. Creatividad	3. Gestión de personas
4. Gestión de personas	4. Pensamiento crítico
5. Coordinación con otros	5. Negociación
6. Inteligencia emocional	6. Control de calidad
7. Juicio y toma de decisiones	7. Orientación de servicios
8. Orientación de servicios	8. Juicio y toma de decisiones
9. Negociación	9. Escucha activa
10. Flexibilidad cognitiva	10. Creatividad

Fuente: Traducción de Fundación COTEC.

1.2.3 Cambios en la economía mundial

El desarrollo del PIB mundial en cuanto a su composición sectorial ha pasado de una economía industrial productora de bienes hacia una economía basada en el desarrollo del conocimiento, la creatividad y la innovación que, en conjunto con otros elementos, constituyen el sector de los servicios, llegando actualmente a representar dos tercios de su PIB. Es decir, cerca del 67% de la producción de riqueza está representada no tanto por bienes tangibles – como por ejemplo la producción de automóviles, maquinarias alimentos o incluso la minería – sino más bien por una economía basada en los servicios, como el turismo, la innovación e investigación, el transporte, la recreación, servicios financieros y personales en general. Como se cita en (Consejo Nacional de Cultura y las Artes, 2014).

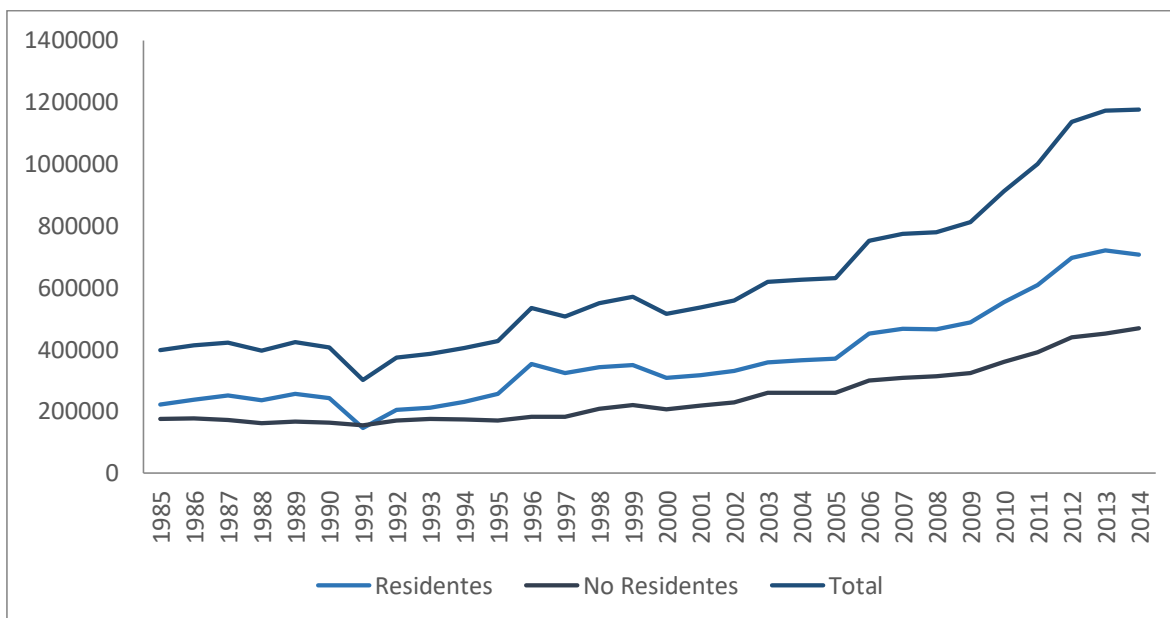
Gráfico 2: Evolución de la composición del PIB mundial, periodo 1970 - 2020



Fuente: Consejo Nacional de Cultura y Artes, 2014.

El conocimiento es impulsor de la generación de valor y del crecimiento y, por ello, la importancia de esta nueva fuerza productiva, lo anterior se puede ver reflejado en el incremento del contenido en conocimiento, expresado a través del número de patentes concedidas a nivel mundial.

Gráfico 3: Patentes concedidas en el mundo, periodo 1984 - 2014.



Fuente: Elaboración propia en base a estadísticas de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI).

Una patente es una institución que otorga derechos exclusivos al agente que articula el conocimiento en un producto o tecnología. A medida que el conocimiento ha venido adquiriendo valor económico, se ha reflejado en el incremento de patentes. El conocimiento como factor productivo puede ser difundido sin dar reconocimiento, y sin dar valor agregado al creador de éste, es por ello la relevancia, para algunos, de las patentes que pueden significar un incentivo en la búsqueda consecuente de más conocimiento orientado a la producción.

1.2.4 Antecedentes de la Industria Creativa.

El concepto de IC se ha popularizado desde 1990 y marca la amplia ola de la era digital. El concepto se ha venido usando, desde entonces, para referirse a las actividades de producción de contenido cultural, pero, sobre todo, creativo. Las economías basadas en servicios en un entorno digital crearon una nueva demanda para la aplicación comercial de diseño, texto y música combinada con soluciones de las tecnologías de la información. En las economías del

siglo XXI, el desarrollo se basa en la innovación, lo que coloca a la creatividad en una nueva perspectiva en una economía de servicios posindustriales.

Los primeros países en hacer explícita la relevancia de la IC fueron el Reino Unido y Australia mediante estudios gubernamentales, posterior se aplicó medidas de política orientadas a la industria. No obstante, es Estados Unidos la principal generadora de productos y servicios creativos a escala mundial.

En el reporte del BID titulado Economía Naranja³² se presenta la magnitud de las industrias culturales y creativas en miles de millones de dólares:

Cuadro 4: Magnitud de la Industria Creativa en el mundo y sus principales participantes

Países	Monto (millones US \$)	Porcentaje
Estados Unidos	1,664	38.8%
Latinoamérica	175	4.1%
China	467	10.9%
Reino Unido	151	3.5%
Corea del Sur	110	2.6%
Resto del Mundo	1,724	40.2%
Total	4,293	100%

Fuente: BID, 2013.

El cuadro anterior refleja que la IC mundial es liderada por Estados Unidos, China y Reino Unido, los países de Latinoamérica tienen una participación de 4.1% del total de la industria y Corea del Sur tiene una participación menor.

³² Según el BID (2007) la 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, la cual se encuentra constituida por la economía cultural y las industrias creativas.

1.2.4.1 La Industria Creativa en Europa

La experiencia de la IC inicia en Australia donde el gobierno del Primer Ministro Paul Keating lanzó la primera política cultura en dicho país, la cual fue llamada: Creative Nation³³, esta política proveniente de un informe del mismo nombre enfatizó el papel de la cultura dentro de la televisión, pero destacando principalmente la importancia de la cultura en términos económicos para Australia. Tal como lo establecía dicho informe:

"Esta política cultural es también una política económica. La cultura crea riqueza. Magníficamente definido, nuestras industrias culturales generan 13 millones de dólares al año. Alrededor de 336,000 australianos están empleados en las industrias relacionadas con la cultura. La cultura agrega valor, hace una contribución esencial a la innovación, la comercialización y el diseño. Es una insignia de nuestra industria. El nivel de nuestra creatividad sustancialmente determina nuestra capacidad para adaptarse a los nuevos imperativos económicos. Es una valiosa exportación en sí misma y un acompañamiento esencial para la exportación de otros productos. atrae turistas y estudiantes, es esencial para nuestro éxito económico (Departamento de Comunicaciones y las Artes de Australia, n.d.)".

Es claro que, al iniciar un estudio sobre IC, será siempre necesario estudiar la experiencia europea en torno al tema, pues es en dicho continente donde germina la semilla que dio pie al fortalecimiento de las IC.

Posterior al interés mostrado por Australia en torno al tema de la cultura como parte importante para el desarrollo económico, en 1997 el Reino Unido, a través del gobierno de Tony Blair se inició el reconocimiento de las IC a través de un mapeo realizado el año siguiente.

Otros países como Australia, Nueva Zelanda y Escandinavia también adoptaron la noción, pero con diferencias significativas sobre el modelo británico. Suecia hace referencia, por ejemplo, a “la economía de la experiencia”, que incluye a las IC, pero añade negocios como los restaurantes. Por otra parte, en la India se incluyen productos y servicios que tienen que ver con estilos de vida, como yoga y la medicina Ayurvédica (BOP Consulting, 2010).

³³ Nación Creativa en español.

El impulso iniciado por Gran Bretaña llevó a los demás países de Europa a realizar mapeos para conocer el peso de los sectores creativos en la economía; su importancia en el continente europeo fue tal, que para el año 2014 la Unión Europea crea un programa en el marco de la Comisión Europea para el apoyo a los sectores culturales y audiovisuales.

El Programa Creative Europe fue establecido por el Reglamento de la UE N° 1295/2013 y entró en vigor el 1 de enero de 2014. Según la Comisión Europea, Creative Europe reunió "los programas actuales de Cultura, MEDIA y MEDIA Mundus en un marco común y creó un mecanismo completamente nuevo para mejorar el acceso a la financiación" (White, 2017).

Según White, los objetivos generales del Programa Creative Europe, de acuerdo con las regulaciones que establecieron en su constitución son:

- a) Salvaguardar, desarrollar y promover la diversidad cultural y lingüística europea y promover el patrimonio cultural de Europa;
- b) Fortalecer la competitividad de los sectores culturales y creativos europeos, en particular del sector audiovisual, con el objetivo de promover un crecimiento inteligente, sostenible e integrador.

Si bien, todos los países miembros de la Unión Europea forman parte de este programa, existen excepciones, ya que no solo los países miembros logran beneficiarse de esta política. En la siguiente tabla se muestran los países no pertenecientes a la Unión Europea que se encontraban en el 2016 dentro del Programa Creative Europe.

Cuadro 5: Países no miembros de la Unión Europea del programa Creative Europe

País	Organizaciones elegibles para postularse en el Subprograma de Cultura	Organizaciones legibles para postularse en el Subprograma Media
Países que participan plenamente en el Programa Europa Creativa		
Islandia	Si	Si
Noruega	Si	Si
Albania	Si	Si
Bosnia & Herzegovina	Si	Si
Antigua República de Yugoslavia de Macedonia	Si	Si
Montenegro	Si	Si
República de Serbia	Si	Si
Países vecinos que participan en la política de Europa Creativa		
Georgia	Si	Parcialmente
Moldavia	Si	Parcialmente
Ucrania	Si	Parcialmente
Países que participan condicionalmente en el programa Europa Creativa		
Israel	Si	Parcialmente

Fuente: Elaboración propia, extraído de Leaving the European Union: Impact on the Creative Industries, 2017.

El presupuesto de Europa Creativa para el período 2014/2020 se fijó en 1,460 millones de euros, con el 31% prometido para la cadena cultural, el 56% para los medios y el 13% para la cadena intersectorial (White, 2017).

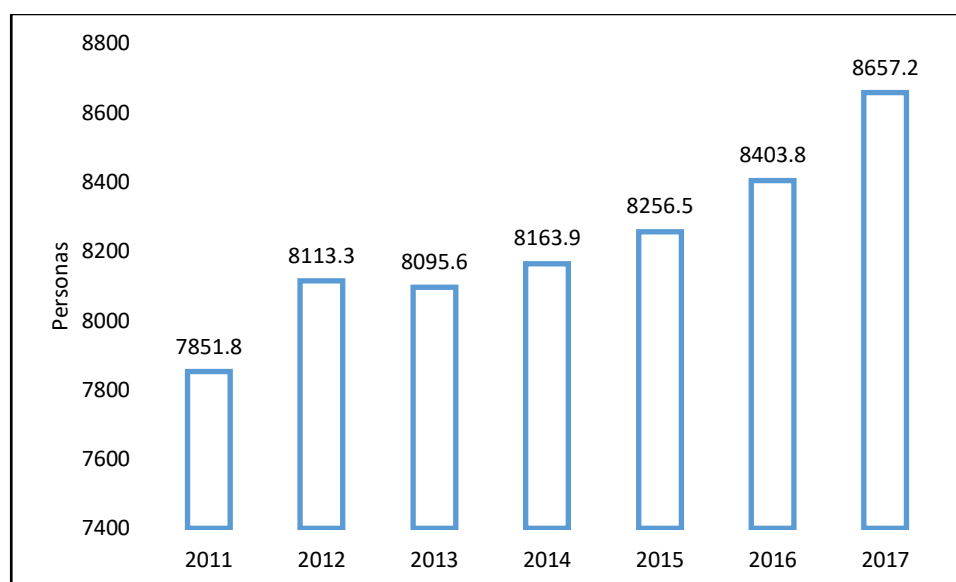
De esta manera, el posicionamiento de las IC dentro de la agenda de políticas públicas en Europa es de gran importancia estratégica. Ha trascendido incluso las fronteras de los países que pertenecen a la Unión, incorporando a otros países vecinos a su estrategia por fortalecer el desarrollo de las IC.

En el caso de la IC en el continente Europeo, se puede observar que esta ha mostrado un comportamiento al alza en la generación de empleo durante los años 2011 a 2017. Para Europa la Industria Cultural y Creativa representa un 4.5% del PIB continental y alrededor del 4% del empleo. El sector en términos de empleo ha crecido de 7,8 millones a 8,6 millones

de personas empleadas durante el mismo periodo de tiempo (Ministerio de Cultura y Deporte, 2018).

En terminos de crecimiento el empleo creativo y cultural europeo ha crecido un 10.3% en menos de una década, una tasa bastante considerable y que refleja el resultado de las politicas de fomento a las IC en el continente europeo.

Gráfico 4: Empleo Cultural y Creativo en Europa, periodo 2011 – 2017

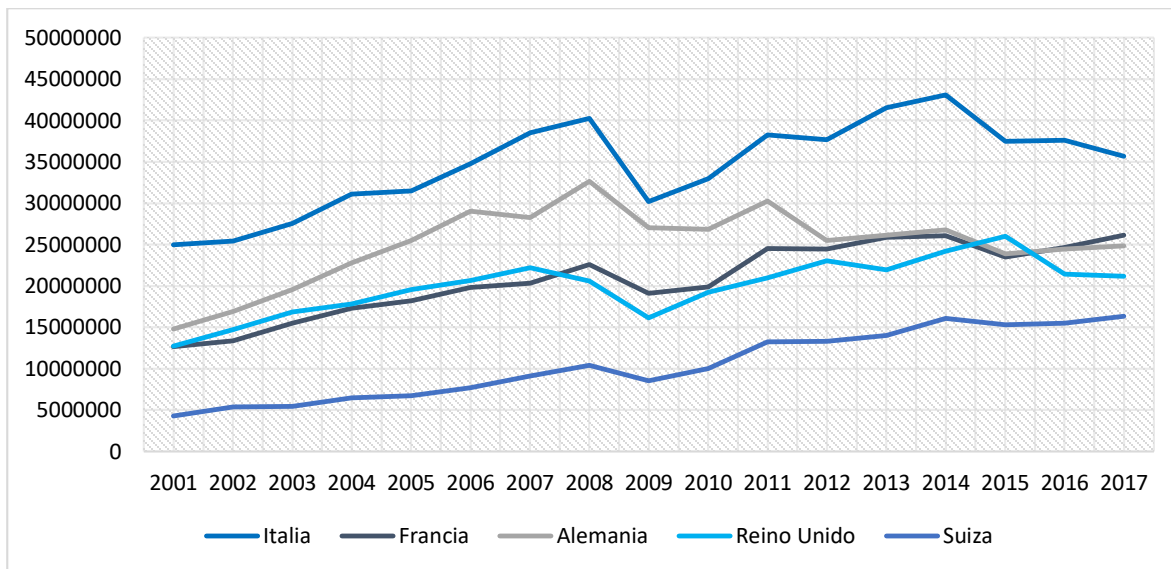


Fuente: Elaboración Propia con base en datos de Eurostat

En relación a los países que mantienen el liderazgo se encuentran Italia, Francia, Alemania, Reino Unido y Suiza, y de igual manera son estos mismos países los que se destacan como principales importadores de productos de la IC.

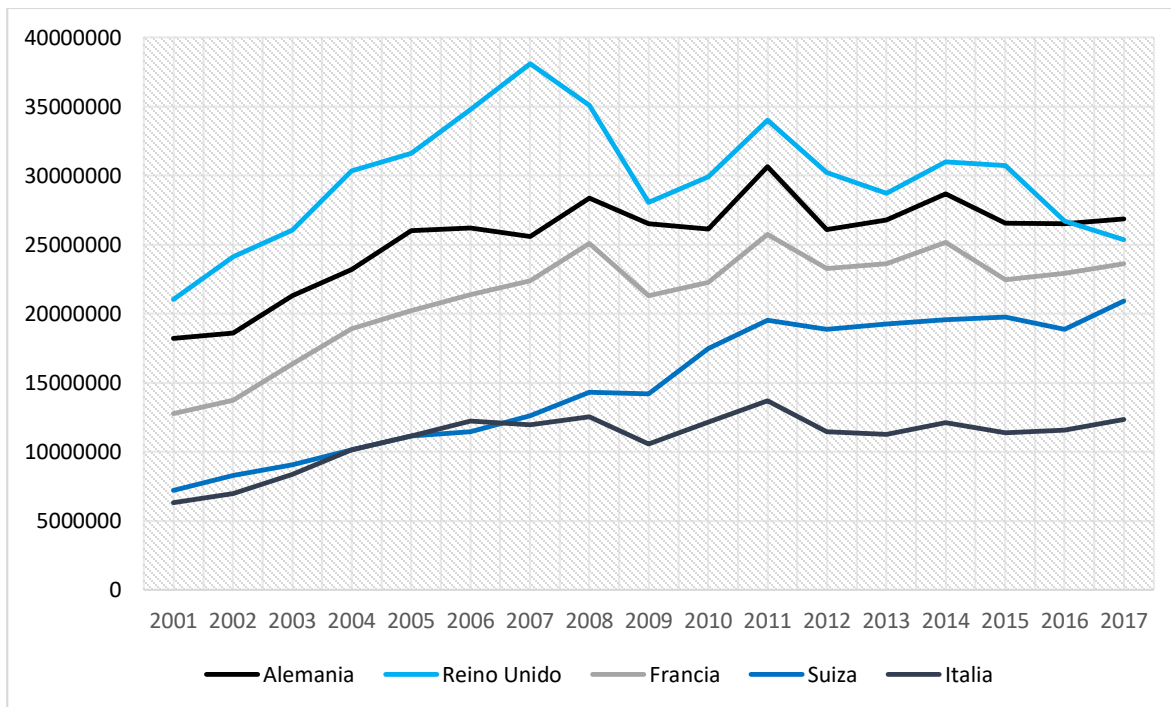
El comportamiento de las exportaciones e importaciones de los cinco países con mayores flujos de divisa en concepto de IC se pueden observar a continuación:

Gráfico 5: Principales economías europeas exportadoras de productos creativos, periodo 2001-2017 (Miles de US \$)



Fuente: Elaboración propia con base a estadística de Trademap.

Gráfico 6: Principales economías europeas importadoras de productos creativos, periodo 2001-2017 (Miles de US \$)



Fuente: Elaboración propia con base en estadística de Trademap.

1.2.4.2 Las políticas de fomento a la Industria Creativa en América Latina

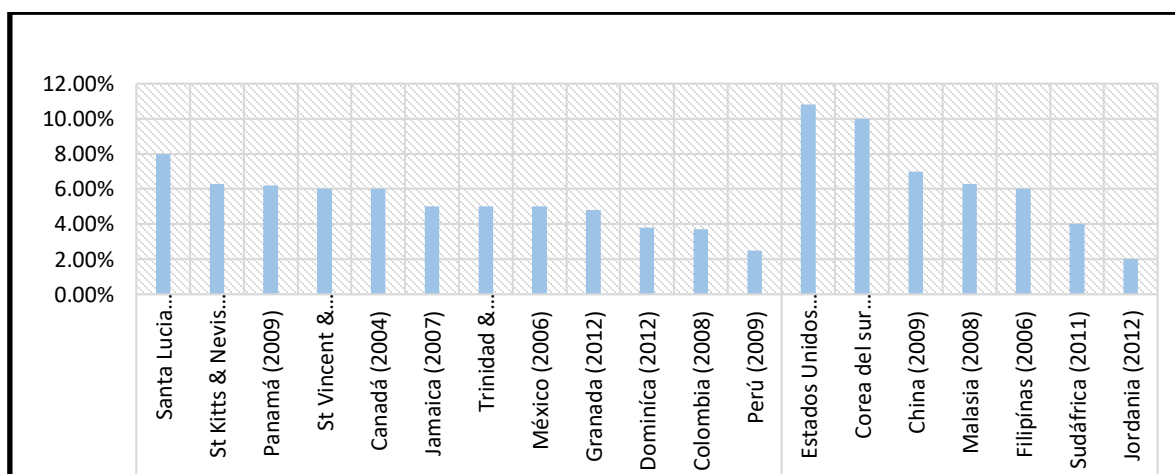
La incorporación de la IC en las economías latinoamericanas ha tomado una importancia considerable en la agenda de políticas públicas de los países, y es que el posicionamiento de estos sectores en la economía va tomando mayor importancia en la medida que pasa el tiempo.

Las Industrias Culturales y Creativas están ocupando desde hace más de dos décadas un lugar central en las políticas públicas culturales de la región. Si bien es cierto que no todos los países tienen hoy una política definida para este sector, casi todos cuentan con programas o planes especiales orientados al sector, que pretenden promoverlo, fortalecerlo, medirlo y comprenderlo desde su dimensión económica (Vélez, 2016).

La importancia de estas industrias se puede observar en el peso relativo que tienen como porcentaje del Producto Interno Bruto.

El gráfico siguiente muestra como el peso relativo de las IC no es superior al 6%, salvo si se consideran algunas economías del Caribe, como Santa Lucía en que su IC representa el 8% de la economía total para el 2012. Sin embargo, los gobiernos han constatado el potencial de estos sectores y han decidido incluirlos en la agenda de políticas públicas de carácter económico.

Gráfico 7: Participación de la Industria Creativa respecto al PIB en países de Latinoamérica, año 2012



Fuente: BID, 2014.

En cuanto al diseño e implementación de políticas públicas específicas para el fomento de las Industrias Culturales y Creativas, y el aprovechamiento de la cultura como recurso, se considera que el país pionero en América Latina es Argentina, desde el gobierno de la ciudad de Buenos Aires. Colombia puede ubicarse junto con Brasil en un segundo lugar. Los demás países si bien están proponiendo acciones, aun no consolidan unas políticas para el campo, como es el caso de México y Perú (Vélez, 2016).

Si bien, existe una tendencia clara en la orientación de los esfuerzos institucionales para desarrollar estas industrias, el enfoque con el cual son tratadas dista de un país a otro. Para el caso, en Colombia y Perú se utiliza el término de industrias culturales, Uruguay prefiere el uso de IC, Argentina utiliza ambos términos dependiendo del alcance de las políticas y Brasil parte de un enfoque más amplio al referirse economía creativa dentro del marco referencial de sus políticas.

Argentina, Colombia, Brasil y Uruguay son algunos de los países que cuentan con grupos especializados, dedicados a generar lineamientos de política pública, diseñar planes y programas, e implementar de forma articulada con otras instituciones, iniciativas para el desarrollo de las industrias culturales en el país. En el caso de Argentina se cuenta con una Dirección bastante fortalecida y reconocida a nivel local desde el Gobierno de Buenos Aires, así como con una Dirección a nivel nacional desde el gobierno de la Presidencia. En Colombia se creó en 2008 el grupo de Emprendimiento Cultural; en Brasil existe la Secretaria de Economía Creativa del Ministerio de Cultura de Brasil; en Uruguay cuentan con el Departamento de Industrias Creativas del Ministerio de Educación y Cultura y en Perú con la Dirección de Industrias Culturales y Artes del Gobierno Nacional (Vélez, 2016).

En América Latina estas son las principales instituciones de nivel gubernamental que evidencian la necesidad de impulsar y ayudar a un sector productivo emergente en la región y que demanda respuestas institucionales, tal es el caso de las IC. Destaca también el papel de algunas políticas implementadas por el Observatorio de Industrias Creativas de Buenos Aires, del gobierno federal de Brasil, y los proyectos de laboratorios de emprendimiento cultural del Ministerio de Cultura de Colombia.

Es así como, a través del reconocimiento de las IC, se conforman un conjunto de instituciones responsables de promover su desarrollo a nivel nacional. En la siguiente tabla se muestran las instituciones responsables:

Cuadro 6: Instituciones responsables y políticas implementadas para la Industria Creativa en países de América Latina

País	Institución	Política/ instrumento
Colombia	Ministerio de Cultura- Grupo de Emprendimiento Cultural	Política para el emprendimiento y las industrias creativas
Brasil	Ministerio de Cultura- Secretaría de Economía Creativa	Proyecto de la Secretaría de Economía Creativa. Políticas, directrices y acciones.
Argentina	Secretaria de la Cultura de la Presidencia- Dirección Nacional de Industrias Culturales	MICA MICA Produce Escuela de oficios en Industrias Culturales Programa de apoyo a Emprendimientos Culturales
	Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires- Dirección de Industrias Creativas	Industria de la Música: Marca Folklore, Buenos Aires Industria Audiovisual: BAFILM
Uruguay	Ministerio de Educación y Cultura Departamento de Industrias Creativas	Cuenta Satélite en Cultura Sistema Integrado de Información Cultural Conglomerados Creativos Publicaciones Seminarios y Talleres
Perú	Ministerio de Cultura- Dirección de Industrias Culturales y Artes	IBERESCENA IBERMUSICAS Puntos de Cultura
México	Secretaría de Economía Instituto Nacional del Emprendedor	Programa de Estímulos a la Innovación Programa para el Desarrollo de la industria del Software Fondo Nacional del Emprendedor

Fuente: Velez, 2016.

Según Vélez, en la actualidad, los países de América Latina que más han consolidado sus políticas para las industrias y empresas creativas son Argentina, Brasil y Colombia, ya que cada uno de estos países ha logrado configurar equipos especiales dedicados al estudio de dicho sector, alianzas con la empresa privada y con institucionales internacionales que apoyan a estas industrias. Otros países cuentan con una infraestructura más joven, como en el caso de Perú y Uruguay.

Parte importante ha sido lograr establecer dentro de los programas de estos países la urgencia por crear una cuenta satélite que pueda cuantificar las actividades económicas ligadas a la cultura y la creatividad, como en Argentina, Brasil, Uruguay y México, a partir de cada uno de los enfoques que manejan las instituciones responsables de promover estas industrias en cada país.

Si bien, no se observa una unidad a nivel regional en términos de políticas públicas para el fomento de las industrias culturales y creativas, no solo en términos de enfoques, prioridades y perspectivas, sino también en términos de avances y logros, se vislumbra un panorama que puede ser promisorio para el sector y para los países, pero que se requiere de una parte de estructuras más sólidas, organizadas y con capacidad para la gestión del sector en los diferentes países, así como de estrategias de integración que permitan la dinamización de los mercados y el crecimiento como región (Vélez, 2016).

1.2.4.3 Industria Creativa en El Salvador

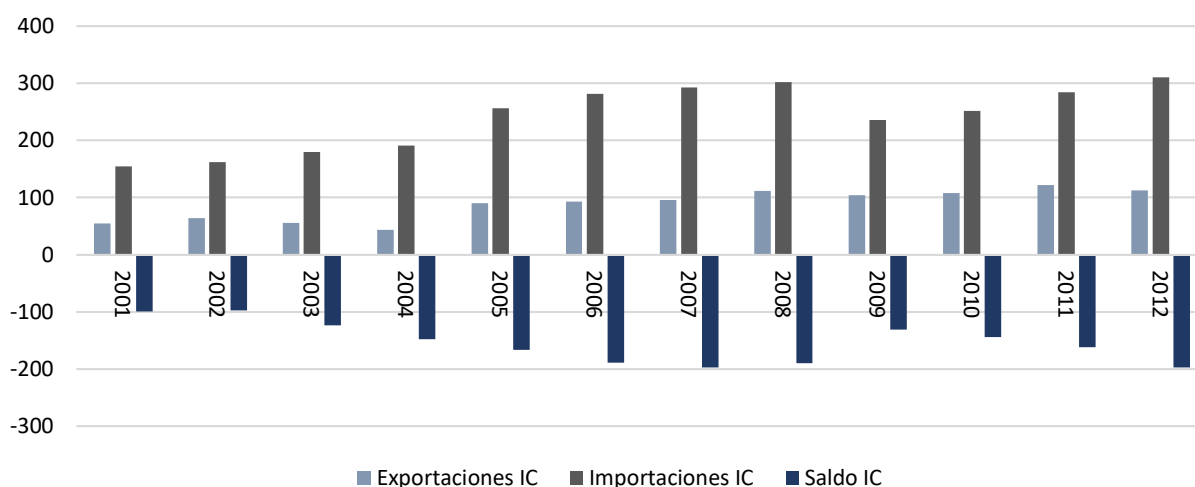
El desarrollo de la IC en El Salvador puede implicar modificaciones en el empleo y en el comercio con el resto del mundo. La IC tiende a ser vanguardia en países cuyo desarrollo tecnológico y economías son pioneras en marcar la tendencia en el desarrollo de nuevos mercados, así como en las formas de consumo.

Es lógico establecer que la producción tardía de bienes y servicios de la IC salvadoreña implica también un inicio tardío de producción destinada a exportar. Por el contrario, la globalización de la IC deberá manifestarse primero en el consumo para las economías periféricas, es decir, brotar y darse a conocer mediante las importaciones.

De tal perspectiva, los productos y servicios de la IC provenientes de países protagonistas de la tercera revolución industrial y quinta revolución tecnológica serán superiores en cantidad

y forma que los provenientes de los países que componen la periferia. Esto deberá hacerse presente en las estadísticas de importación y exportación. En tal caso, las importaciones tuvieron un comportamiento mayor a las de las exportaciones.

Gráfico 8: Exportaciones, importaciones y saldo comercial de la Industria Creativa en El Salvador, periodo 2001-2012



Fuente: Elaboración propia en base a datos de TradeMap

En la década del 2000 las exportaciones de IC salvadoreña han estado muy por debajo de las importaciones. Para el 2007 el déficit más alto en términos absolutos rondó por los 197 millones de dólares. En términos relativos, para el 2004 las importaciones cuadruplicaron (y más) las exportaciones en la industria, esto debido a la baja en las exportaciones y no a las importaciones, que mantuvieron la tendencia al alza similar a los años anteriores.

El crecimiento en exportaciones ha sido en promedio de 10.5% para el periodo 2002-2012 siendo éste alterado por un alto crecimiento en el 2005 que marca la recuperación en las exportaciones en relación al año 2004. Por su parte, las importaciones han crecido en 7.3% como promedio para el mismo periodo. A partir del 2006, año en que se rubrica el CAFTA-DR, la tendencia recorrida por los dos rubros es similar en el periodo comprendido.

El reporte de Creative Economy Outlook and Country Profiles de la UNCTAD divide las IC en bienes creativos y servicios creativos. Las exportaciones de todas las IC desde 2003 a 2012 han mostrado un incremento del 371,6%. Las importaciones, por su parte, en el mismo periodo han incrementado en 161,8%. El cuadro siguiente deja entrever que el importe de los bienes creativos es significativamente superior al de los servicios creativos.

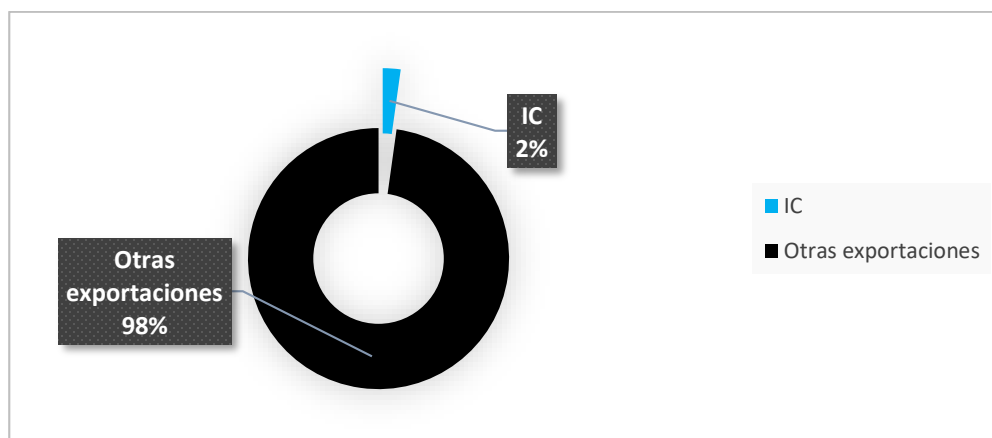
Cuadro 7: Industrias Creativas de bienes y servicios en El Salvador, año 2003 y 2012 (En millones de US \$)

El Salvador	2003			2012		
	Value (in Million US\$)			Value (in Million US\$)		
	Exports	Imports	Balance	Exports	Imports	Balance
All Creative Industries	26.61	105.39	-78.78	125.48	275.91	-150.43
All Creative Goods	25.61	101.39	-75.78	125.48	275.33	-149.85
All Creative Services	1.0	4.0	-3.0	0	0.58	-0.58

Fuente: Creative Economy Outlook and Country Profiles, UNCTAD, 2008.

De las exportaciones totales de El Salvador la fracción correspondiente al sector creativo es en promedio 2.21% del 2001 al 2012. Mientras que el fragmento de las importaciones de la industria respecto a las importaciones totales fue de 3.18% en los mismos años. Alterando la tendencia únicamente para los años 2004 y 2005 en que dejó notarse una caída en las exportaciones de la industria y luego un aumento considerable, respectivamente.

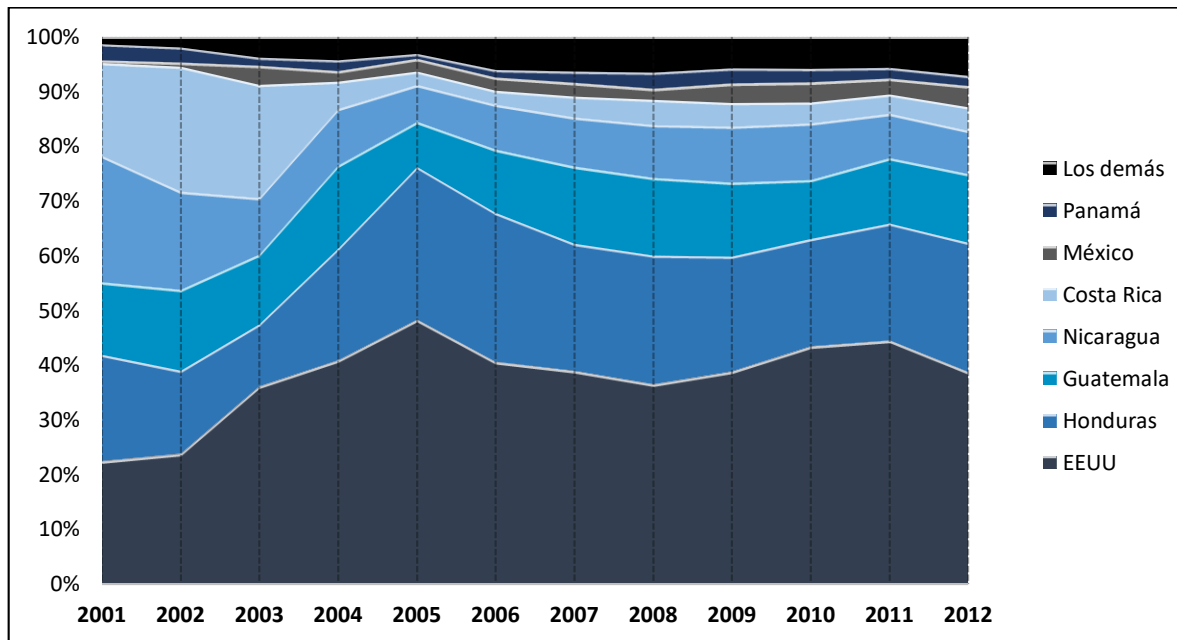
Gráfico 9: Participación promedio de las exportaciones de Industria Creativa en las exportaciones totales de El Salvador, periodo 2001 – 2012



Fuente: Elaboración propia en base a datos de TradeMap.

En promedio, el 50,8% de las importaciones del periodo 2001-2012 han proveniendo de los de Estados Unidos, Guatemala y México. El 36,2% es originaria de Honduras, China, Colombia, Canadá, Panamá, España y Brasil. Quedando un 13% distribuido entre los demás países que exportan bienes y servicios creativos con destino a El Salvador.

Gráfico 10: Composición de las exportaciones de la Industria Creativa por país de destino, El Salvador, periodo 2001 – 2012



Fuente: Elaboración Propia en base a datos de TradeMap.

Las exportaciones salvadoreñas de la IC se han colocado en un 71,7% en los Estados Unidos, Honduras y Guatemala. Un 23,5% en Nicaragua, Costa Rica, México y Panamá. El 4,8% restante se distribuyó entre los demás países que percibieron exportaciones salvadoreñas de la industria.

La tercera y cuarta revolución industrial son los escenarios previos para el desarrollo de la IC a escala mundial, los países que lideran la economía en el mundo han forjado esfuerzos de política pública orientados a la industria, en los últimos años Latinoamérica ha iniciado estudios y políticas para incentivar la industria también.

En El Salvador, las IC se han introducido sobre todo en las importaciones, sin embargo, hay producción de estas industrias para la exportación como veíamos anteriormente. Además, desde el 2009 ha sido lanzado el programa PIXELS por parte del Ministerio de Economía de El Salvador que busca promover el emprendimiento relacionado a la IC.

CAPÍTULO II: LAS INDUSTRIAS CREATIVAS EN EL ESCENARIO NACIONAL

2.1 Contextualización de la Industria Creativa en El Salvador

En El Salvador las IC han tenido un desarrollo desde tiempos remotos, no obstante, las expresiones culturales han sido la norma y la forma más común en la que se ha manifestado los bienes y servicios de la industria, por consiguiente, en la nación es notoria la creación de literatura, expresiones en pintura, composiciones musicales, artesanía, etc.

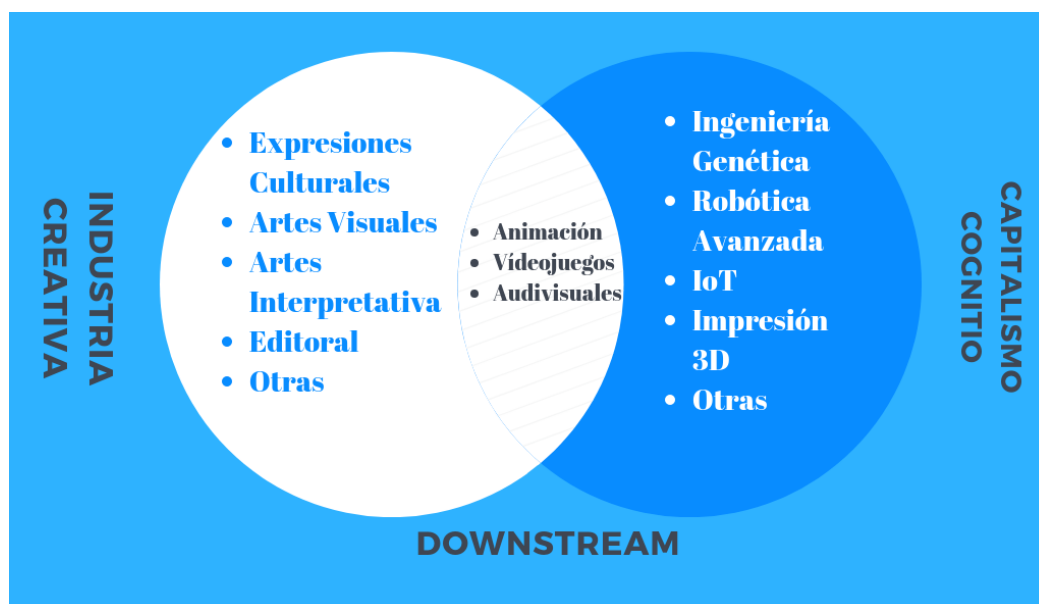
En el campo de la literatura se encuentran personajes destacados como Francisco Gavidia y Alberto Masferrer, los cuales, incurrieron en la publicación de editoriales que se han comercializado en librerías nacionales e internacionales. En pintura, hay exponentes salvadoreños como Camilo Minero, Salvador Salazar Arrué o Antonio Bonilla. Por otra parte, la artesanía en El Salvador ha tenido un desarrollo enfocado en aspectos culturales y religiosos, inclusive llegando a ser productos que han sido objeto de exportación, es de destacar la producción de artesanías de Ilobasco en Cabañas, La Palma en Chalatenango, San Sebastián en San Vicente, etc.

Sin embargo, según la distinción de UNCTAD (2010) las actividades recientemente mencionadas de la IC salvadoreña se posicionan del lado de las actividades Upstream en las que predominan aspectos patrimoniales y culturales. Existiendo así otra serie de rubros de la IC en las que su naturaleza se encuentra más cerca del desarrollo tecnológico. En ese sentido en esta investigación no se procederá a detallar aspectos del Upstream: expresiones culturales tradicionales, pintura, escultura, fotografía, antigüedades, teatro, danza, música en vivo, escultura, etc. de la IC salvadoreña, sino que el núcleo de esta investigación es el Downstream de la IC en El Salvador.

El desarrollo de la industria en el contexto con énfasis en lo cognitivo y la utilización del sector electrónico-informático se identifica como relevante en la actividad económica nacional hasta finales de 2010. A la fecha, no existe información sobre empresas o bienes y servicios producidos en El Salvador en los rubros de animación digital, videojuegos y audiovisuales previo a los años 2000.

Las IC más fuertes en la fase del capitalismo cognitivo (las downstream) en El Salvador son las industrias de animación digital, de videojuegos y de audiovisuales.

Ilustración 6: Intercepción conceptual Industrias Creativas y Capitalismo Cognitivo en El Salvador.



Fuente: Elaboración propia.

2.2 Origen de la Industria Creativa

La animación en El Salvador tiene su génesis en los años 70's basada en la técnica de acetato y careciente del componente digital, debido a que el desarrollo digital no era aplicado en la producción en ese entonces, la producción consistía en animación 2D. Es hasta los 90's que "comienza una nueva era en la animación digital en el país, con el nacimiento de las primeras productoras nacionales, quienes dan un salto trascendental en la industria al incluir dentro de sus operaciones el uso de computadoras, programas y dispositivos que manipulaban imágenes, para dar un mayor realce a las producciones realizadas. Como resultado se inició el dibujo y coloreo de imágenes asistido por computadora. También durante esta época se comienza a trabajar en otras técnicas de animación como la Rotoscopía, que consiste en dibujar cada cuadro de una animación sobre un fílmico original y en 3D que es una de las técnicas más empleadas y con mayor auge en la industria cinematográfica y televisiva." (DICA, 2011).

La producción de animación en las primeras productoras nacionales tiene que ver con la IC, sin embargo, la existencia de dichas productoras se enmarca en el avance de la tercera revolución industrial, que constituye el complejo electrónico informático. Desde los noventas, las expresiones en animación se reflejan en la televisión nacional, a pesar de que, para ese entonces el internet ya operaba a nivel mundial, la animación producida en ese entonces no estaba destinada a ser comercializada en la red.

“A finales de la década (90’s), se emprende la realización de producciones con el uso de software especializado para la animación, lo que llevó a la reducción de los tiempos de producción, creando mayor facilidad y entusiasmo para que nuevos profesionales ingresaran en la industria” (DICA, 2011).

Debido al impacto que ha tenido la temática de las IC en la agenda de políticas públicas salvadoreñas, es importante realizar una aproximación al peso que posee dentro de la economía nacional.

2.3. Contribución de la Industria Creativa a la economía salvadoreña

En El Salvador, la estructura de la IC en los sectores de animación y videojuegos está conformada principalmente por microempresas y artistas individuales.

Las empresas y aquellos profesionales de carácter independiente que han iniciado actividades en sectores dentro de las IC, no se encuentran documentadas de manera específica, sin embargo, si operan de manera formal, inscritos como personas naturales o jurídicas. De esa manera, las personas que declaran tener oficios creativos pueden trabajar en empresas creativas, en empresas no creativas o mantenerse en trabajos de carácter independiente, así mismo, el oficio y sector creativo en el que trabaje determina su nivel de salario y estabilidad laboral.

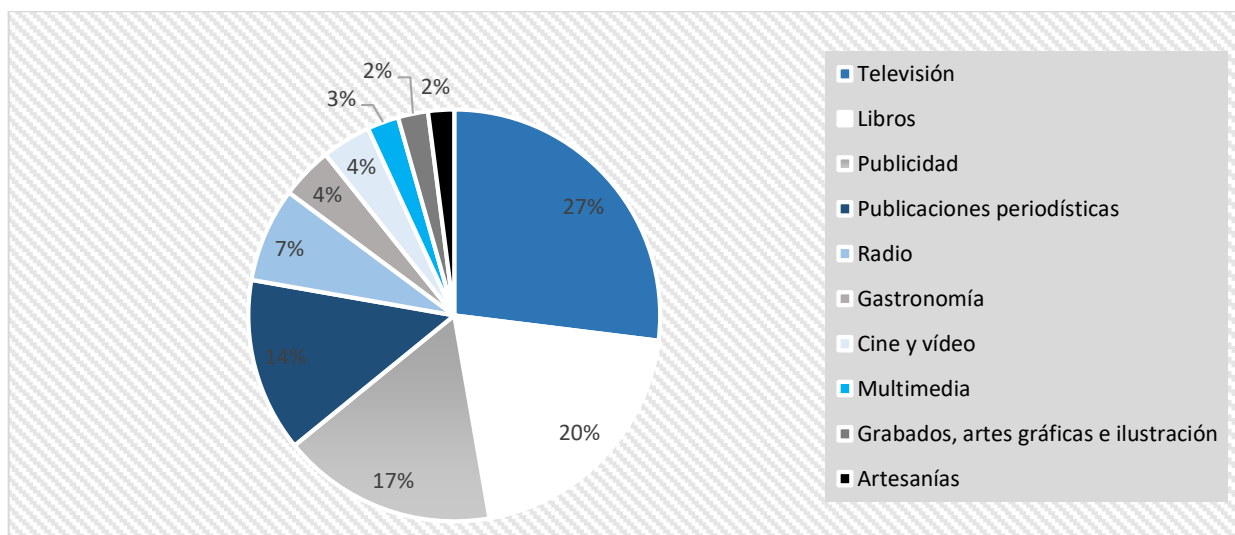
En relación al comercio internacional, las exportaciones de bienes y servicios creativos salvadoreños son una realidad en desarrollo. A la exportación de productos se agrega, también, la exportación de servicios creativos, que se suman al contexto de globalización y desarrollo de medios que permiten el trabajo a distancia, pero en el cual, las empresas salvadoreñas aún tienen un acceso limitado.

2.3.1 Aporte de las Industrias Creativas a la generación de valor agregado

El único cálculo del PIB Cultural que se ha realizado para la economía salvadoreña data del año 2005 y la referencia más reciente es la aportada por el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo en el 2009, que estimaba en 1.4% del Producto Interno Bruto (PNUD, 2009).

De estos datos, las subramas con mayores aportes al valor agregado cultural para el 2004 se representan en el siguiente gráfico:

Gráfico 11: Participación de las ramas culturales en el PIB Cultural

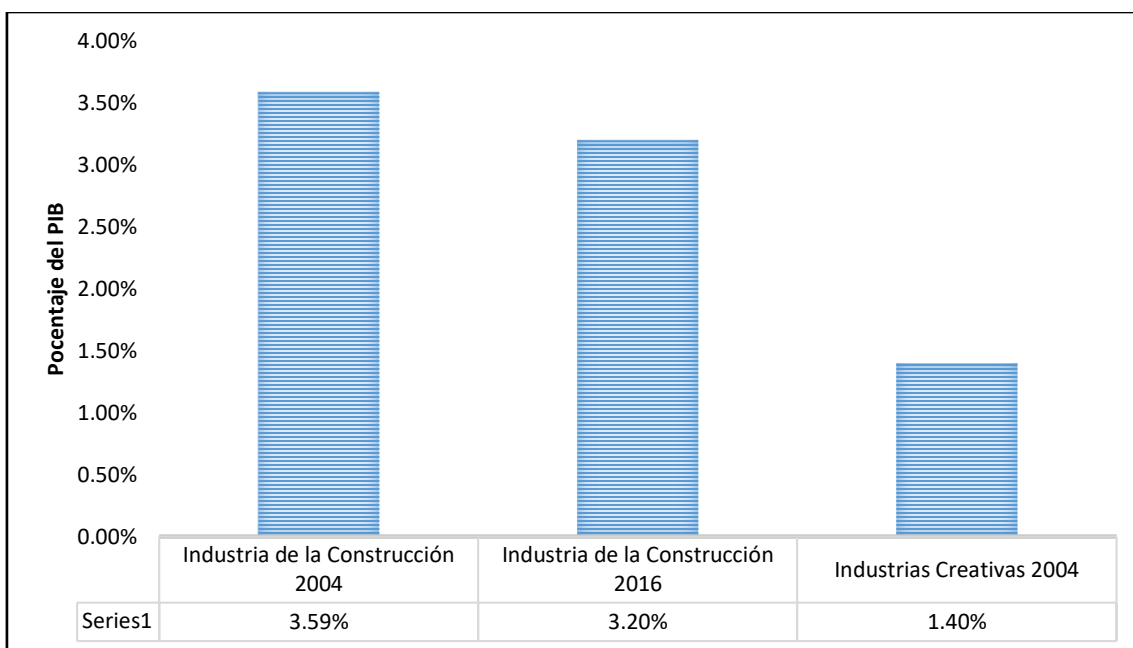


Fuente: Elaboración propia en base a estadísticas extraídas del Cuaderno de Desarrollo Humano #9, 2009.

En términos generales, los medios de comunicación, los impresos y las agencias de publicidad son las industrias culturales que registran mayores aportes al valor agregado cultural en el país, se trata de una rama económica muy fuerte, donde conviven grandes empresas junto a pequeñas iniciativas de emprendimientos en inversión y producción creativa.

Relativamente, el PIB de las IC salvadoreñas aporta al PIB nacional menos de la mitad que la industria de la construcción incluso comparándola con el aporte para el 2004 y 2016, en ese sentido, el aporte de las IC a la riqueza nacional no puede quedar invisibilizado, y a pesar de considerarse una industria incipiente en El Salvador, esta muestra ser un sector de importancia y relevancia económica que merece ser parte de la agenda de políticas públicas.

Gráfico 12: Aporte de la Industria Creativa e Industria de la Construcción al PIB de El Salvador, año 2004 y 2016

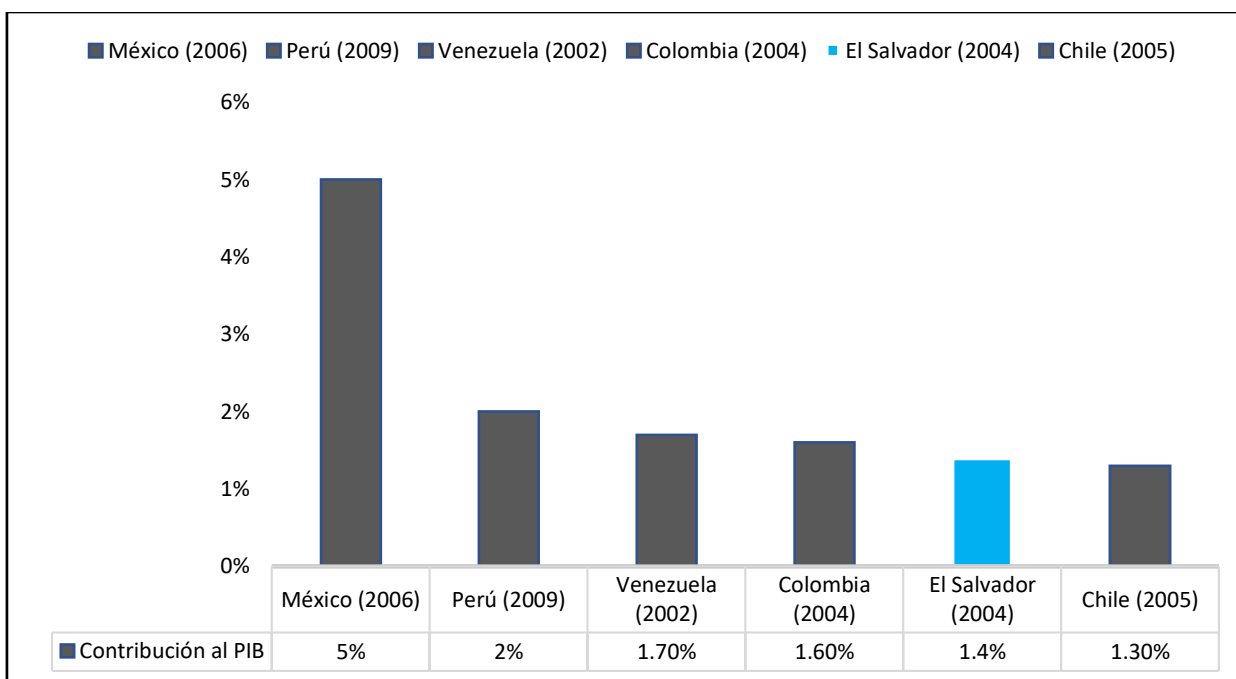


Fuente: Elaboración propia en base a estadísticas del Banco Central de Reserva de El Salvador.

Cuando se compara el aporte de la cultura al PIB en seis países latinoamericanos que han realizado mediciones más o menos completas de su sector cultural en los últimos años, se tiene que El Salvador se sitúa entre Colombia y Chile, como se observa en el siguiente gráfico.

Si bien estos datos no pueden tomarse como precisos por las diferencias conceptuales, metodológicas y temporales que median entre ellos, el aporte económico de la cultura al PIB nacional de 1.4% que se ha calculado para El Salvador aparece como plausible en la región (PNUD, 2009).

Gráfico 13: Contribución de la Industria Creativa al PIB de países latinoamericanos.



Fuente: Elaboración propia en base a estadísticas de diferentes países.

2.3.2 Generación de Trabajo en la IC

A pesar de que en las últimas décadas se ha logrado identificar la importancia de las actividades creativas a la economía de los países y a su desarrollo en diferentes áreas, las mediciones del empleo de las IC a nivel latinoamericano son escasas, y para el caso, El Salvador no es la excepción.

Si bien, gracias al grado de madurez que estas industrias han alcanzado en diferentes países ha posibilitado que estos integren dentro de su sistema de cuentas nacionales las cuentas satélite de cultura, la falta de actualización de los datos impide analizar con mayor exactitud la evolución de estas actividades.

En El Salvador, al no contar con una cuenta satélite en nuestro sistema de cuentas nacionales, dificulta el cálculo del peso que estas industrias tienen a la generación de riqueza nacional, así mismo, se carece de un sistema de información que permita identificar de manera específica el desarrollo de la industria a nivel sectorial. Las estadísticas sobre número de

empresas que se dedican a actividades creativas, facturación, generación de trabajo, u otras variables necesarias para el monitoreo de una industria naciente no se encuentran disponibles.

Sin embargo, la CEPAL junto a la OEI realizaron una medición de la contribución de estas industrias al empleo, valiéndose de datos de observatorios internacionales de IC, y de estadísticas obtenidas de encuestas de hogares y censos de diferentes países latinoamericanos.

Técnicamente, las estadísticas de empleo cultural o del sector creativo comprenden aquellas ejecutadas como empleador, asalariado y de emprendedores por cuenta propia, e incluye a todas aquellas personas que se encuentran laborando dentro de cualquier sub sector que comprende las IC: Patrimonio cultural, presentaciones artísticas, artes visuales, artesanías, audiovisuales, multimedia, y servicios creativos como diseño y desarrollos de software como videojuegos. Todas están se entienden como actividades núcleo de las IC.

Según datos de la CEPAL, para el año 2012 en El Salvador, aproximadamente 25,000 personas se empleaban en actividades económicas directamente ligadas al sector creativo, mientras que 29,700 trabajadores estaban involucrados en actividades auxiliares a la IC. El empleo creativo junto al que se genera en actividades auxiliares sumaron para dicho año 54,700, mientras que 22,700 personas lo hacían en actividades relacionadas con la cultura (CEPAL/OEI, 2014).

La generación de empleo cultural o creativo para El Salvador representa el 1% de la masa total de empleo y, comparativamente, con otros países de Iberoamérica, se encuentra rezagado, solo por encima de Ecuador y Nicaragua que proporcionalmente su empleo creativo representa apenas 0.80% y 0.70% respectivamente.

A partir de estos datos, se puede observar una alta heterogeneidad en la generación de empleos en las industrias de estos países, por un lado y coincidiendo en que estos países poseen estructuras productivas más desarrolladas, se encuentran países como Argentina, España, Uruguay y Costa Rica en los cuales las generaciones de empleo creativo superan o rondan el 2%, en contraposición a otros que no logran superar el promedio Iberoamericano.

Cuadro 8: Empleo Creativo y Cultural en países de Latinoamérica.

País	Año	Empleo Creativo		Actividades auxiliares de la cultura		Empleo Cultural y actividades relacionadas a la cultura	
		Miles de personas	Porcentaje	Miles de personas	Porcentaje	Miles de personas	Porcentaje
<i>Argentina</i>	2011	395.1	3.7	25.6	0.2	420.7	3.9
<i>Bolivia</i>	2009	65.8	1.4	21.3	0.5	87.1	1.9
<i>Brasil</i>	2012	1192	1.3	871.1	0.9	2063.1	2.2
<i>Chile</i>	2011	87.6	1.3	44.5	0.7	132.1	2
<i>Colombia</i>	2012	204.3	1	51.4	0.3	255.7	1.3
<i>Costa Rica</i>	2011	35.3	1.8	30.1	1.5	65.4	3.3
<i>Ecuador</i>	2012	53	0.8	27.3	0.4	80.3	1.2
<i>El Salvador</i>	2012	25	1	29.7	1.1	54.7	2.1
<i>España</i>	2013	475.4	2.8
<i>Honduras</i>	2010	31.7	1	4.4	0.1	36.1	1.1
<i>Nicaragua</i>	2009	15.7	0.7	3.6	0.2	19.3	0.9
<i>Panamá</i>	2011	17.3	1.2	14.2	0.9	31.5	2.1
<i>Paraguay</i>	2010	27.7	1	13.1	0.5	40.8	1.5
<i>Perú</i>	2011	148.7	1	93.4	0.6	242.1	1.6
<i>Uruguay</i>	2011	42.4	2.6	12.7	0.8	55.1	3.4
<i>Promedio</i>		187.80	1.51	88.74	0.62	256	2.04

Fuente: CEPAL/OEI, 2014.

De igual manera, aquellos países que exhiben mayores niveles de empleo creativo, también poseen mayores niveles de empleo en actividades auxiliares de la cultura o creatividad.

Al contrario, el empleo en actividades auxiliares de la cultura no presenta una tendencia única: en países que muestran un porcentaje mayor de empleos culturales, como Argentina, solo el 0,2 % de los ocupados se clasificaron en actividades de este tipo; el caso opuesto es El Salvador, cuyo nivel de empleo en actividades auxiliares de la cultura (1,1%) es similar al

del empleo cultural (1%) (CEPAL/OEI, 2014).

2.3.2.1 Empleo equivalente e intensidad del trabajo en las IC

Otro análisis importante a generar es identificar la intensidad que tiene el trabajo que se genera en las IC, para poder ver los diferentes matices en cuanto a las relaciones de trabajo que convergen dentro de la masa de personas ocupadas en esta industria en relación a otras.

Para mostrar esta intensidad se presenta el promedio de horas trabajadas tomando en cuenta el tipo de ocupación, y el tipo de empleo, ya sea público y privado.

Los países que presentan el promedio más alto de horas trabajadas a la semana, son Nicaragua, Honduras y Bolivia, por encima del promedio latinoamericano que es de 43.1 horas a la semana; en contra punto, se encuentran países como Argentina y Brasil con promedios cercanos a las 39 horas de trabajo.

Con respecto a los empleos creativos, el promedio semanal de horas de trabajo a nivel latinoamericano es de 40.2 horas, destacando países como Nicaragua, Honduras, El Salvador y Costa Rica entre los países que mayor promedio de horas laborales presentan a la semana, por otro lado, están países como Paraguay, Perú y Chile que presentan resultados muy por debajo al promedio latinoamericano.

Cuadro 9: Empleo Cultural, en países de América Latina.

País	Año	Actividades relacionadas con la cultura					
		Total de Empleados	Actividades características de la cultura	Actividades auxiliares de la cultura	Actividades relacionadas con la cultura	Empleo cultural publico	Empleo cultural privado
		Promedio de total de horas trabajadas					
Argentina	2011	39.4	39.2	45.6	39.2	35.3	39.7
Bolivia	2009	46.7	42.1	50.8	47.1	48.8	41.9
Brasil	2012	39.5	37.4	41.7	40.2	32.9	37.6
Chile	2011	42.3	35.8	42.5	41.8	43.6	35.3
Colombia	2012	43.5	39.4	41.1	40.2	44.5	39.4
Costa Rica	2011	42.6	42.2	46.3	44.1	53.4	41.2
Ecuador	2012	40.9	41.1	41.6	44.3
El Salvador	2012	41.8	43.7	42.9	43.7	47.3	43.6
Honduras	2010	45.9	45.7	49.8	49.4	58.2	45
Nicaragua	2009	47	47.4	44.1	50.4
Panamá	2011	41.8	39.8	42.9	45.1
Paraguay	2010	46.3	35.6	47.6	48.1
Perú	2011	44.8	35.7	42.3	45.7
Uruguay	2011	41.3	38.1	42.1	39.7	37.6	38.2
Promedio		43.1	40.2	44.4	44.2	44.6	40.2

Fuente: CEPAL/OEI, 2014.

El caso de El Salvador se sitúa por encima de la media latinoamericana, en relación a las actividades características de la cultura, cada trabajador dentro de la industria estaría destinando un promedio de 43.7 horas a la semana, lo cual indica que el tiempo de trabajo requerido en la industria es mayor a las del mercado de trabajo en general.

Si se analizan las jornadas laborales dentro de las actividades culturales, auxiliares y conexas o relacionadas con la cultura, salvo en el caso de El Salvador, en la mayoría de los países las

mayores jornadas laborales no se presentaban en el empleo cultural, sino en las actividades auxiliares o en las actividades relacionadas de la cultura (CEPAL/OEI, 2014).

Otro aspecto importante, es cuando se identifica el tipo de empleador, privado o público, a nivel latinoamericano, el promedio de la jornada de trabajo semanal del empleo cultural privado es menor a público, 40.2 y 44.6 horas respectivamente. Para el caso de El Salvador, el comportamiento se mantiene respecto a ese promedio, 47.3 horas semanales en el sector público y 43.6 en el privado, sin embargo, a pesar de eso, ambas jornadas siguen siendo superior al promedio nacional y latinoamericano de total de empleados, y superior al promedio de horas de trabajo cultural nacional, salvo para el sector privado en el cual por 42 minutos no alcanza a las 43.7 horas de trabajo.

2.3.2.2 Estructura del empleo creativo privado o público

Es indiscutible que, en la instauración del modelo económico neoliberal, como premisa de modernización del Estado se aplicaron políticas para reducir el tamaño del mismo, con la consecuente disminución de la intervención de éste en diversas áreas de la actividad económica, que implicó un aumento de la presencia privada en diferentes esferas que históricamente habían sido obligaciones del Estado: inversiones en infraestructura, educación, salud entre otros.

No obstante, en las últimas décadas el paradigma neoliberal ha sufrido cambios, al menos en la forma que tuvo desde sus inicios, debido al alejamiento que una serie de países de la región han presentado respecto de sus principios, lo que ha implicado no solo un cambio en cómo se abordan las políticas sociales sino también en qué áreas debe intervenir o invertir el Estado (CEPAL/OEI, 2014).

Es así que, en relación al sector creativo o cultural, el Estado desempeña un rol más dinámico en el fomento y desarrollo de las IC, gracias al reconocimiento que este ha obtenido como catalizador de oportunidades de desarrollo, en especial para la población joven que llegan a ser agentes económicos que invierten, gastan, producen y que pueden llegar a determinar la participación de otros agentes. Es así que, hoy en día, el ámbito de la cultura ha vuelto a ser atractivo para la inversión pública, en tanto que llega a coexistir la IC nacional y transnacional, en un ecosistema donde agentes, mayormente privados, participan de manera

dinámica y competitiva.

En el siguiente cuadro pueden observarse las cantidades totales de empleo para diferentes países de América Latina; el volumen del empleo en el sector público no sobrepasa 16.2% respecto al empleo total, dato que corresponde a Argentina para el año 2011, en contrapunto países como Colombia y Costa Rica cuya proporción de empleo público no representa más que el 4%.

En el caso de El Salvador, este índice de empleo del sector público alcanzó un 8% para el año 2012. En términos brutos, el empleo público cultural se encuentra constituido por 450 personas, lo cual representa un 1.8% del total de empleo cultural que llega a 25,000 personas.

Cabe recalcar que 1.8% representa el peso del empleo público cultural en el total de empleo cultural, constituye el segundo más bajo de la región, solo por encima de Colombia (0.9%); los países con mayores niveles de empleo público cultural son Uruguay (13.6%), Argentina (9.9%) y Costa Rica (7.7%), países como Chile, Brasil, e incluso Honduras presentan valores intermedios que oscilan entre 3.6% y 5.7%.

Estos datos menores, que, aunque pequeños, son de suma importancia para el estudio de las IC, tiende a explicarse con la significación de la iniciativa privada en estas actividades económicas.

En lo referido a las industrias culturales o creativas, el sector privado representa un rol dinámico y significativo en las actividades económicas creativas. En ese sentido, el sector privado no solo se encuentra presente en actividades o proyectos de fomento y desarrollo de la cultura como el Estado, sino también que desarrolla un ciclo cultural en donde intervienen procesos de creación, producción y distribución de bienes y servicios creativos

Cuadro 10: Empleo creativo del sector privado y público (Miles de empleos).

Países	Año	Empleo Público Total	Porcentaje del sector público en el empleo total	Empleo público cultural	Porcentaje del empleo público cultural en el empleo cultural	Porcentaje del sector privado cultural en el empleo cultural	Micro Empresa (<6)	Pequeña Empresa (6-49)	Gran Empresa (50+)	Micro Empresa (<6)	Pequeña Empresa (6-49)	Gran Empresa (50+)
Argentina	2011	1748.8	16.2	39.1	9.9	90.1	187.4	74.3	94.3	52.6	20.9	26.5
Bolivia	2009	454	9.7	2.4	3.6	96.4	36.1	14.1	13.2	56.9	22.2	20.8
Brasil	2012	11410.9	12.2	53.6	4.5	95.5	168.4	970.1		14.8	85.2	
Chile	2011	628.8	9.4	4.9	5.6	94.4	23.5	23.2	36	28.4	28.1	43.5
Colombia	2012	837.5	4.1	1.8	0.9	99.1	108	44.1	50.3	53.4	21.8	24.9
Costa Rica	2011	76.1	3.8	2.7	7.7	92.3	11.9	8.3	12.4	36.5	25.5	38.0
Ecuador	2012	763.2	11.9	23.9	15.4	13.7	45.1	29.1	25.8
El Salvador	2012	207.8	8	0.45	1.8	98.2	10.8	7.5	6.3	43.9	30.5	25.6
Honduras	2010	194.7	6.3	1.8	5.7	94.3	24.2	5.3	0.4	80.9	17.7	1.3
Panamá	2011	239.5	16	6.8	4	6.5	39.3	23.1	37.6
Paraguay	2010	258.3	9.2	17.1	7.8	2.8	61.7	28.2	10.1
Perú	2011	1442.8	9.2	75.4	45.6	27.6	50.7	30.7	18.6
Uruguay	2011	237.3	14.7	5.8	13.6	86.4	17.3	4.2	15.2	47.1	11.4	41.4

Fuente: Elaboración propia en base a (CEPAL/OEI, 2014).

En Latinoamérica los países que registraron mayor participación del sector privado en la generación de empleos dentro de las IC fueron Colombia (99.1%) y El Salvador (98.2%), sin embargo, el papel del sector privado no deja de ser determinante en ninguno de los países representados en el cuadro anterior. Solamente en el caso de Uruguay que para el 2011 presenta un indicador menor al 90%, la cual no deja de ser una proporción importante, de allí los demás superan el 90%, que explica el bajo nivel de participación del empleo cultural público en el empleo cultural total.

Lo anterior demuestra la importancia que tiene la iniciativa privada para el desarrollo de las IC, en el fomento al ciclo de empleo, producción y distribución en estas actividades económicas.

Los datos del cuadro anterior también permiten conocer la concentración del empleo cultural a partir del tamaño de las empresas. La tendencia a nivel latinoamericano apunta a que el empleo cultural se concentra principalmente en microempresas y personas que se declaran independientes, seguido por la mediana y gran empresa.

El mayor nivel de concentración del trabajo en pequeñas empresas lo representa Honduras que supera el 80%, seguido de Paraguay (61.70%) y Bolivia (56.90%). Para el caso, El Salvador se coloca cercano al promedio latinoamericano (47%) con un porcentaje de concentración de empleo en la MYPE de 43.90%, y siguiendo con la tendencia, la Mediana empresa concentra el 30.50% y la gran empresa 25.60%, estos porcentajes se traducen a 24,600 personas empleadas en las industrias culturales del sector privado.

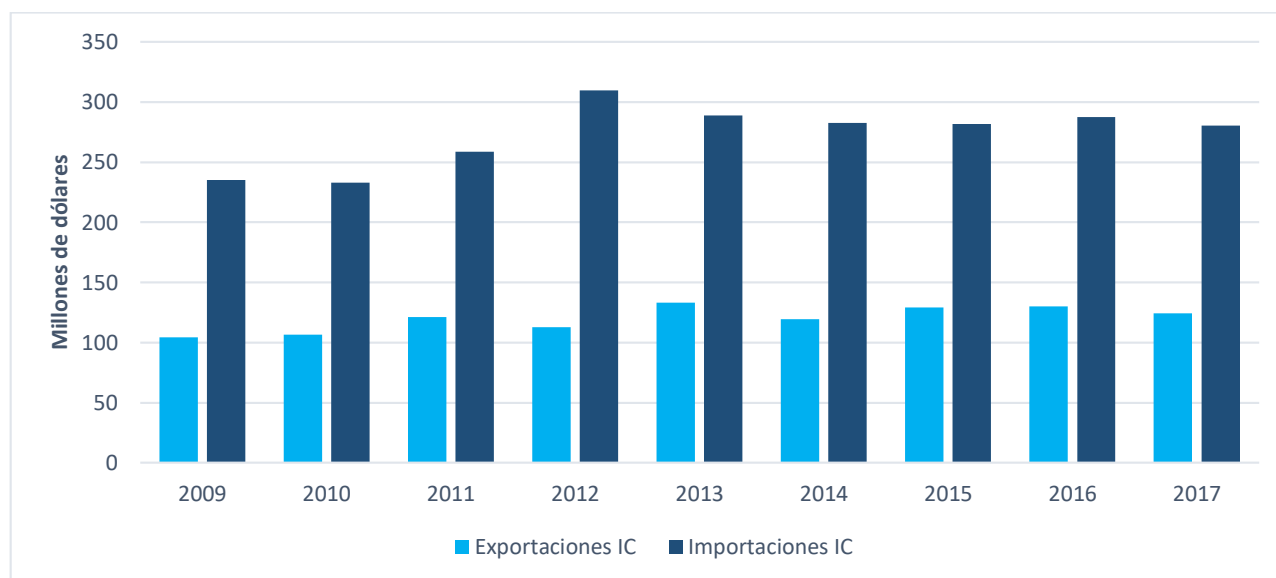
Al otro extremo se encuentran países como Brasil y Chile, donde la concentración del empleo creativo privado en las microempresas es menor al que se absorbe en la mediana y gran empresa. Solo en Brasil, estos últimos tipos de empresa concentran el 85.20% y en Chile 71.60%.

2.3.3 La Industria Creativa salvadoreña en el comercio exterior

Las exportaciones de la IC, para el año 2009 prácticamente se mantuvieron (US \$104,4 millones), pero tuvieron un crecimiento promedio anual hasta el 2017 de 2.6%. Lo que significa que para el año 2017 las mismas fueron de US \$124,4 millones.

Por su parte, las importaciones crecieron en un 2.5% anual para el mismo periodo, sin embargo, los montos se mantienen muy por encima de los montos de exportación, en promedio en los 9 años de estudio las importaciones ascendieron a US \$273,2.

Gráfico 14: Exportaciones e importaciones de Industria Creativa en El Salvador, periodo 2009 - 2017.

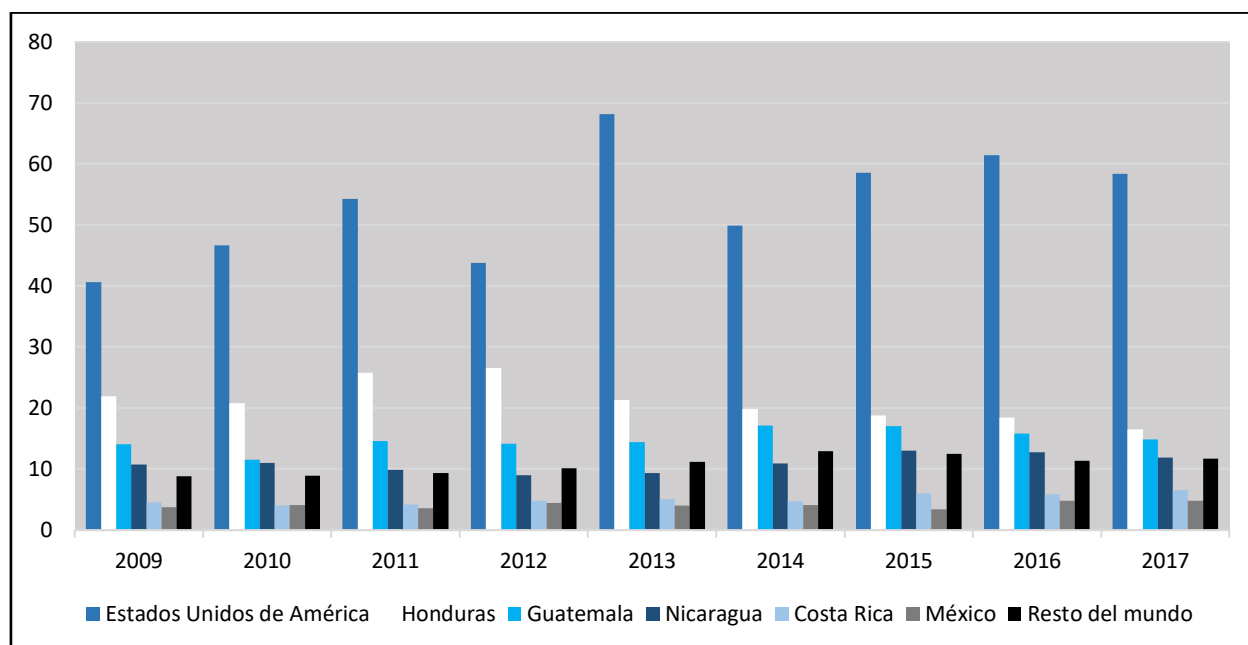


Fuente: Elaboración propia, en base a datos de TradeMap.

Para el periodo de estudio (2009 – 2017) en términos de saldo comercial, la IC salvadoreña mantuvo un déficit comercial para todo el periodo, siendo el año 2012 en el que la brecha comercial fue más alta. Ese año, las importaciones ascendieron a US \$309,9 millones, en contraste con las exportaciones que fueron solamente de US \$112,7 millones, siendo el déficit comercial del país de US \$197,2 millones, superando a la exportación.

Estados Unidos es el principal país demandante de la IC salvadoreña, para el año 2009 importó US \$40,6 millones en estos rubros, para el año 2013 la cifra ascendió a US \$68,2 millones, y para el año 2017 descendió a US \$58,4 millones.

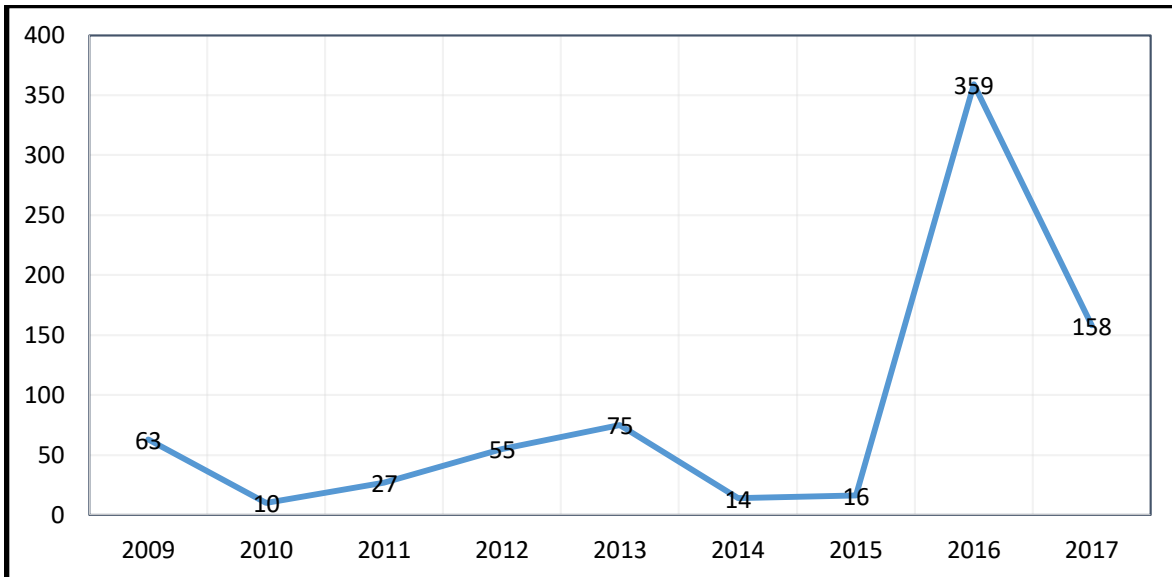
Gráfico 15: Composición de las exportaciones de la Industria Creativa por país de destino, El Salvador, periodo 2009 - 2017.



Fuente: Elaboración propia, en base a datos de TradeMap.

La metodología empleada incluye una serie de bienes y servicios ajenos a los del núcleo de esta investigación, en tal sentido, es más acertado hablar en los términos de código arancelario 11, en el cual se detalla los servicios personales, culturales y creativos exportados.

Gráfico 16: Exportación de Servicios Personales, Culturales y Creativos de El Salvador, al resto del Mundo, periodo 2009-2017 (En miles de US \$).



Fuente: Elaboración propia en base a datos de TradeMap.

Para el 2009 que es el primer año en que, el rubro tiene datos, las exportaciones fueron de US \$63,000, y para el 2016 las exportaciones tuvieron un aumento significativo de US \$359,000.

2.4 La Política Pública en apoyo a la Industria Creativa

Como medida de política pública el Gobierno de El Salvador a través de la Dirección de Innovación y Calidad del Ministerio de Economía se planteó la diversificación productiva, lo cual implicó deliberadamente el apoyo a proyectos de animación, videojuegos y audiovisuales, ello a través de los programas PIXELS TRADICIONAL, PIXELS PRO y PIXELS CAPS cuyo objetivo es el de impulsar “el desarrollo de las industrias creativas en El Salvador” (DICA, 2016).

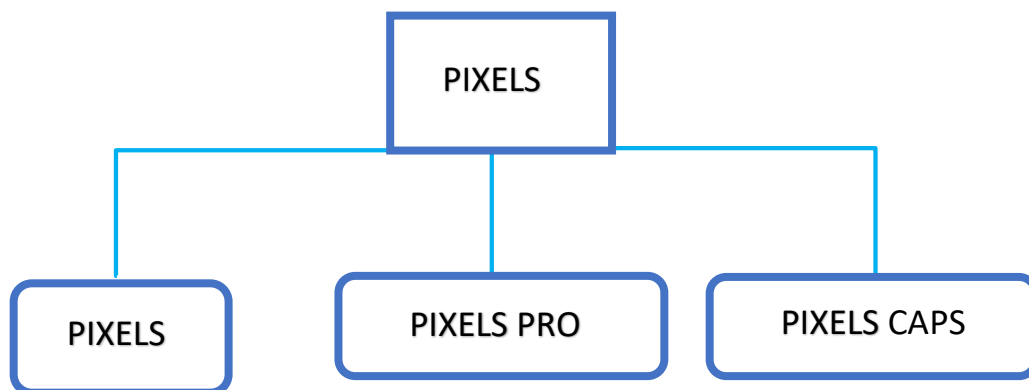
PIXELS surge como un catalizador en la creación, impulso y desarrollo de las IC en el país, esperando que para los próximos años la industria se convierta en un polo de desarrollo y que contribuya a la diversificación de la estructura productiva nacional y ello conlleve a la dinamización de la economía. La DICA considera a PIXELS como “un instrumento creado

con el objetivo de crear un ambiente fértil para las nuevas generaciones y una industria cada vez más inclusiva y con mucha tecnología”.

La introducción del programa es justificada con acontecimientos internacionales que incluyen el desarrollo de las industrias intensivas en conocimiento, creatividad y las tecnologías de la información y telecomunicaciones. Al respecto, se analiza que “De acuerdo al informe Mundial de la Industria del Diseño, Edición y Publicación de Software de Estados Unidos,[...] la industria del software de animación crecerá en un promedio de 3.6% anual hasta el 2017” (DICA, 2010) y se plantea que la animación digital generó más de 25 mil millones de dólares anuales en los últimos años (DICA, 2012).

El impulso está enfocado a la IC, pero como se planteaba en otro apartado, PIXELS al igual que esta investigación incursionan en la parte de la industria que está relacionada a la cuarta Revolución Industrial y a la fase actual del sistema económico. El Ministerio de Economía lo deja claro al establecer el contexto internacional y al introducir el análisis de la economía global.

Ilustración 7: Categorías PIXELS



Fuente: Elaboración propia.

De los programas dirigidos a la innovación productiva por parte del GOES (como INOVATICS, NOVUS entre otros) PIXELS es exclusivo para las IC y como puede observarse se ha centrado en crear condiciones de incubación para habilidades técnicas y empresariales que sirvan para el nacimiento y fortalecimiento de dichas industrias.

PIXELS TRADICIONAL por su parte es un incentivo a incursionar dentro de las industrias de animación y videojuegos, PIXELS CAPS está orientado a la incorporación de jóvenes mediante el aprendizaje y PIXELS PRO es un incentivo más concreto para la producción creativa en El Salvador.

2.4.1 PIXELS tradicional

PIXELS TRADICIONAL es el programa pionero que estaba basado en identificar al sector creativo y tecnológico en El Salvador, el programa implicaba premios simbólicos y las bases de participación no están sujetas a procesos demasiado formales (como el de tener una empresa legalmente constituida, etc.)

A partir del 2009, PIXELS TRADICIONAL se ha ejecutado como estrategia para la constitución de emprendimientos, generación de empleos y vinculaciones comerciales con el exterior. Desde la fecha de lanzamiento hasta el 2017 ha habido 250 participaciones, y 60 proyectos ganadores.

Cuadro 11: Proyectos participantes y ganadores de PIXELS TRADICIONAL, periodo 2009 – 2017.

Categoría Tradicional	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Proyectos Ganadores	5	5	5	5	5	6	10	8	11
Proyectos Participantes	39	48	29	16	29	18	24	36	11

Fuente: DICA, 2018.

Mediante este programa se localizaron emprendimientos para su posterior formalización en empresas legalmente constituidas y con potencial para la construcción de bienes transables internacionalmente.

2.4.2 PIXELS Pro

Es hasta el 2012 que en la misma vía estratégica se lanza el Programa PIXELS PRO, no obstante, los objetivos son más concretos, se enfocan en la creación formal de nuevas empresas, fomentar la vinculación de la Cadena de Valor en las IC, apoyar el desarrollo de prototipos comerciales de animación digital, audiovisuales y videojuegos.

Este programa incluye la inyección de capital inicial a proyectos inéditos y originales de cortometraje, videojuegos, animación 2D y animación 3D en formato digital que tengan potencial de ser canalizados en el mercado internacional.

De esa manera el MINEC se plantea la creación formal de empleos, la vinculación de la Cadena de Valor de la incipiente IC y la formación de un clúster en el campo de animación digital, bajo la idea de que el mercado internacional está siendo fuertemente influenciado por estas industrias y que la producción dentro de ellas es de alto valor agregado, además, para el MINEC y la DICA representa un cambio generacional en el tejido productivo de El Salvador.

Por su parte, la categoría PIXELS PRO incluye como beneficios montos no reembolsables de hasta US\$50,000 para los ganadores de las distintas categorías.

Cuadro 12: Proyectos participantes ganadores de PIXELS PRO, periodo 2012- 2017.

Año	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Total
N° de Beneficiarios directos	3	8	15	23	14	8	71
N° de empresas creadas	1	1	6	21	12	7	48
N° de empleos generados	56	123	589	792	280		1840
N° de proyectos ganadores animación	3	5	7	10	5	3	33
N° de proyectos ganadores videojuegos		3	3	5	3	2	16
N° de proyectos ganadores audiovisuales			5	8	6	3	22
Monto otorgado o invertido	\$90,000	\$240,000	\$500,000	\$1,575,000	\$890,000	\$460,000	\$3,755,000

Fuente: DICA, 2018.

2.4.3 PIXELS Caps

En el 2015 surge una nueva categoría de PIXELS, denominada PIXELS CAPS la cual se centra en la formación de jóvenes de la población económicamente activa (Entre 16 y 25 años) para generar capacidades técnicas en el área de videojuegos y animación, las competencias se adquieren mediante módulos en temáticas orientadas a la IC que según el Ministerio de Economía son “altamente inclusivas, generadoras de empresas de alto valor agregado y por consiguiente capaces de desarrollar oportunidades laborales para la juventud salvadoreña”.

Para el 2017 las ediciones realizadas en el área de animación han sido 3 y para el área de videojuegos 1, en las cuales han aprobado un total de 128 estudiantes y se han realizado 13 videojuegos.

Cuadro 13: Nivel de participación y resultados en PIXELS CAPS.

Ítem	Pixels Caps Animación	Pixels Caps Videojuegos	Total
N° de ediciones realizadas	3	1	4
N° de estudiantes aprobados	65	63	128
N° de formadores capacitados	10	3	13
N° de pasantías realizadas	17	22	39
N° de productos finales realizados		13	13

Fuente: DICA, 2018.

En el corto plazo, no todos los aportes de estos programas son cuantificables en un sentido monetario, no obstante, los aportes de inversión canalizados a los emprendimientos participantes sí pueden ser visualizados en el caso de PIXELS PRO lo cual se refleja en el siguiente cuadro para el periodo 2014-2017. Para esos años el monto desembolsable en premios fue de US \$500,703.60.

Cuadro 14: : Empresas ganadoras en PIXELS PRO y montos de cofinanciamiento, periodo 2014 - 2017.

Año	Empresas participantes que resultaron ganadoras:	Cofinanciamiento (US\$)
2014	Trípode Audiovisual S.A. de C.V.	50,000.00
2015	Moom S.A. de C.V.	75,000.60
	Trípode Audiovisual S.A. de C.V.	80,703.00
2016	Capitán Cartoon Studio	55,000.00
	Vosvenivé	55,000.00
	Holón Films, S.A. de C.V.	75,000.00
	Infinite Software, S.A. de C.V.	55,000.00
2017	CINE DE PLANO S.A. de C.V.	55,000.00

Fuente: Elaboración propia en base a datos de DICA del MINEC obtenidos mediante ley de acceso a la información.

“Desde 2012 hasta hoy, el Ministerio ha invertido US \$4,045,000 para desarrollar 77 proyectos de animación, videojuegos y audiovisuales. Los Proyectos Pro, que han resultado ganadores en los últimos cinco años, han generado más de 2,029 empleos y creado 46 empresas dedicadas a las Industrias Creativas” (DICA, 2018).

2.5 Evaluación del Premio PIXELS desde los participantes

Hasta el momento se ha manifestado la versión oficial de PIXELS EL SALVADOR, no obstante, se ha incurrido en identificar algunos elementos importantes en el desarrollo del programa, tales elementos son encontrados desde la participación de los concursantes en PIXELS.

PIXELS es una ventana de oportunidad para las personas que van iniciando, es un programa incentivo para los emprendimientos que incursionan en la producción de las IC porque implica una inyección de capital inicial que bien puede usarse para obtener el equipo necesario en la producción y para ejecutar proyectos de animación, videojuegos, etc.

Carlos Martínez de Stonebot Studio plantea que PIXELS “ha sido un programa que definitivamente no solo incentivó a un sector que estaba lejos de nacer, ahorita podemos decir

que es un sector que está naciendo en el país, y en nuestro caso nos aceleró porque tuvimos recursos para dedicarnos a esto al 100%” (C. Martínez, Entrevista Personal, 2018).

2.5.1 Trascendencia de los fondos PIXELS en los proyectos participantes.

PIXELS PRO incluye para los ganadores el otorgamiento de fondos no reembolsables de hasta US \$50,000 para desarrollar producción creativa, al respecto, Rodrigo Flamenco plantea que “con ese dinero podés crear una muy buena base, o sea, por ejemplo, una parte de PIXELS es la contra partida, dependiendo de la edición son entre US \$1,500 y US \$6,000 que podés gastar solamente en equipo, o sea podés renovar todas tus computadoras, nosotros por ejemplo, Mundo tiene su computadora monstruo por esa contrapartida, Mónica tiene su computadora monstruo por esa partida, logramos comprar la Cintiq por esa contrapartida, sea como sea, es una gran ayuda” (Flamenco, 2018).

El presupuesto para la ejecución de un proyecto creativo puede ser diverso dependiendo cuales sean las ambiciones y el tipo de proyecto (si se desea realizar un juego completo, la demo de un juego, una animación de 30 segundos o si se desea hacer una película, inclusive). José Bidegain expresa que “un juego bien hecho no te va a bajar de US \$50,000, que es lo que da PIXELS” (Bidegain , 2018).

La participación en PIXELS puede incluir la compra de herramientas como computadoras, tablets (Cintiq, por ejemplo), viajes a eventos internacionales y marketing, lo anterior implica que solo una parte de los fondos otorgados por PIXELS son utilizados en la ejecución del proyecto. En ese sentido Sergio Aris de The Domaginarium manifiesta que “en PIXELS son US \$55,000 pero de desarrollo solo quedan como US \$30,000 o US \$25,000 porque después uno debe de sumar que por bases uno debe de gastar unos US\$25,000 en viajes, en marketing y cosas así. Que tenías que gastar una cantidad específica en eso, entonces cuando empezamos a sumar, para desarrollo solo queda la mitad” (Aris, 2018).

En esa medida PIXELS ha funcionado como catalizador de la IC, permitiendo un avance más rápido en los emprendimientos que han participado en el programa, de hecho, para algunos participantes los fondos PIXELS fueron la primera entrada de capital que tuvieron³⁴.

2.5.2 Del emprendimiento a la formalización.

El Ministerio de Economía concebía a PIXELS como la punta de lanza para el surgimiento de la IC en El Salvador y uno de sus objetivos en PIXELS PRO es la formalización de los emprendimientos del sector en empresas legalmente constituidas, para ello en las bases del programa se incitaba a llevar a cabo el proceso de formación de empresas registradas, es de esta forma que varios de los proyectos tenían agendado llevar a cabo dicho registro. Por ejemplo, Rodrigo Flamenco de Frame Freak Studio expresa que “ese momento en que ya todos nos estaban haciendo presión para formalizar la empresa ya había pasado un año exacto, verdad, entonces ya dijimos, “ni modo démosle” y ya decidimos armar la empresa. Pero inicialmente fue la empresa de El Salvador, fue la que nos obligó a hacer PIXELS” (Flamenco, 2018).

En el caso de Stonebot Studio cuyo rubro es la animación y la creación de videojuegos, la unificación de los que integran la razón social fue llevada a cabo durante un proyecto en PIXELS, en ese entonces tomaron la decisión de trabajar en conjunto y formalizar el emprendimiento denominado Stonebot Studio.

De alguna manera PIXEL ha canalizado esfuerzos e ideas en la academia para incursionar en proyectos perfectamente adaptables al programa, convirtiendo dichos proyectos en videojuegos, cortometraje, animación con valor de mercado o potencial de valor de mercado.

A la fecha se han creado 46 nuevas empresas dedicadas a la IC.

³⁴ Carlos Martínez de Stonebot Studio: “en PIXELS PRO de 2012 [...] salimos ganadores y en ese momento decidimos que ese capital que estábamos recibiendo de PIXELS PRO nos estaba sirviendo para empezar a existir ya como un grupo formal.” (C. Martínez, Entrevista Personal, 2018).

2.5.3 La dificultad burocrática en PIXELS

Uno de los elementos no considerados en la versión oficial de PIXELS es una serie de pasos tratados en las bases del programa, se recurre a procesos burocráticos que se limitan a lo administrativo dentro de PIXELS, según participantes eso conlleva un esfuerzo que distrae del desarrollo del proyecto.

José Bidegain de ArtCode revela que hay “mucha burocracia, todo el papeleo, el proceso que se hace, no es como el día a día en la industria en la realidad y eso bloquea el proceso creativo y varias cosas de todo el equipo, lo hacía más lento. Hay muchos bloqueos creativos por tanto papeleo, documentación, recibos, hacía muy tedioso todo” (J. Bidegain, Entrevista Personal, 2018). En ese sentido, Bidegain recomienda “que mejoren sus procesos, que entiendan los procesos de la creación de contenido creativo, que sean menos rigurosos en la forma que entregan el dinero y la forma que te limitan como utilizar el dinero” (Bidegain, 2018).

Respectivamente, Sergio Aris, aporta que “si entendieran la industria sabrían que el proceso no debe ser tan engorroso, y hacernos perder el tiempo, en lugar de ponernos a hacer lo que en realidad tenemos que hacer. Se supone que la plaza de administrador para eso sirve, para hacer todo eso, pero el administrador puede que haga el reporte, pero cuando le devuelvan el reporte, el administrador debe ir donde el programador y este deja de trabajar para explicar cada cosa que se ha hecho, entonces la plaza de administrador se vuelve simplemente un transcriptor de lo que explica el programador.”

En este sentido existe una discrepancia entre los procesos de producción de bienes creativos y las reglas del juego impuestas por PIXELS para permitirse el incentivo fiscal. Por un lado, el Ministerio de Economía busca un control dentro del programa y se somete a las instituciones jurídicas vigentes de la República de El Salvador y a las condiciones de los organismos que cooperan en el programa, por otro lado, los emprendimientos participantes se basan en una lógica de producción global en la que dichos procesos bien pueden ser simplificados.

Rodrigo Flamenco revela que “PIXELS no es perfecto [...] allí hay cosas que te piden que no tienen nada que ver con IC, no tiene nada que ver con animación, o sea son prácticamente

cosas que te piden que quitan el tiempo y el recurso, esa es mi crítica con ellos, pero ya está de ley y tenes que hacerlo sí o sí verdad, tenes que hacer un montón de reportes y burocracia que personalmente me matan y a Mundo también verdad [...] y de vuelta no son tan malos ellos, son los procesos que no son culpa de ellos ya es algo más grande montado desde la constitución, desde la corte de cuentas, desde el ministerio de economía, lo que ellos le ponen a FONDEPRO, a la DICA, no es ni siquiera culpa de la gente con la que estas lidiando y la gente con la que lidias son buenas personas” (Flamenco, 2018).

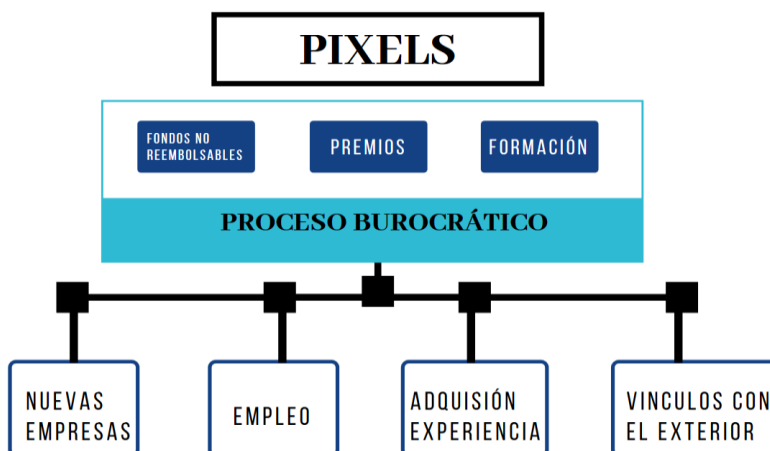
En ese sentido, Merlin Barrera viceministra de Comercio e Industria plantea que con PIXELS “no queremos llenarnos de cumplimientos o requisitos sino potenciar una industria”. (Factum, 2016). Unos de los planteamientos del Ministerio de Economía es que PIXELS germine la IC en El Salvador y que los resultados puedan ser cuantificados en 3 sentidos:

- Creación de nuevas empresas en la Industria.
- Empleos y autoempleo para la Juventud salvadoreña.
- Vínculos comerciales con el exterior.

La aspiración es que el programa posiciones a la IC salvadoreña como proveedoras de bienes y servicios creativos de Latinoamérica, dichos objetivos esperan cumplirse para el año 2030. Tomando en cuenta que el programa tiene su génesis en el 2009, PIXELS es una medida de política pública pensada para al menos dos décadas.

Merlin Barrera en entrevista para FACTUM confirma dichas aspiraciones de la siguiente manera: “Nuestra apuesta está clara a una visión 2030. Nuestra visión es que para esa fecha vamos a ser uno de los tres países que provee estos productos para Latinoamérica. Creemos que el trabajo que estamos desarrollando va en la ruta correcta” (Factum, 2016).

Ilustración 8: Funcionamiento del Programa PIXELS.



Fuente:Elaboración propia, en base a entrevistas a participantes y versión oficial del programa por medio del MINEC.

PIXELS como programa se ha ejecutado en El Salvador obteniendo resultados en concordancia con sus objetivos, no obstante incurre en problemas institucionales que no permiten el óptimo uso de los recursos para el apoyo más integral que puedan aprovechar los emprendimientos creativos.

2.6 Casos de Emprendimientos de Industria Creativa en El Salvador

Para el desarrollo de los estudios de caso de esta investigación se consideró entrevistar a las empresas que habían surgido o acelerado su formalización y reconocimiento gracias al papel que desempeñaron en PIXELS. En el cuadro siguiente se puede observar una breve reseña de lo que significó el proceso metodológico seguido para obtener los hallazgos que se presentan en el presente documento.

Cuadro 15: Metodología de la Investigación.

Fecha de realización	Marzo – agosto 2018	
Metodología	Cualitativa sobre estudio de casos, a través de entrevistas semiestructuradas y análisis de contenidos de storytelling mediante ATLAS.ti	
Muestra	Selección de conveniencia de 6 empresas salvadoreñas representativas de los distintos subsectores de las Industrias de la Creatividad.	
Empresas	Sectores de Actividad	Entrevistado
Kadevjo Studios	Publicidad	Carlos Rivas
The Domaginarium	Videojuegos	Sergio Aris
Central American Software & Services	Software	Roland Despinoy
The StoneBot Studios	Videojuegos	Carlos Martínez
Frame Freak Studios	Animación	Rodrigo Flamenco
Art Code Studios	Animación	José Bidegain

Fuente: Elaboración propia.

A continuación se procede a detallar algunos de esos emprendimientos, sus incicios y las perspectivas que se tienen al respecto de la IC.

En opinión de Carlos Rivas de Kadevjo: “Fuimos de los primeros en iniciar con el desarrollo de Apps, así que tuvimos que culturizar al cliente, siempre sugerir una página web, eso sería lo principal, más que todo vender innovación, la gente no está preparada e innovar es caro, entonces es una inversión y no todas las marcas saben la importancia [...] Somos pocos y de los primeros en iniciar esto, entonces estamos abriendo brecha, brindando fuentes de empleo en una nueva línea de negocios que va en crecimiento, y que ya hay otras empresas que están haciendo lo mismo, abriéndose mercado, y pues la meta es poder exportar”(C. Rivas, 2018).

En relación a las empresas creadas entre 2009 y 2017, han sido empresas que incursionan en el área de animación digital, en la creación de videojuegos y la de audiovisuales, pero también

en el caso de ArtCode es una empresa que se dedica a la formación de capacidades de programación para videojuegos y muchos de los que han estudiado en ArtCode posteriormente han contribuido al desarrollo de videojuegos en otras emprendimientos. Para el caso de esas industrias son necesarias cualidades de programación, pero también son igual de necesarias capacidades en música para la incorporación de soundtracks en las animaciones o videojuegos, además de la base técnica, también es importante incorporar capacidades en negocio que potencialicen la posibilidad de que los bienes y servicios creados de ser comerciables y objetos de beneficios para los que los emprendimientos puedan mantenerse en el mediano y largo plazo.

Entre los aspectos a destacar es que para la IC el sistema educativo no genera la capacidades y competencias necesarias a utilizar para de la producción de estas. En este sentido, ArtCode tiene el concepto de ser una “escuela” para la formación de talento que quieran incursionar en las industrias de videojuegos y animación. José Bidegain expresa que para la formación de su empresa “fue relativamente rápido y sencillo, hicimos el tradicional modelo de Canvas para estructurar la empresa, y luego nos asociamos tres personas y yo. Comenzamos en abril de 2013 [...] Lo primero que quisimos hacer fue comenzar con un estudio, pero no había gente con quien trabajar, entonces, iniciamos el tema de capacitar personas para generar mano de obra, y así comenzamos, con la intención eventualmente de entrar a hacer esos productos con personas que capacitáramos después de algunos años” (Bidegain, 2018).

Por otro lado, hay emprendimientos que han surgido desde la academia, en la cual un proyecto de graduación ha incentivado la creatividad para la formulación de un juego, primeramente físico y debido al éxito se crea la versión digital del mismo., Este es el caso de Kadejvo, del cual Carlos Rivas cuenta la experiencia de la siguiente manera: “iniciamos con un parcial de la Universidad, un juego de mesa que se llama Guanapolio, era la versión física, de allí hicimos una fanpage, la aceptación fue muy grande, se vendieron en todas las comunidades de nosotros, luego fuimos haciendo producciones más grandes, ya nos habían puesto el ojo los medios de comunicación y así íbamos haciendo más bulla; el juego físico pegó bastante, luego llegó el joven (mi socio actual), me dijo que podíamos hacer del juego una aplicación” (Rivas, 2018).

En esa misma línea, Klan Studio surge de la iniciativa de estudiantes, Carlos Martínez nos ilustra: “Bueno primero existió Klan, fuimos estudiantes los que la fundamos y decidimos

simplemente unirnos para empezar a hacer esto, desde la fundación tuvimos como las ganas o la idea que íbamos a hacer algo relacionado a la animación y finalmente nuestra razón social se llama Klan Animation S.A. de C.V. Y en el momento en que fundamos hace bastante, todavía era un boom los sitios web animados, así que la primera apertura que tuvimos por ese lado fue el de sitios web animados. Y después ya siendo Klan empezamos a colaborar y a coproducir un par de proyectos animados con una empresa que se llama Pixels entertainment, eso fue allá por el 2008 en que empezamos a coproducir esas películas, para el 2012, te voy a hacer un poco el resumen, me voy a saltar como la imagen, teníamos un proyecto, “In House”. Era un proyecto para hacer de manera accesible, cualquier persona lo pudiera administrar, y digamos que el esfuerzo de promoción cuando hicimos ese proyecto, estuvimos conectando con un montón de gente y así fue como conocemos a otras personas que también están haciendo el esfuerzo en las IC, entonces allí mediados del 2012 creo, quizá un poquito más, más para por agosto quizá de 2012, decidimos comenzar una coproducción para, una de esas otra vez para Pixels entertainment” (Carlos Martínez, entrevista personal, 2018).

Por otra parte, The Domaginarium se dedica a la creación de videojuegos. Hasta el momento se ha visto en la creación de diversos juegos o demos de juegos como: The Dreamlands, Enola, Daena The Best Slayer, The Nightmare From Beyond, ente otros. Sobre la creación de The domaginarium Sergio Aris expone que empezó a meterse “un poco en eso de la animación, pero que luego tras el apoyo de un amigo que a incitó ver cosas de videojuegos” (S. Aris, Entrevista Personal, 2018). Aris agrega que de allí que “nos empezó como a dirigir como a explorar el diversos motores de desarrollo de videojuegos: “entonces con eso fue lo que yo empecé, y me metía hacer juegos 3D por el mismo cumulo de conocimiento que ya tenía. Dije: Yo ya sé Maya, ya sé algo de animación 3D, ya sé video, que no se usa en juego, pero si se usa el 3d y la animación, entonces me voy a meter a hacer juegos 3D, y básicamente así fue como inicié, entonces, si soy uno de los que tienen más tiempo de estar metido en este rollo, y he estado tanto como en el lado de tener éxitos monetarios, no hacerme millonario, pero si tener ingresos” (Aris, 2018).

La creación de empresas creativas puede verse envuelta en aspectos de legales del país, aspectos que tienen que ver con la imagen del país que poco aportan a la credibilidad del que pueda tener una empresa salvadoreña en el extranjero, en relación a eso, uno de los

empresarios que opera en El Salvador decidió crear una empresa registrada en los Estados Unidos de Norteamérica con el fin de tener acceso a una gran cantidad de ventajas que presentan las empresas estadounidenses frente a las empresas salvadoreñas. Ese es el caso de FrameFreak Studio que según Rodrigo Famenco son “una corporación tipo C en Delaware, bueno el mismo tipo de empresa es google, Facebook, cosas así, legalmente e impuestos es un poco más complicado verdad, pero nos valió la pena por abrir las puertas a favor de utilizar Paypal libremente, Stripe libremente a usar otras herramientas de contabilidad, para enviar E-mails y que la gente pueda pagar en línea, usar Kickstarter³⁵ libremente y otro montón de plataformas”.

Los emprendedores creativos perciben la IC como cambiante, y que dichos cambios van en concordancia a las tendencias mundiales, para ellos la industria es multidisciplinaria en el sentido que se combinan cualidades de informáticas, de diseño, arte, empresariales, etc. También es una industria internacional porque se crean relaciones entre empresas de distintos países a través de plataformas en internet, además comentan que la industria permite la incorporación de nuevas ideas creativas.

Para José Bidegain la IC “es una industria muy interesante que tiene mucho potencial, y creo que lo mejor de esta industria es lo multidisciplinaria que es y las habilidades que te ayuda a desarrollar, la programación para videojuegos, web, etc”. (Bidegain, 2018).

Para Carlos Martínez al referirse a la industria de animación expresa que “esto apenas está naciendo y que todavía estamos lejos de llamarlas industrias, al menos en esas dos categorías, qué significa para nosotros dedicarnos a esto es, creo que ha significado una gran oportunidad y un gran reto y es porque al menos para animación y videojuegos” (C. Martínez, 2018).

Desde esta perspectiva, la IC ha nacido prácticamente con el surgimiento de las empresas antes expuestas, son esas empresas las que están dando vida a la producción downstream de la IC en El Salvador, por lo que se propone en esta investigación que es este el inicio de la IC en el país.

³⁵ Es un sitio web de micromecenazgo para proyectos creativos. Mediante Kickstarter se ha financiado una amplia gama de esfuerzos, que van desde películas independientes, música y cómics a periodismo, videojuegos.

2.7 Barreras en la Industria Creativa

Al referirse a las barreras de la IC, a priori algunas barreras típicas esperables son las barreras de capital para inversión inicial, barreras al comercio exterior como las arancelarias o permisos para operar. En el campo tecnológico se pueden esperar la falta de herramientas sofisticadas, como un superordenador al cual sólo laboratorios especializados que economías avanzadas poseen, o licencias de software empresarial. La incipiente IC downstream de El Salvador, a pesar de, relacionarse con aspectos de investigación y de desarrollo tecnológico, no enfrenta totalmente este tipo de barreras.

Cuando se analiza las circunstancias en que surgen los negocios de la IC downstream, varios de los planteamientos manifiestan que las barreras no tienen que ver con problemas de capital, en ninguna de las formas capital dinero o medios de producción, puesto que no requieren de tecnologías tan sofisticadas como para poder desarrollar videojuegos o animaciones, más cuando la industria permite que los motores sean gratuitos.

Por otra parte, una de las maneras en que se puede limitar las exportaciones es a través de aranceles establecidos, no obstante, muchos de los servicios creativos escapan de ser sujetos a tasas impositivas por los gobiernos, de hecho, se carece en El Salvador de código arancelario para los servicios tecnológicos. Y debido a la infraestructura de telecomunicaciones, si bien incipiente en el país, es suficiente para permitir un grado de “deslocalización” productiva para las empresas de esta industria, que permite domiciliarse como subcontratistas en el extranjero.

A posteriori, las barreras a la IC de El Salvador se proyectan en los siguientes aspectos:

- Barrera cultural
- Barrera conocimiento
- Barrera institucional de las empresas.
- Barrera de pago y flujo de dinero entre países

Las barreras culturas tienen que ver con el poco entendimiento sobre la posibilidad de generar valor a través de servicios que en su estado de consumo son catalogados como servicios para recreación y ocio. En el tema de formación la programación de videojuegos puede equipararse con estudiar un técnico en automotriz, pero que las perspectivas de muchos

salvadoreños se alejan de concebirlo como producción de valor. En opinión de José Bidegain para la comprensión de las industrias se ha tenido que “primero evangelizar a la gente, de que el tema de desarrollo de videojuegos tiene futuro, que lo más difícil es tratar de convencer a los papás de que paguen ese tipo de capacitaciones, porque no lo comprenden y lo ven como un tema tabú, siempre han visto el tema de los videojuegos como un tema tabú. Siempre se ha visto los videojuegos como algo de ocio o pérdida de tiempo. Ese ha sido quizá el principal problema” (Bidegain, 2018).

Siempre en el tema de barreras culturales, varios de los empresarios salvadoreños desestiman que la publicidad puede potencializarse mediante animación, creación de páginas web y contenido multimedia integrados a una estrategia de marketing digital, aspectos que son altamente valorados en el exterior. Ello representa otra de las barreras porque al desestimar servicios de la industria condicionan que la demanda sea escasa a nivel nacional. Kadevjo es uno de los casos de estudio que presta servicios en su mayoría a empresas nacionales, empero, uno de los fundadores de Cadevjo expresa lo siguiente: “Fuimos de los primeros en iniciar con el desarrollo de Apps, así que tuvimos que culturizar al cliente, siempre sugerir una página web, eso sería lo principal, más que todo vender innovación, la gente no está preparada e innovar es caro, entonces es una inversión y no todas las marcas saben la importancia” (Bidegain, 2018).

El capitalismo cognitivo se caracteriza porque el conocimiento pasa a jugar el papel de principal factor productivo en las economías. Sin embargo, una de las barreras que se tiene en la IC salvadoreña es la de la capacidad nacional de promover y reproducir el conocimiento a nivel colectivo, institucional-organizacional e individual. Concretamente para el caso de las IC se trata de un conocimiento de la manipulación de las herramientas de software a utilizar para que los proyectos creativos pasen a codificarse en lenguaje de computadoras y conseguir su posterior distribución. Es decir, transformar el conocimiento en mercancías que constituyan fuente de valor para la economía del país.

Al respecto Sergio Aris comentaba lo siguiente: “he llegado a un punto en el que puedo decir: Vaya, he aprendido suficiente, me puedo quedar con esta cantidad de conocimiento, ya me sirve para hacer ciertos tipos de juegos que son en los que me estoy enfocando ahorita, pero que en un principio, podía Maya, modelado 3D, texturizado, pero de programación nada, diseño de interfaces nada, entonces son conocimientos técnicos que he ido adquiriendo a lo

largo, iba avanzando, además que, por un lado, no tenía ni el dinero para poder irme a estudiar, y tampoco había nadie aquí de quien aprender, no habían escuelas como Artcode, que surgieron tres o cuatro años después de que yo estuviera metido en este rollo” (Aris, 2018). Aris, también manifiesta que “La principal barrera interna es [...] la falta de conocimiento, tanto del área, como del negocio, cómo promocionar juegos”.

Esto refleja una doble dimensión: por un lado, el hecho de que las competencias curriculares que se aprenden en la escuela y la universidad no constituyen una puerta de entrada a la IC, pero, por otro lado, significa también que como sociedad no existe una capacidad organizacional de incentivar el trabajo creativo y crear espacios de promoción al emprendimiento cognitivo. Ello implicaría, en el sentido global de la economía, la incapacidad de competir sobre una base de conocimiento y de sostener esa capacidad a un nivel sistémico que refuerce el proceso de innovación.

Por otra parte, es menester aclarar que la discusión de la industria se centra en la lógica de mercado y que la creación de valor se corresponde a la generación de beneficios económicos monetarios y para proceder a ellos es indispensable entrar en materia de negociación, ventas y publicidad. Estos son temas que son propios de las ciencias económicas, y en particular son material de estudio en carreras como la contabilidad, administración de empresas y mercadeo, y que por consiguiente para el desarrollo de la IC el conocimiento en las ciencias económicas es complementario al conocimiento técnico de creación de los bienes de la industria. Al respecto de los conocimientos de negocio, se han expresado dificultades que de alguna forma representaron una barrera para la generación de valor en la industria. A su vez, existen competencias como las de idioma y aspectos de derecho, las cuales, su deficiencia representan una barrera de conocimiento.

Esto refleja la dimensión del proceso del emprendedurismo que complementa al creativo, sin embargo, encaja con una lógica de oferta determinada de capacidades y competencias que responden a ambientes intensamente competitivos y creativos. En el caso de El Salvador, la filosofía emprendedora se ha estado buscando implementar a partir de la crisis del modelo terciario maquilero; sin embargo, su desarrollo ha estado más impulsado por una política social que productiva.

Carlos Martínez ilustra al respecto: “Bueno, las barreras que tuvimos como Clan es que todos éramos desarrolladores y no tenemos la menor idea de nada ajeno al diseño, no teníamos nada de administración, no teníamos nada de contabilidad, nada de temas fiscales, nada de temas legales, aprender todo eso fue un, no te puedo decir gran impedimento, no es que sea imposible pero sí requiere entender que no estaban jugando y que había un montón de responsabilidades que se iban adquiriendo a medida iba avanzando esa aventura” (Martínez, 2018).

También Rodrigo Flamenco que se dedica a la negociación en FrameFreak Studio concuerda con lo anterior al referirse a las capacidades requeridas en un negocio de la industria: “Va otra barrera logística que podría ser sería el idioma, si no sabes inglés, si eres un equipo de trabajo creativo y todos solo saben español y nadie sabe inglés, pues hay que resolver eso, ya sea aprendiendo inglés o contratando, incluyendo a tu equipo de trabajo alguien que lo sepa muy bien verdad y que al mismo tiempo tenga sus habilidades de venta y de relaciones públicas por así decirlo porque esa es la persona que va a tener que poner la cara a la hora de las negociaciones entonces allí tienes una barrera también, el idioma, entonces, otras de las cosas, pero fuera de eso, realmente o sea ,considero que no hay ninguna barrera logística.

Las Barreras Institucionales con las que se enfrentan las empresas constituidas en El Salvador tienen que ver con la dificultad para ser legalmente constituida, si se compara con la agilidad de creación de una empresa en Estados Unidos, o la dificultad que tienen las empresas salvadoreñas para transferir pagos desde el extranjero, o, por ejemplo, los pagos impositivos en El Salvador son mensuales, lo que implica 12 pagos en un año, en Estados Unidos, por otra parte, el pago de impuestos es un trámite al año.

En base a ello, Rodrigo Flamenco nos ilustra sobre la decisión de pasar de una empresa salvadoreña a una empresa constituida en Estados Unidos para superar dichas barreras institucionales: “... en El Salvador, o sea creo que lo menos que te sale para abrir una empresa son unos quinientos cincuenta dólares, seiscientos dólares para y eso si tienes ayuda, si tienes alguien que te ayude bien, bien para gastar lo menos posible, sino he conocido casos de personas que gastaron de dos mil, tres mil dólares para abrir una empresa como S.A. de C.V. dentro de El Salvador. Entonces en caso de abrir la empresa en Estados Unidos son quinientos dólares fijos [...] abrir una empresa en El Salvador te puede costar de quinientos cincuenta, seiscientos dólares si tienes suerte o sino mucho más, en Atlas puedes abrirla con quinientos

dólares fijos y te va a tomar menos de dos semanas cuando una empresa en El Salvador toma de uno a tres meses” (Flamenco, 2018).

Esto tiene relación con la fluidez de los sistemas de innovación, productivos y comerciales más maduros y consolidados como los de Estados Unidos, en los cuales los costos de transacción que miden el tiempo de apertura de negocios, cantidad de trámites, permisos, etc. implican costos que se suman a los costos de producción y que pueden hacer complicado el desenvolvimiento comercial a una firma y menos competitiva a una economía en su conjunto.

Y finalmente en relación a la facilidad para obtener transferencias del extranjero Rodrigo Flamenco expresa que: “se abrió una iniciativa llamada Atlas, de una empresa que es competencia de Paypal, la cual te permite abrir una empresa, registrar una empresa en Estados Unidos y con eso tener acceso a todos los métodos de pago en línea, así que inmediatamente nos metimos a eso” (Flamenco, 2018).

A la fecha, en El Salvador no existe una normativa que regule el proceso de flujo de divisas mediante procesos digitales, tales como las iniciativas de criptodivisas y pagos mediante tokens virtuales. En su lugar, existe una infraestructura financiera obsoleta que privilegia el pago mediante sistemas SWIFT de transferencia bancaria y traslado de dinero mediante intermediarios financieros.

En síntesis, las barreras se centran en elementos culturales, institucionales y barrera técnica de conocimiento. Las culturales tienen que ver con la concepción social de la industria que poco es valorada en un sentido económico, las institucionales tienen que ver con las reglas del juego a las que se somete la creación de las empresas, pago de impuestos y acceso a transferencias internacionales y las técnicas de conocimiento a las limitaciones en el manejo de software y a la capacidad de comerciar.

CAPÍTULO III: FUNCIONAMIENTO DE LA INDUSTRIA CRATIVA EN EL SALVADOR

3.1 Vinculación de la IC con el sector educativo

En la actualidad la IC salvadoreña goza del reconocimiento del Estado y forma parte de la agenda de políticas públicas en tanto se busca incentivar su desarrollo a través de programas y políticas como el premio PIXELS y el programa PIXELS CAPS, provenientes de dependencias del Ministerio de Economía, como la Dirección de Innovación y Calidad (DICA) y el Fondo de Desarrollo Productivo (FONDEPRO). En este sentido, se ha expresado por parte de las autoridades como un objetivo prioritario el desarrollo del sector para el 2030³⁶.

Así mismo, el alcance de esta novedosa industria en nuestro país ha sido retomado con gran entusiasmo, que diversos sectores, como el de educación superior, han realizado esfuerzos por incluir dentro de su oferta curricular algunas carreras ligadas a sectores de las IC como el diseño, desarrollo de software, aplicaciones y videojuegos

A la fecha no existe una medición de la contribución que hace esta industria naciente a la economía salvadoreña, ni del registro periódico de empresas que intervienen en ella, como de la creación de empleos directos e indirectos; sin embargo, es posible observar su presencia y cada vez mayor importancia en la medida de que todas esas iniciativas han logrado una mayor importancia dentro de la agenda de políticas públicas, del sector educativo y de las gremiales empresariales del sector de tecnología y comunicaciones.

Sin embargo, para empresarios como Carlos Martínez de Stonebot Studios, al referirse a la situación actual de algunos sectores de la IC menciona que “al menos en el caso de la

³⁶ Viceministra de Comercio e Industria, el MINEC ha fijado un objetivo para el año 2030, en el cual El Salvador logre “posicionarse como uno de los cinco mejores productores de contenido creativo a nivel latinoamericano” (Presidencia de la República de El Salvador, 2016).

animación esto apenas está naciendo y que todavía estamos lejos de llamarlas industria”, pero agrega que “debe de haber un esfuerzo paralelo, no creo que el único autor debe de ser la DICA, que haya intercambio entre los que ya han recorrido, y los que ya han recorrido pueden ser los que ya hemos ganado PIXELS, para que esto pueda ser industria tienen que involucrar muchos actores y hay una concepción equivocada de que hacer un videojuego o hacer una animación involucra solo artistas, cuando necesitas gente de mercadeo, gente de leyes, gente de administración, más allá que sólo los rubros artísticos. Creo que definitivamente el involucramiento de la academia no solo en el sector meramente informático sino en la colaboración que pueda haber con el sector privado, incluso lograr hacer la sinergia entre Estado, academia y sector privado sería lo más fabuloso que le pudiera suceder al nacimiento de estas dos industrias” (Martínez C. , 2018).

Cuadro 16: Carreras relacionadas a la Industria Creativa e incubadora de empresas por parte de universidades salvadoreñas.

Universidad	Carreras vinculadas a las IC	Incubadora de empresas
Universidad de El Salvador	Diseño Gráfico	No
Universidad José M. Delgado	Diseño Gráfico	No
Universidad Centroamericana	Diseño Gráfico	No
Universidad Francisco Gavidia	Ingeniería en Videojuegos Diseño de Modas Diseño Gráfico	Sí
Universidad Don Bosco	Diseño Gráfico	No

Fuente: Elaboración propia.

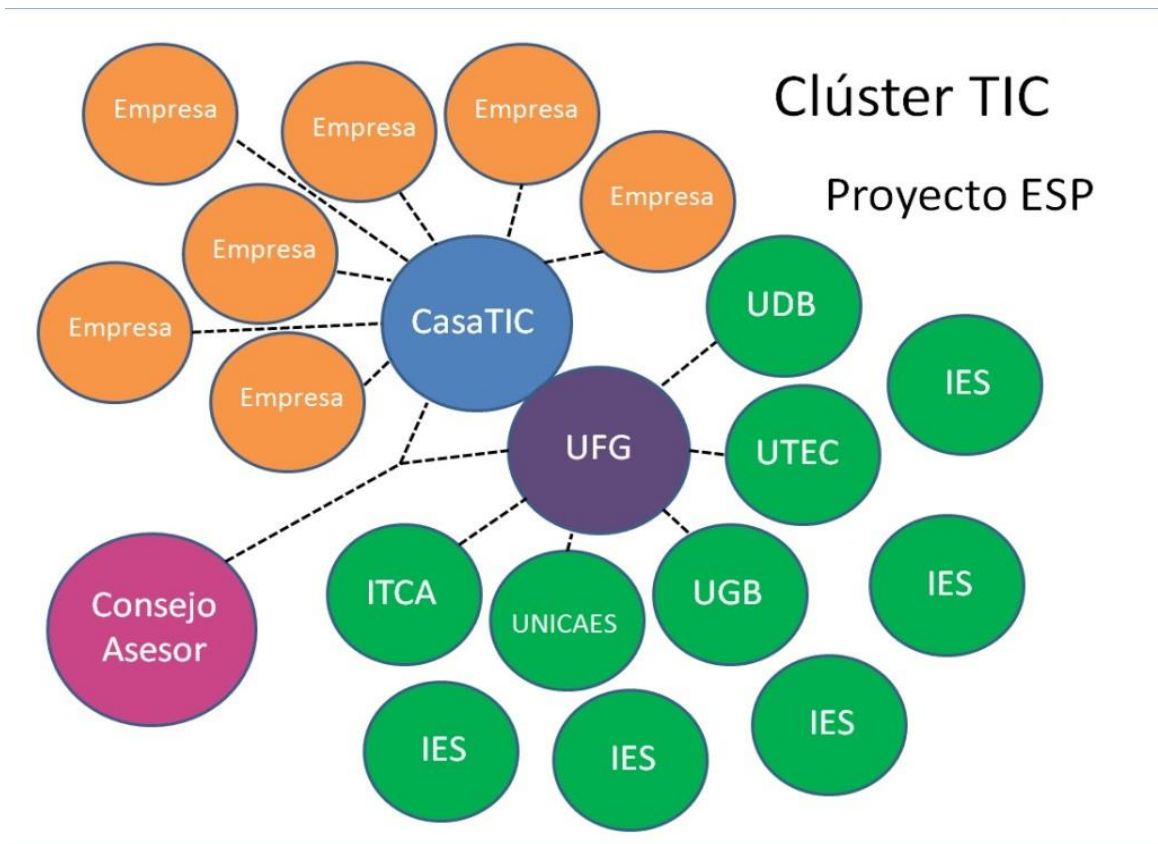
3.1.1 La experiencia del Clúster TICs en El Salvador

El perfil sectorial de las TICs de El Salvador en el 2015, menciona que una de las fases de Cadena de Valor de Tecnologías de Información que está afectando la competitividad del sector, y paralelamente, la productividad de otras industrias, es la falta de capital humano y recursos dedicados al área de Investigación y Desarrollo (I&D) para desarrollar soluciones tecnológicas en las diferentes actividades económicas. Las nuevas tecnologías como la computación en la nube, Internet de las Cosas y aplicaciones móviles deben reforzarse en cursos de avanzada y en proyectos de I&D impulsado por la demanda (RTI Internacional, 2015).

Actualmente, la sinergia entre un posible modelo de triple hélice entre el Estado, la empresa y la academia, que fomente el clima de innovación y los procesos creativos, está lejos de ser logrado según los empresarios entrevistados; pero existen proyectos que han tratado de fortalecer la vinculación entre la empresa privada y la academia, como el Cluster TIC. Este cluster, formado en el año 2015 tiene como enfoque mejorar la competitividad del sector de las TIC y que los recursos humanos que se formen en las universidades respondan a las necesidades del país para ser más competitivo a escala internacional (CASATIC, 2015).

Este proyecto, surge como iniciativa de la USAID a ser implementada por las IES en el país, representado principalmente por la Universidad Francisco Gavidia (UFG) como universidad ancla junto a otras cinco instituciones de educación superior y el sector empresarial del sector de TICs representado en la Cámara Salvadoreña de Tecnología e Información (CASATIC).

Ilustración 9: Clúster TIC



Fuente: La Prensa Gráfica, 2015.

El rol del Clúster TIC, en el fomento de las industrias tecnológicas hasta la fecha, ha seguido diversos proyectos estratégicos encaminados a fomentar la industria de las TICs en El Salvador, y teniendo en cuenta que las IC en los subsectores de animación y videojuegos están íntimamente relacionadas con estas tecnologías, también los proyectos impulsados afectan a esta industria. A continuación, se presentan las líneas estratégicas del Clúster TIC:

Ilustración 10: Línea Estratégica del Clúster TIC.



Fuente: La Prensa Gráfica, 2015.

En relación al área de desarrollo curricular, como primer esfuerzo, se conformó un Consejo Asesor de la Industria de las TICs en abril de 2015, con representantes del sector privado y las Instituciones de Educación Superior (IES), quienes ayudaron a la identificación de las necesidades de la industria, a través de un análisis de las barreras de la competitividad con base en entrevistas y encuestas. Una de las barreras identificadas es la falta de profesionales que cumplan con los requisitos del sector productivo. Empresarios han señalado la necesidad de especializar a los nuevos profesionales, tarea que actualmente el mismo sector profesional está conduciendo (USAID, 2016).

Uno de los proyectos más representativos de clúster TIC con la ayuda de la USAID, ha sido el avance obtenido en proyectos de desarrollo curricular, introduciendo tres nuevas carreras dentro de la oferta académica de las universidades que forman parte del Clúster; dichas carreras fueron presentadas en septiembre de 2017 y son Ingeniería en Desarrollo de Software impartida por la Universidad Católica de El Salvador y el ITCA- FEPADE, Ingeniería en Manejo y Gestión de Bases de Datos impartida por la Universidad Tecnológica y la

Universidad Gerardo Barrios, e Ingeniería en Desarrollo de videojuegos impartida por la Universidad Francisco Gavidía.

Estas nuevas carreras, que, junto a la Dirección de Educación Superior del Ministerio de Educación, presentó el Clúster TIC están disponibles en las instituciones de educación superior que lo conforman a partir del año 2018.

Paralelamente, el Clúster ha formulado otras líneas estratégicas para el desarrollo de la industria; como la promoción de la investigación y desarrollo en conjunto con las IES y la empresa, donde también se actualice y capacite a la planta docente de las instituciones educativas que se encargan de formar profesionales en el área de las tecnologías.

Una brecha I&D es la falta de infraestructura, laboratorios adecuados en las IES y modelos organizacionales para vincular las propuestas de investigación de las empresas con la agenda de las universidades. Otro factor relevante es desarrollar las aptitudes y actitudes idóneas para que los docentes lideren estas iniciativas y proyectos I&D. La transformación productiva del resto de sectores económicos se sustentará considerablemente en el componente tecnológico; por lo que se abre una amplia ventana de oportunidades para la formulación de proyectos I&D tanto transversales y enfocados a brindar soluciones tecnológicas sectoriales a la medida (RTI Internacional, 2015).

Además de ello, el Clúster plantea el desarrollo de mercados, donde se creen modelos de negocios que permitan a las empresas de este sector exportar productos y servicios de alto valor que puedan derivarse de ideas innovadoras y creativas (USAID, 2016); así mismo, la sostenibilidad del Clúster que deberá ser garantizada a través de mecanismos que permitan la integración y participación del gobierno, la empresa y la academia.

Sin embargo, por el momento, según Roland Despinoy presidente de CASATIC, la industria de animación y videojuegos es muy importante pero en cantidad de miembros empresarios agremiados en CASATIC son muy pocos, y considera que aunque es importante, la punta de lanza debe ser la industria de software más tradicional o exportación de servicios como están haciendo empresas como Aplaudus Studio, Creativa, Delus, Focus, pues esto tiene que crecer

más, y creciendo más, va a crear contexto económico que permita después a los jóvenes a acercarse a la industria de videojuegos, pero el mayor esfuerzo está en el software tradicional, y es el que yo en CASATIC le he dado prioridad (Despinoy, 2018).

3.1.2 La Experiencia de Germina, una incubadora de Start-Ups.

Germina es una incubadora de empresas asociada a la Universidad Francisco Gavidia. Una organización como esta se concibe como entidad promotora de emprendimientos innovadores, la cual se encarga de apoyar nuevos emprendimientos y ofrecerles todas las herramientas y conocimientos necesarios para que puedan crecer y consolidarse en el mercado de manera exitosa.

Estos apoyos van desde ofrecer asesorías, capacitaciones técnicas, conocimientos sobre administración, hasta ofrecer infraestructura, soporte gerencial e incluso financiamiento para sus proyectos.

La idea de crear una Incubadora en la Universidad Francisco Gavidia se originó en mayo de 2008, después de participar en un Taller de Conocimiento titulado “Emprender, Innovar e Incubar” organizado por el Programa Nacional de Competitividad del Ministerio de Economía. En dicho taller se presentaron expositores de países como México, Colombia y Uruguay donde se compartieron experiencias de creación y funcionamiento de incubadoras de empresas, formando parte de ecosistemas emprendedores. Una de las afirmaciones que se hicieron en dicho evento es que las Instituciones de Educación Superior en general, son los lugares ideales para la creación de Incubadoras de Empresas, ya que es allí donde se transfiere y genera el conocimiento, y por medio de la investigación, se promueve el desarrollo de la ciencia, tecnología e innovación (Perdomo, 2015).

Formalmente, el proyecto inicia su ejecución en el mes de mayo de 2009 con un financiamiento no reembolsable de US \$100,000 luego de que en noviembre de 2008 se presentara la propuesta al Fondo de Investigación de Educación Superior (FIES) para la creación e implementación de una Incubadora de Empresas enfocada al área de Tecnologías

de la Información y Comunicaciones (TIC); así nace Germina, quien hasta ahora ha sido un ente que ha desarrollado importantes aportes a emprendimientos que han surgido del seno de la Universidad.

Cabe destacar que esta incubadora de empresas cuenta con la ventaja de ser un centro acreditado para presentar propuestas para el financiamiento de proyectos ante de Fondo de Desarrollo Productivo (FONDEPRO) del Ministerio de Economía.

De acuerdo a Germina (2016) para el 2016 había obtenido los siguientes resultados en materia de incubación y aceleración:

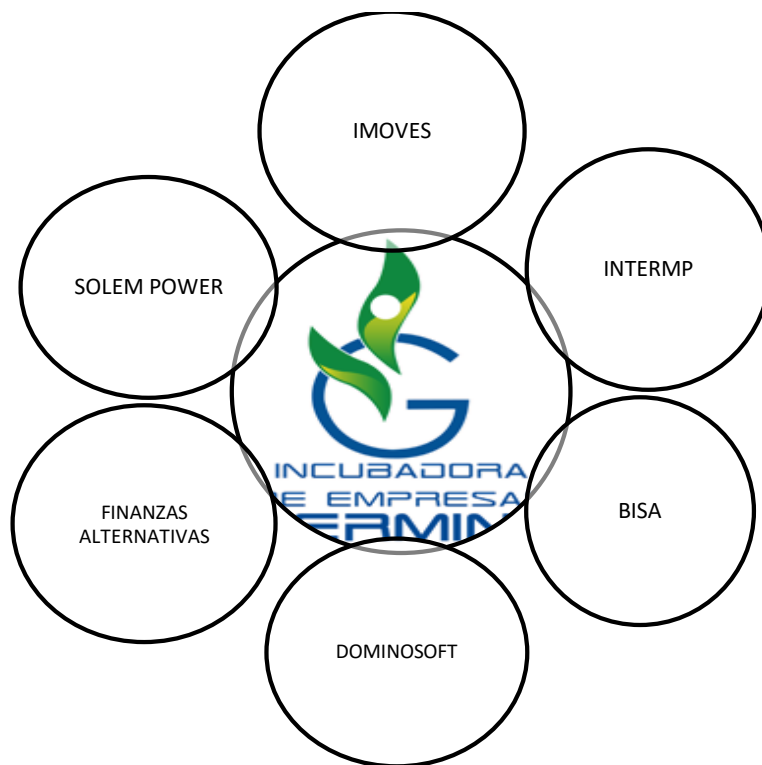
- Doce empresas en incubación ha sido beneficiados con los servicios de incubación.
- Tres emprendimientos beneficiados con los servicios de aceleración.
- La empresa graduada IMOVES, se vinculó a FONDEPRO y obtuvo capital semilla de US \$100,000.
- Más 150 Empleos Generados por las empresas en Incubación y Aceleración.
- Más de US \$760,000 de ingresos generados por las empresas en incubación y aceleración
- Análisis de más de 30 propuestas de proyectos de emprendimientos través del proceso de Pre – Incubación.
- La Incubadora de Empresas Germina es un referente a nivel nacional y a nivel centroamericano.
- Constantemente recibe visitas de Universidades e Institutos Tecnológicos, ONG's y Alcaldías, para conocer el funcionamiento del programa Germina.

Así mismo, la Universidad Francisco Gavidia le apuesta al fortalecimiento y desarrollo de la Incubadora de Empresas GERMINA, enmarcándolo como parte del su Plan Estratégico 2016-2020. Las acciones proyectadas son las siguientes (Incubadora de empresas Germina, 2016):

- Declaración del emprendimiento como parte de la Política de Calidad integrada en la institución.
- Vinculación de la Innovación y el Emprendimiento como parte de la CURRICULA de la UFG.
- Vinculación de binomio Universidad-Empresas como línea estratégica.
- Fortalecer la vinculación entre la Incubadora Germina y el Centro de Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa-CDMYPE.
- Ampliación del Portafolio de los servicios ofrecidos por el Programa, es decir, que se enfoque al emprendedor y sus necesidades.
- Creación de una plataforma de Incubadora de Empresas Virtual, con el propósito de ampliar la cobertura geográfica de los servicios.
- Gestión de recursos para ampliar la cobertura de los servicios de incubación y ampliación de las instalaciones.
- Fortalecimiento de la participación del programa dentro del Ecosistema Emprendedor nacional y regional, de manera articulada e integrada.
- Creación del Centro de Orientación de Carrera (COC), que tendrá como uno de sus ejes el emprendimiento, con el apoyo del Proyecto de USAID de Educación Superior para El Crecimiento Económico.

Entre los casos de éxito más representativos de Germina, se encuentra haber incubado los siguientes emprendimientos tecnológicos:

Ilustración 11: Emprendimientos incubados por Germina.



Fuente: Elaboración propia.

De dichas experiencias exitosas, se derivan empresas desarrolladoras de software, aplicaciones, y de soluciones informáticas para empresas de diversos rubros. De esta manera, se comprueba la relevancia que tiene Germina para ofrecer a su comunidad universitaria una herramienta fundamental para el desarrollo de sus emprendimientos tecnológicos.

3.1.3 Centros de Aprendizaje y Trabajo a Distancia (CDS)

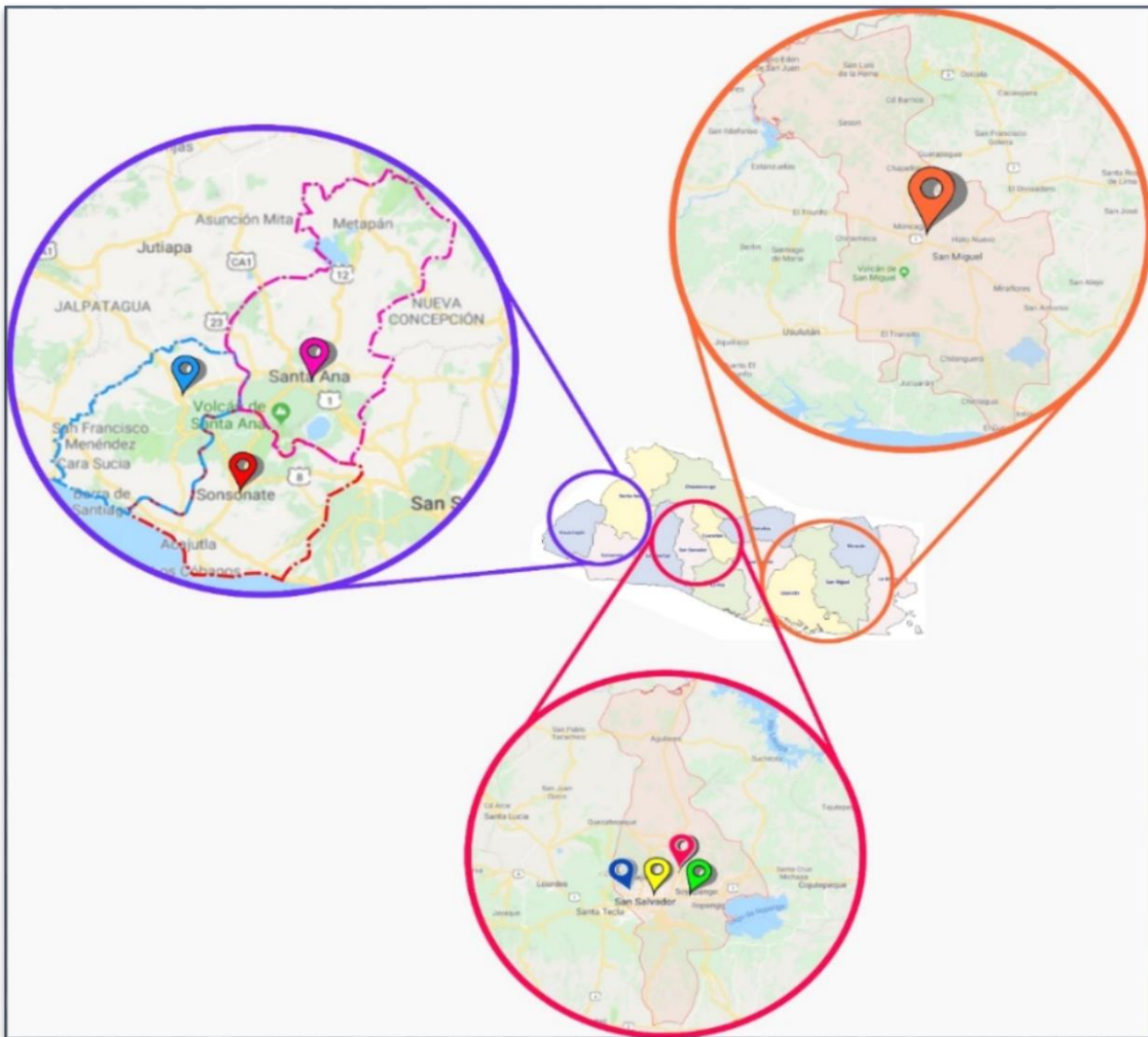
Desde la empresa y la academia, al mercado laboral. Los CDS son un programa que consiste en la localización de centros de desarrollo de software en comunidades, previamente identificadas, de alto riesgo social, donde los niños y jóvenes de dichas comunidades tienen acceso a diferentes conocimientos y alternativas tecnológicas en materia de programación.

Este proyecto fue concebido con Roland Despinoy, CEO de Central America Software & Services y Presidente de CASATIC, y tiene como objetivo combatir las limitaciones del [SEP] desplazamiento para el aprendizaje; reduciéndolas tanto para la formación como para el empleo. El propósito es facilitar a los jóvenes la adquisición de habilidades para un empleo formal en programación. Al enfrentarse a todas estas disyuntivas con este nuevo modelo, se logra acercar al joven a mejores posibilidades (Despinoy, 2017).

El proyecto de CDS surge de la iniciativa empresarial para conjuntar a la empresa con la academia, y a la academia con la formación de oferta laboral, a través del descubrimiento de jóvenes con talentos, en el cual las universidades privadas que ejecutan estos centros, contribuyen a la formación teórica y práctica, y, además, ofrecen oportunidades de trabajo remotas.

Los CDS es un proyecto que ha sido apoyado por la USAID con cuatro millones de dólares, los Centros de Desarrollo de Software, el cual es una innovación social salvadoreña, pero no enfocado a hacer una app, un videojuego, sino en innovación social, de cómo generarle trabajo a la gente de manera remota y de lugares que más lo necesitan (Despinoy, 2018).

Ilustración 12: Ubicación geográfica de los CDS.



Fuente: Elaboración propia.

Este proyecto se complementa con la propuesta realizada también por Despinoy, que ha sido denominada como “Fair Programming” o Programación justa”, el cual sello que provee oportunidades a las poblaciones vulnerables o discriminadas a través de trabajo justo por medio de la formación en programación, lo cual genera un valor agregado para la cadena de desarrollo de software.

La idea nace de la creciente necesidad que hay para los servicios de tecnología. Es decir, se ha identificado la posibilidad de desarrollar habilidades tecnológicas específicas para crear un oficio que le permita a la población superarse por medio de salarios justos y formación.

El sello Fair Programming garantiza a los consumidores que las empresas que han desarrollado el producto han seguido las practicas del empleo justo, pues considera que el desarrollo de software en compañías emergentes debe incluir practicas Inclusivas, de equidad y diversidad, además de igualdad de oportunidades, salarios justos y condiciones de trabajo apropiadas (Despinoy, 2017).

De allí que los CDS junto con el estándar Fair Programming buscan ser un espacio especializado para el aprendizaje y ejecución de proyectos de programación, a través de espacios habilitados en centros de formación a lo largo del país para buscar la descentralización laboral y evitar la migración a las ciudades.

Además, con los CDS la generación de empleos se vuelve remota, para el caso Despinoy agrega que: “En el caso de Central America Software & Services, tenemos setenta personas empleadas, pero son veinticinco en nuestras instalaciones y las demás están en San Miguel, Ciudad Delgado, Soyapango, Ahuachapán, en los lugares donde existen estos Centros, no trabajan desde casa. Entonces, si bien no podemos competir con en Made in Alemania, o en California, pues lo hecho en El Salvador no tiene mucho peso, pero podemos posicionar la tecnología salvadoreña con impacto social (Despinoy, 2018)”.

3.2 Modelo de empleabilidad de la Industria Creativa

Existe un consenso oficial en torno de las Industrias Creativas y su papel en la generación de empleo. Instituciones como la UNCTAD, la UNESCO, el BID, y diversos autores revidados en el transcurso de esta investigación, han planteado el rol de estas industrias como una oportunidad para el desarrollo de las economías en torno a la generación de empleo y el aprovechamiento de las ‘bondades de la globalización’, pero con base en los hallazgos que se han recopilado en diversas entrevistas, se ha logrado identificar una dinámica que precariza la fuerza laboral y confina a los jóvenes talentos creativos a ofrecer sus competencias bajo condiciones que no garantizan las prestaciones no mercantiles de un empleo formal. En ese sentido, resulta pertinente preguntar: ¿La Industria Creativa representa una verdadera oportunidad para los jóvenes?

Se han revisado las experiencias de las empresas salvadoreñas de esta industria que, aunque esta sea de fácil entrada, adecuarse organizacional y técnicamente para lograr ser competitivos es difícil, pues esto pasa por ser flexible para adecuarse a los cambios y las dinámicas de una industria global en donde la asignación de proyectos creativos no es constante.

Esta flexibilidad a la cual deben estar sujetas las empresas de esta industria implica una reorganización en relación al trabajo. Según la información obtenida en las entrevistas a las empresas, todas tienen un patrón común en cuanto a la generación de trabajo: la subcontratación.

**Cuadro 17: Definición del modelo de Contratación de la Empresa Creativa.
(Comentario de emprendedores)**



número de empleados fijos no es tan grande y la cantidad de personas que se involucran varía dependiendo de dos cosas, el tamaño de un proyecto o la cantidad de proyectos que hay activos” (Martínez, 2018)

es volátil esta industria y no hay empresa latente de empresas o estudios que estén necesitado desarrolladores, entonces lo manejamos en base a proyectos. Cada vez que un proyecto se da, dependiendo de la necesidad y duración del proyecto así va a ser el tamaño del equipo” (Bidegain, 2018)



“tenemos un numero fijo y subcontratamos por proyectos, por ejemplo ilustradores que no podemos tener ‘in house’ porque es un costo alto y no siempre hay requerimientos de ilustración” (Rivas, 2018)

“no tenemos un empleado fijo así, trabajamos en base a proyectos [...] prácticamente los contratamos en base a proyectos” (Flamenco, 2018).



Fuente: Elaboración propia con base a citas verbales de entrevistas.

Este tipo de ocupación, de naturaleza temporal, no goza de estabilidad laboral, y, por ende, de las garantías no mercantiles que ofrece un empleo formal como el acceso a la seguridad social y al sistema previsional, y tampoco ofrece salarios competitivos, pues, para el caso, una de las escasas ventajas que, según los entrevistados, ofrece El Salvador para las IC es el bajo costo de la fuerza de trabajo. De esta manera, los talentos que no logran conformar un emprendimiento exitoso, tienen como única opción entrar en un mundo laboral que precariza las relaciones de trabajo.

A la base de este proceso de precarización hay una transformación clave inducida por el modelo de desarrollo neoliberal, y es que con la inserción en el mercado global, los costos laborales no se pueden trasladar al consumidor final, en ese sentido, la competitividad se determina en base a los salarios nacionales (Sáinz, 2014). Aunado a ello, la incertidumbre que genera la volatilidad de un mercado global, conlleva a que las empresas encuentren nuevas maneras de reestructuración de la producción, y por ende, de la ocupación.

Una de las respuestas que las empresas han encontrado ante esta actual situación ha sido precisamente la reestructuración productiva y la flexibilidad de las relaciones laborales, en consecuencia, los denominados procesos de externalización de actividades de producción que son intensivas en trabajo creativo, convierte a la subcontratación en una estrategia vital para el sostenimiento la empresa.

En todos los casos, externalización es sinónimo de abaratamiento de los costos laborales, objetivo que las empresas persiguen. Esta subcontratación puede expresarse en la contratación de servicios a trabajadores independientes o de otras empresas; en el uso de trabajo a domicilio recreando así viejas formas de salarización encubierta; o en la configuración de encadenamientos con distintos niveles de subcontratación (Iranzo & Leite, 2006).

Este tipo de flexibilización laboral numérica³⁷ es inequívocamente precarizadora, porque no garantiza una dimensión fundamental de cualquier estatuto no mercantil del trabajo: la

³⁷ Lais Abramo y Alice Abreu (1996) plantean en su trabajo “Sociología do Trabalho na América Latina: Novos Paradigmas Produtivos” tres tipos de flexibilización laboral: funcional que apuesta por la polivalencia del trabajo, salarial determinada por la productividad del trabajo en un contexto global y la numérica que tiene

estabilidad laboral (Sáinz, 2014). Y es justamente bajo este modelo de flexibilización cómo funciona la IC en el país: una empresa salvadoreña consolidada –relacionada usualmente con el premio PIXELS- que participa de las cadenas globales de valor logra adjudicarse un proyecto creativo ante una empresa multinacional, y para poder ejecutarlo, debe subcontratar el personal necesario para llevarlo a cabo, el cual resultan ser freelancers u otras empresas más pequeñas.

La subcontratación que realizan las empresas de la IC salvadoreña también es un proceso que tiene distintos niveles, por lo tanto, no es única de los proyectos con empresas transnacionales.

Aquellas empresas que no han logrado incursionar en las cadenas globales de valor, también presentan un modelo muy marcado de flexibilidad laboral numérica, en los cuales subcontratan a jóvenes con competencias específicas para desarrollar tareas específicas dentro de un proyecto. Un caso muy marcado lo representa ArtCode, empresa que ha tenido que dedicarse exclusivamente al mercado nacional, pero que cumple la doble función de servir de academia para los jóvenes que buscan desarrollar competencias de programación de videojuegos. Estos jóvenes al graduarse de la academia ArtCode, forman parte del banco de personas empleables con los cuales se puede contar bajo necesidades muy específicas (Bidegain, 2018).

Tomando a consideración los aspectos anteriores, la empleabilidad de las IC sería sinónimo de trayectorias que no buscan la estabilidad laboral, ni mucho menos garantías no mercantiles en un entorno laboral protegido o regulado, y que genera una movilidad natural que asume el riesgo y naturaliza la precarización laboral, y que por ende, oculta su génesis de fenómeno social (Sáinz, 2014).

Es así que, el empleo, entendido como una relación laboral estable, no se produce dentro de los sectores de estudiados de animación, videojuegos y audiovisuales, sin embargo, estos

una doble dimensión, la de modificar la jornada de trabajo, y por otro la de modificar libremente la plantilla de trabajadores de acuerdo a los requerimientos de producción, dimensión a la cual nos centraremos.

términos de empleabilidad han llegado a percibirse como aspectos naturales del mercado de trabajo y que dependen del individuo superar esas situaciones o no.

Sainz (2014) sostiene que la empleabilidad en las industrias globales se remite al desarrollo de competencias en los procesos laborales, más allá de las calificaciones, en la cual en el desarrollo de competencias se encuentran procesos de adquisición de nuevos conocimientos ante las exigencias de los cambios tecnológicos y organizacionales que va marcando la globalización. En este sentido, la ‘población empleable’ en esta nueva dimensión de economía globalizada vendrían a ser aquellos que posean estos conocimientos.

Esta diferenciación entre competencias y calificación es lo que Lucena (2006) establece que la adquisición de conocimientos de la población empleable ya no estaría determinada por la gestión y formación de la empresa hacia sus trabajadores (calificación del trabajo), sino que estas habilidades (competencias) se buscarían externamente, despojando a la empresa de la responsabilidad de capacitar y calificar a sus trabajadores.

En relación a lo anterior, la formación laboral sería un proceso individualizado que deja de ser inherente a la empresa, y que se expresa en una cultura laboral que naturaliza el riesgo y las trayectorias laborales inciertas.

Cabe recalcar que los entrevistados sostienen que el sistema educativo en El Salvador no logra transmitir las habilidades (competencias) necesarias para que estos jóvenes puedan insertarse al mercado laboral de manera exitosa -esto es no en términos de absorción de fuerza laboral puesto que las empresas contratan de manera flexible- sino que para desarrollar las competencias a plenitud deben ser autodidactas.

Al respecto, Rodrigo Flamenco es radical al sostener que para las IC la formación tradicional por parte de las instituciones de educación superior es, inclusive, innecesaria para la adquisición de competencias laborales dentro de las IC, puesto que la globalización a través del internet permite a cualquier persona aprender sobre herramientas de programación de videojuegos, animación, diseño (Flamenco, 2018). Otros entrevistados matizan al respecto, pero concluyen que el principal responsable de la formación profesional no es el sistema educativo, sino el individuo haciendo uso de las herramientas que le confiere la globalización.

Por lo cual, en términos de mejora de vida, el papel de la IC resulta ser cuestionable, puesto que se apega a nuevas formas de empleabilidad, donde la fuerza laboral debe adaptarse a los cambios que genera la volatilidad de los mercados globales; lo que permite concluir que la IC es capaz de generar trabajo, pero no permite la creación de empleo, ya que se inserta en nuevas formas más sofisticadas de explotación.

En síntesis, este modelo de empleabilidad de las IC consolida la mercantilización de lo laboral, en el sentido que fomenta la regresión al trabajo en detrimento de la generación de oportunidades de empleo formal.

Siguiendo a Lucena (2006): “lo laboral se tiende a desdibujar para darle apariencia de un negocio mercantil entre una empresa y ‘otra empresa’”. Obviamente, la ‘otra empresa’ no es más que un trabajador empleable con las competencias que requiere el mercado.

3.3 Modelo de Negocios y Cadena de Valor

El Salvador es un país de micros y pequeñas empresas, personas que se autoemplean y desempeñan alguna actividad económica por cuenta propia.

Según el Ministerio de Economía, para el año 2012, las micro y pequeñas empresas aportaban el 35% del Producto Interno Bruto (PIB), y representaban el 99.3% del parque empresarial, además de brindar el 67.6% del empleo total.

A pesar de que muchos casos de surgimientos de micros y pequeñas empresas se da como alternativa al escaso dinamismo de la estructura productiva que restringe el empleo formal y una fuente de ingresos estable, existen casos de microempresas en El Salvador que se convierten en ejemplos de innovación, progreso tecnológico, y generación de empleo dentro de las IC.

Un elemento importante para entender el porqué de este papel trascendente de las pequeñas empresas es el cambio de contexto económico y social que resulta de la presencia creciente que el conocimiento va teniendo en la actividad económica. El proceso de creación de riqueza progresivamente se desmaterializa, las actividades con más proyección de futuro son las más intensivas en conocimiento, la competitividad cada vez depende más del desarrollo de

intangibles, las restricciones geográficas pierden fuerza y las protecciones tradicionales basadas en los costes del transporte, en la distancia, en los obstáculos comerciales o en los costes de transacción se van desvaneciendo (Masllorens, 2005).

Adicionalmente, Casani, Rodríguez y Sánchez (2012) sostienen que la cultura y la creatividad en la sociedad del conocimiento están modificando la organización de la actividad económica y social en los países más desarrollados [...] la mayor parte de las industrias tradicionales están incorporando los valores del diseño y la creatividad a sus productos para diferenciarse de la competencia, de forma que los aspectos intangibles, derivados del pensamiento creativo, han pasado a ser elementos fundamentales de la oferta de los productos y servicios. Así, se ha acuñado el término economía creativa para mostrar la influencia que la creatividad tiene en el desarrollo económico de la sociedad del conocimiento (Casani, Pomeda, & Sánchez, 2012).

En ese sentido, la creatividad y el conocimiento modifican la organización de la actividad económica en general, también afectan la organización de las empresas en lo particular. Los impactos de las TICS han alterado la cadena de valor de las empresas, y por tanto, los modelos de negocio se modifican, dando pie a nuevas formas de acumulación que se configura en torno a las implicaciones que tiene el internet en la generación de valor de los bienes y servicios.

En El Salvador no se han desarrollado estudios sobre el desarrollo empresarial de las IC. En la reciente actualización del Sistema de Cuentas Nacionales no se encuentra contemplada la incorporación de una cuenta satélite para medir los aportes que los sectores culturales y creativos hacen a la economía, así mismo, los estudios cualitativos son nulos, y solo se cuenta con estudios de instituciones internacionales basados en la experiencia de otras economías.

Es por eso que, en este apartado, se pretende a través de estudios de casos de diferentes empresas de la industria, identificar las dinámicas dentro de la Cadena de Valor y del modelo de negocios de estas empresas.

3.3.1 Cadena de Valor y modelos de negocios de las empresas creative.

Un intento por modelar la cadena de valor de las IC, es el desarrollado por la Unesco en 2006 y la UNCTAD en el año 2010. Esta intenta describir el proceso de una actividad empresarial, y se presenta como una serie lineal de etapas que añaden valor al producto final.

Esta Cadena de Valor parte desde la concepción de una idea hasta el consumo final de los bienes y servicios creativos.

Ilustración 13: Cadena de Valor de la Industria Creativa.



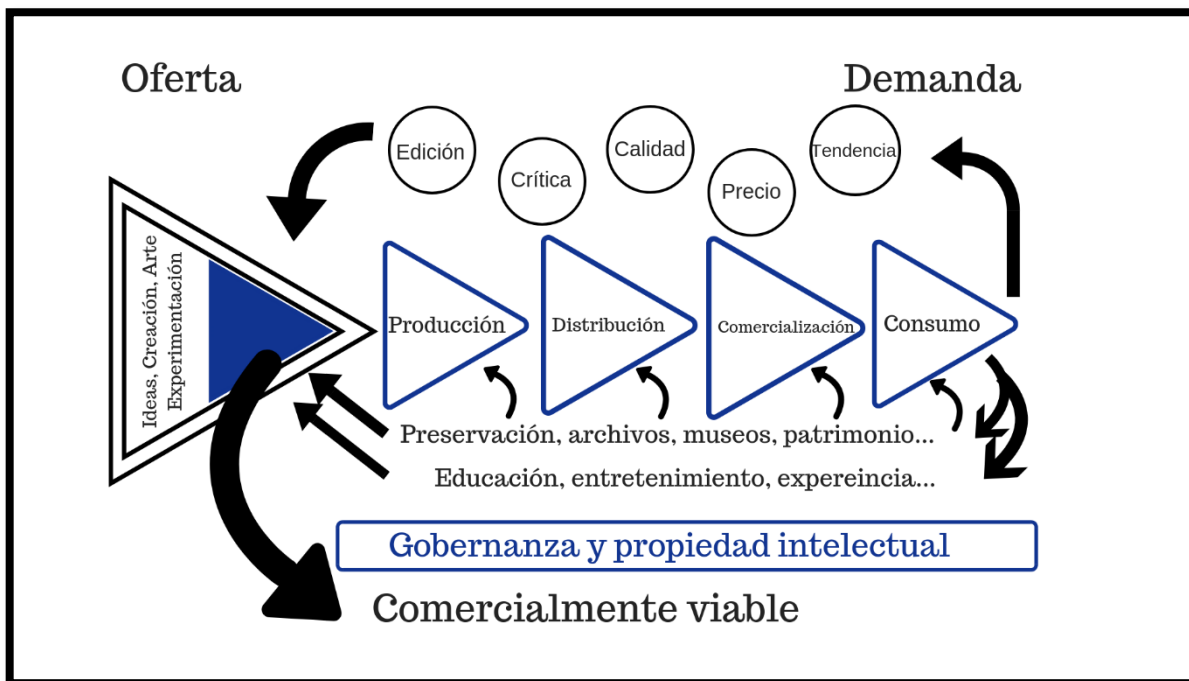
Fuente: Elaboración propia en base a la Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas, 2010.

La figura anterior muestra la Cadena de Valor universal de una IC, en la que se abarcan cuatro diferentes etapas, desde la creación donde se desarrolla un concepto o una idea, la producción donde dicha idea es concretizada en un bien o servicio creativo final, la distribución por los canales adecuados para llegar al mercado y el consumo.

Cabe señalar que una sola empresa o individuo puede llevar a cabo una o más de estas etapas de Cadena de Valor, para lo cual se requieren diferentes tipos de habilidades, dependiendo siempre del tipo de producto desarrollado, por lo tanto, las cadenas de valor de las IC pueden variar de manera amplia en términos de complejidad (UNCTAD, 2010).

Así mismo, el BID desarrolla en su Informe de Economía Naranja, una Cadena de Valor de las IC que toma en cuenta aspectos determinantes como el papel del gobierno en la generación de políticas públicas a favor de las empresas, la garantía de los derechos de propiedad intelectual, los cambios en los gustos y preferencias de la demanda, que determinan el éxito del bien o servicio creativo, entre otros.

Ilustración 14: Propuesta del BID de la Cadena de Valor de la Industria Creativa.



Fuente: Economía Naranja, una oportunidad infinita, BID, 2013.

En este modelo de Cadena de Valor, el BID incorpora tres aspectos importantes para comprender la dinámica de las IC (Restrepo & Márquez, 2013).

1. El reconocimiento explícito de una base ampliada de ideas y creaciones (dentro de la cual se dan la innovación y la experimentación, y se destaca que solo una porción de ellas llega a ser comercialmente viable).
2. La inclusión de una banda de retroalimentación (que ilustra el papel central de los incentivos que provee cada eslabón al sistema).
3. La inclusión de un componente transversal de gobernanza y derechos de propiedad intelectual.

De esa manera se logran ver nuevos actores que interactúan en la Cadena de Valor de estas industrias. Se concibe la generación de ideas y la innovación como un proceso de experimentación en el cual se destacan aquellas que pueden adecuarse a los requerimientos del mercado y se descartan las que no son comercialmente factibles.

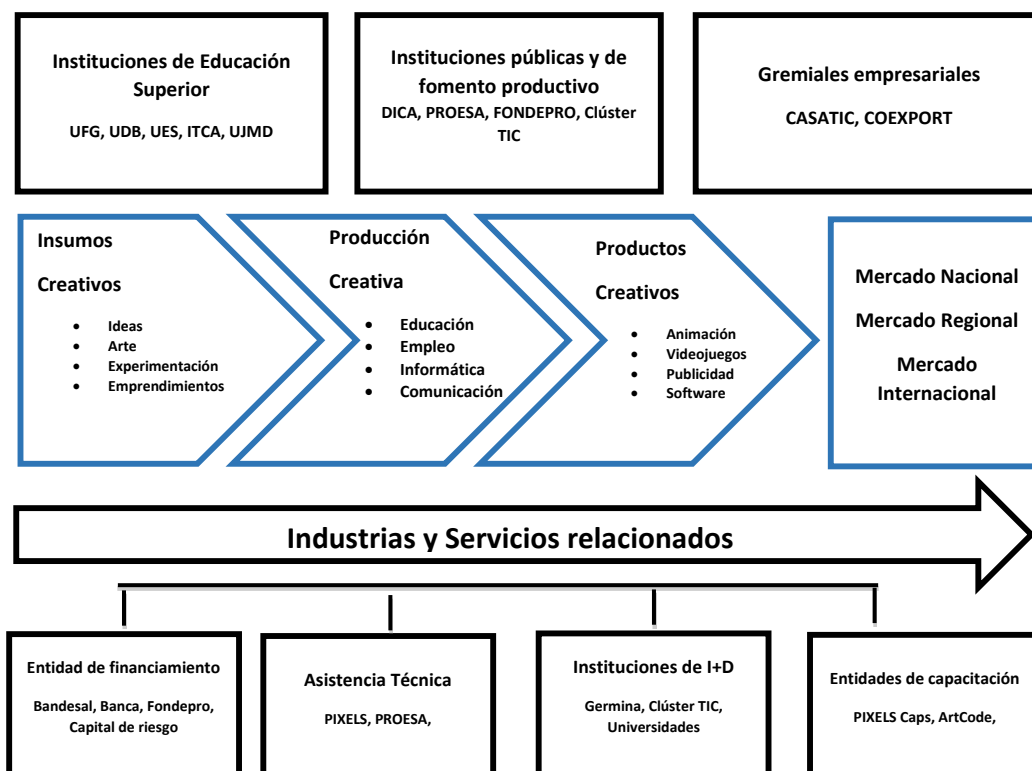
Así mismo, se describe el proceso de generación de valor como un sistema dinámico que permite la retroalimentación a partir de las nuevas tendencias, las críticas, las capacidades

adquisitivas, entre otras, y el rol que tiene una gobernanza que promueva los derechos de propiedad intelectual.

3.3.2 Experiencias de Cadenas de Valor en El Salvador.

El avance en la conceptualización de la Cadena de Valor permite identificar a través de estudios de casos de empresas salvadoreñas representativas, cual es el proceso que se sigue dentro de esta industria y los agentes que interactúan, sus intervenciones y vinculaciones.

Ilustración 15: Cadena de Valor de la Industria Creativa Salvadoreña.



Fuente: Elaboración propia en base a entrevistas con empresas.

Insumos creativos claves

Bajo la experiencia de las empresas de estudio, se puede destacar que el mayor recurso del cual disponen las empresas estudiadas es la creatividad, entendida como un conocimiento específico que pueden aplicar de manera innovadora y novedosa a las ideas que pretenden

desarrollar. La experiencia inicial se remonta en muchos casos a la academia. Usualmente, muchos emprendimientos creativos surgen como ideas desde la universidad.

Al respecto Carlos Martínez de Stonebot Studios comenta que “primero existió Klan, fuimos estudiantes los que la fundamos y decidimos simplemente unirnos para empezar a hacer esto, desde la fundación tuvimos como las ganas o la idea que íbamos a hacer algo relacionado a la animación y finalmente nuestra razón social se llama Klan Animation S.A. de C.V.” o el caso de Kadevjo que surge de un examen parcial que sus fundadores realizaron en la Universidad.

Es así que la Universidad se configura como un ecosistema que fomenta la creatividad y el surgimiento de emprendimientos en carreras relacionadas al diseño y la informática. Pero también existen experiencias de empresas que surgen a iniciativa de profesionales con alguna experiencia en el mundo laboral, que cuentan con capacidades directivas y con los conocimientos específicos para desarrollarse dentro de alguna rama de las IC.

Pero en ambas experiencias, todos se consideran empresarios innovadores, además de emprendedores capaces de gestionar y movilizar los recursos necesarios para el desarrollo de sus proyectos, que con el transcurso del tiempo, lograron superar la barrera de no poseer las habilidades ni conocimientos para la administración de una empresa, pues en la mayoría de casos se combinan las habilidades de un fundador emprendedor creativo junto a las habilidades de un buen gestor con capacidades de guiar con buen éxito el desarrollo de los proyectos. Esto se puede observar en empresas como The Stonebot Studios, en la cual tuvieron que superar la barrera de no poseer conocimientos básicos sobre la administración,

la contabilidad, aspectos fiscales ni legales del manejo de una empresa, pues todos sus fundadores son desarrolladores y no poseían conocimientos más allá del diseño.

En ese sentido, es relevante el grado de compromiso adquirido por parte de los fundadores de las empresas en estudio, ese compromiso que contagia a los demás miembros de la organización y ocasiona que se impliquen con gran intensidad al desarrollo de los proyectos.

De igual manera, dentro de la etapa de los insumos creativos, se generan las ideas y los primeros prototipos para la creación de productos finales como animaciones, videojuegos o diseños, en donde la creatividad y el arte se convierten en los insumos bases para la generación de valor agregado para estos productos.

Etapa dos: producción creativa.

En el proceso de producción dentro de la Cadena de Valor de la IC intervienen diferentes aspectos. En esta etapa es que se ponen a prueba las capacidades técnicas de las personas implicadas en la generación de proyectos, y su interacción con la tecnología necesaria para la producción.

De las empresas estudiadas, ninguna manifiesta que exista alguna brecha o barrera tecnológica que impida el desarrollo eficiente de sus actividades; al contrario, identifican una tendencia la ‘democratización’ de los insumos necesarios para la producción creativa; a este aspecto corresponde, por ejemplo, que algunos motores para la creación de videojuegos que décadas atrás se obtenían mediante el pago, hoy en día son gratuitos, lo que permite que cualquier persona con los conocimientos técnicos necesarios pueda desarrollar este tipo de productos sin la necesidad de incurrir en costos de adquisición de motores para videojuegos o para el diseño de animaciones.

De igual manera, en cuanto a activos tangibles para el desarrollo de nuevos productos o servicios creativos, es fácil tener acceso a las herramientas necesarias que van desde

computadoras de gama media y alta, tabletas gráficas para ilustrar, y otros que servicios paralelos que se pueden subcontratar como estudios de grabación.

Otro aspecto importante para considerar es el papel que tiene el empleo en esta industria. Existe a nivel general una particularidad dentro de estas empresas, el empleo que se genera es temporal, el personal necesario se subcontrata de acuerdo a las necesidades que poseen las empresas para llevar a cabo sus proyectos.

Rodrigo Flamenco de Frame Freak Studios refiriéndose a su modelo de empleabilidad comenta que “no tenemos un empleado fijo así, trabajamos en base a proyectos, tenemos un equipo directo que ya sabemos que si sale algo (un nuevo proyecto), inmediatamente podemos contar con ellos, gente para hacer fondos, gente para hacer imagen, pero de vuelta, prácticamente los contratamos en base a proyectos” (Flamenco, 2018).

Esto significa que la cantidad de empleos fijos generados por estas empresas es poco significativa; si bien algunas poseen empleados fijos, la masa de ocupación que se genera depende exclusivamente de los proyectos que estas empresas logren concretizar, ya sea como creadores de contenido propio, como de empresa subcontratada.

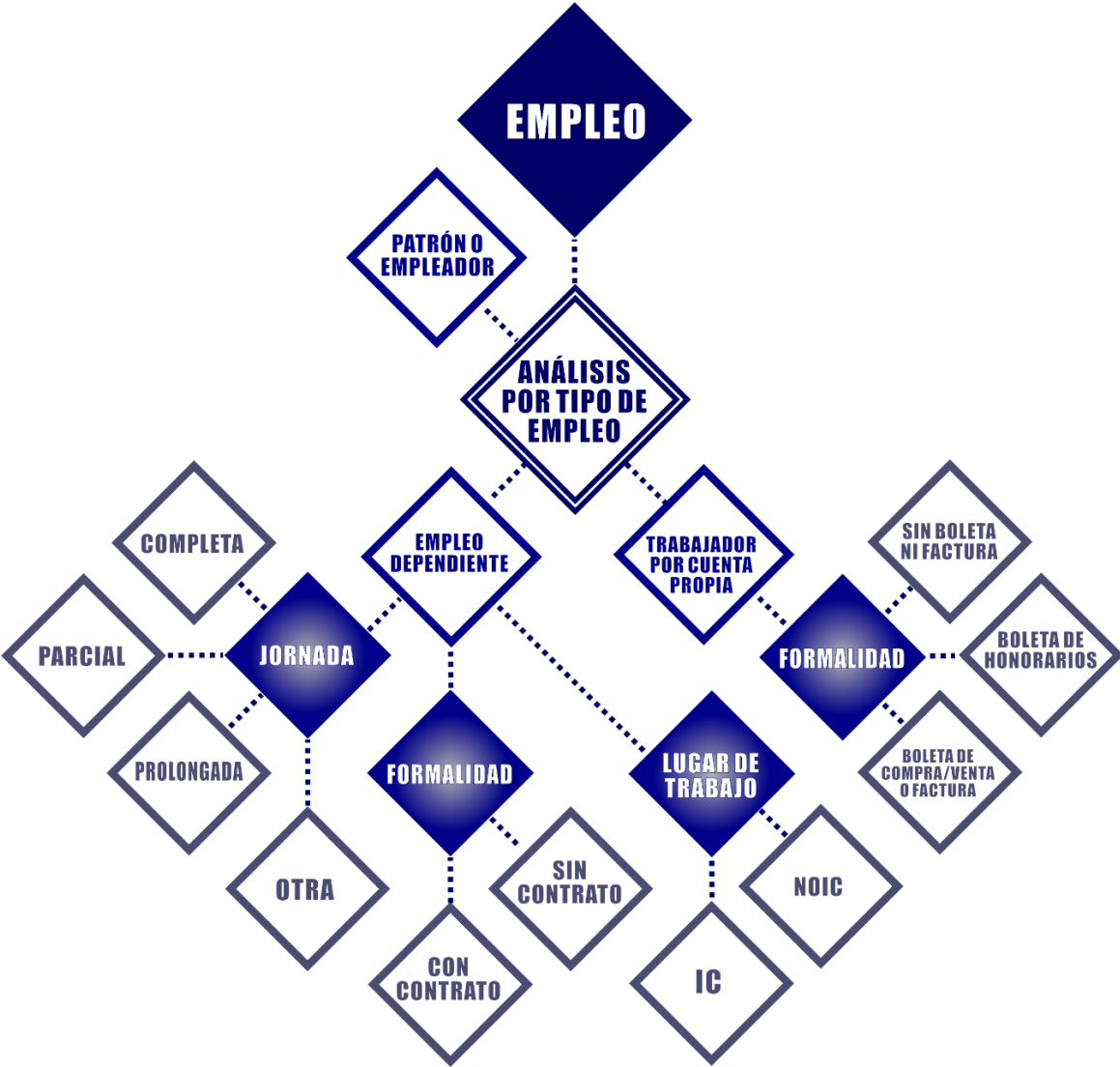
Adicionalmente, se presentan situaciones en las cuales el empleo generado no es a nivel local, sino que se contratan a profesionales de otros países para poder realizar tareas específicas dentro de los proyectos, por ejemplo, para proyectos de animación en el cual han manifestado que hay muy pocas personas que puedan hacer animación en El Salvador.

La misma naturaleza de esta industria conlleva a que las empresas no cuenten con un número regular de empleados. Según José Bidegain de Artcode, la IC es volátil y no hay estudios que estén necesitando desarrolladores diariamente, entonces por ello se maneja la generación de empleo en base a proyectos. Cada vez que un proyecto se da, dependiendo de la necesidad y duración del proyecto así va a ser el tamaño del equipo (Bidegain, 2018).

Pero en este mismo ecosistema también coexisten empresas que no generan empleabilidad bajo ninguna circunstancia, pues son manejados por trabajadores por cuenta propia, en la

cual cada proyecto es manejado de manera autárquica por su fundador, tal es el caso de The Domaginarium, empresa fundada por Sergio Aris la cual se dedica al desarrollo de videojuegos para consolas.

Ilustración 16: Esquema de desagregación del empleo de la Industria Creativa Salvadoreña.



Fuente: Mapeo de las Industrias Creativas en Chile, 2014.

Al respecto, Sergio Aris explica que su decisión de ser completamente independiente radica en la optimización de recursos monetarios, pero también, en los objetivos que como empresa se ha planteado, pues de estar produciendo videojuegos ambiciosos, con una trama compleja, actualmente se dedica al desarrollo de videojuegos más pequeños.

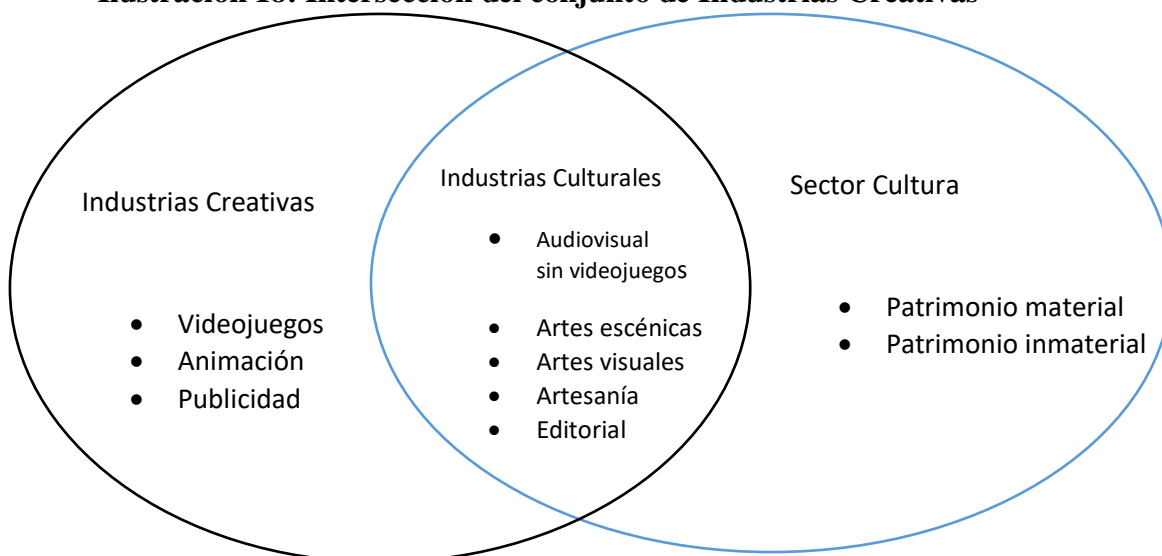
“Ahora solamente voy a buscar gente para cosas puntuales, por ejemplo que me hagan un logo del juego, o la música para el juego, pero ya no voy a contratar gente para desarrollar o programar, para que me hagan los personajes” (Aris, 2018).

En síntesis, la situación del empleo en la IC por tener distintos grados de formalidad con contratos o sin contratos, del cual puede ser bajo jornadas completas, parciales, o prolongadas según los requerimientos de los proyectos, o puede desarrollarse por cuenta propia como un negocio legalmente constituido o de manera informal.

Etapa tres: Productos creativos

La siguiente etapa de la Cadena de Valor es la constituida por los productos creativos. Luego del proceso de producción, resultan los productos creativos.

Ilustración 18: Intersección del conjunto de Industrias Creativas



Fuente: Elaboración propia.

En la imagen anterior, se logra observar cuales son los productos que pertenecen exclusivamente a las IC.

Tomando en cuenta la cercana vinculación de las industrias de la cultura con la creatividad, es importante recalcar que las IC conforman un conglomerado de bienes y servicios mucho más amplio que el de las industrias culturales. Estos sectores propios de las IC son aquellos que tienen una relación íntima entre creatividad, innovación y tecnologías, es así como productos de videojuegos, animaciones, publicidad y diseño se insertan en los grandes canales de distribución para ser comercializados a diferentes escalas.

Circulación de los bienes y servicios creativos en el mercado.

La globalización de las TICs ha cambiado rotundamente las vías de acceso a los mercados. Precisamente, las IC se sitúan dentro de esa globalidad donde la información y los contenidos que se ofrecen y viajan a través de la red de internet.

En el caso de las empresas salvadoreñas, estas tienen tres vías para distribuir sus productos creativos: El mercado nacional, el regional a nivel centroamericano, y el internacional. Usualmente, los canales de difusión de la producción que hacen estas empresas es realizada por ellas mismas con un sistema de autogestión que les permite hacer llegar sus contenidos hacia el consumidor final o intermedio.

El menor uso de canales de comercialización tradicionales, si bien se considera una debilidad en la concepción clásica de economía, se valora como la construcción de vías más democráticas de distribución de productos finales, sin embargo, este sector de las IC también ha innovado en el uso de los canales tradicionales de distribución de bienes y servicios, pues ha permitido eliminar las fronteras entre los espacios de producción, distribución y comercialización dificultando la identificación de actores con roles claros y únicos, como en otros sectores productivos (Consejo Nacional de Cultura y las Artes, 2014).

La distribución de los productos y servicios creativos de estos subsectores ocupa diversos canales y vías: por un lado, están las vías tradicionales como la venta directa, y por otro se

desarrollan nuevas vías como plataformas o tiendas digitales en los cuales se ofrecen videojuegos, software, o donde se transmiten series animadas, o eventos sectoriales a nivel nacional e internacional, que se convierten en poderosos canales para acceder al mercado.

A nivel internacional, las empresas en estudio mencionan eventos como el Electronic Entertainment Expo y el Penny Arcade eXpo en donde se encuentran inversionistas, representantes de consolas como Nintendo, Xbox, portales web, Amazon Games, Google Play entre otros que pueden comprar tus videojuegos, o para desarrolladores de juegos para PC o Móviles eventos como la Game Developers Conference, donde se encontrarán representantes de sitios o blogs de videojuegos como en Rock Paper Shotgun, Polygon, o Kotaku.

The Domaginarium comenta su experiencia como desarrollador de videojuegos para consolas y como ha logrado llevar sus productos a consolas reconocidas mundialmente: “tengo juegos que hayan terminado en un producto comercial es el primero de Steroids, luego Enola, otro que tengo se llama The Dreamlands que salió en abril de este año, y que este martes que acaba de pasar (7 de agosto) salió en Play 4 y Play Vita” (Aris, 2018).

Así mismo, Stonebot Studios comenta su experiencia con su videojuego Stereo Aereo llegando a plataformas globales de videojuegos: “la persona de comercialización siguió buscando qué más podría hacer alrededor del juego y así es como se nos abre la oportunidad gracias al trabajo de él de empezar a platicar con Sony, para Playstation 4 y más adelante con Xbox para la plataforma de Xbox One y para Windows 10” (Martínez C. , 2018).

Otra de las empresas que posee experiencia en el mercado internacional es Frame Freak Studios, esta empresa de animación ha logrado posicionarse dentro de importantes esferas de la industria, produciendo series animadas que son transmitidas en diversas plataformas: “el proyecto más grande que hemos tenido es de animación, de entretenimiento por así decirlo y de una serie llamada para Kinda Funny que fue orientada solo para Youtube, fue creada para personas que habían estado en Creative Talent Network por más de diez años, son un equipo

de personas que eran críticos de videojuegos, películas, trabajaron para Image Games Network por más de 10 años, pero se salieron para fundar Kinda Funny” (Flamenco, 2018).

Sin embargo, a pesar de la gran orientación de las IC al mercado global, este no es exclusivo para estas empresas que también ofrecen bienes y servicios a empresas nacionales o regionales. Muchas de las empresas de esta industria no han madurado lo suficiente y no han logrado identificar canales, vías, ni clientes adecuados para ofrecer sus servicios más allá de las fronteras salvadoreñas o centroamericanas.

Cabe recalcar también que el giro principal de muchas de estas empresas es el desarrollo de videojuegos y animaciones, estas se ven obligadas a ofrecer otra clase de servicios –siempre dentro del rubro creativo- como la publicidad digital, para generar flujos de ingresos.

Empresas como Artcode, la cual es una academia de videojuegos, se ve en esta situación. Admite que la industria de videojuegos es extremadamente competitiva y que no siempre hay proyectos para desarrollar: “el tema de videojuegos en servicios es muy poco demandado, entonces nos toca trabajar bastante en otro tipo de servicios como desarrollo de software, desarrollo de aplicaciones, o temas de realidad virtual” (Bidegain, 2018).

De similar manera Kadevjo, una empresa dedicada al desarrollo de Apps, juegos y de consultoría en marketing digital y diseños ha preferido el mercado nacional ante las barreras que representa salir al exterior: “hemos trabajado para Guatemala, Honduras, Costa Rica, Estados Unidos, Inglaterra y México. Entonces allá es más fácil vender porque los países del primer mundo andaban en eso. A nosotros se nos facilitó bastante vender nuestros servicios, pero lo difícil ha sido encontrar esos contactos. Comenzamos con un cliente de afuera, nos iba súper bien, y nuestra mentalidad era trabajar para afuera de preferencia, luego que el mercado nos conoció, nos buscaban para desarrollar proyectos, así conseguimos la mayoría

de nuestros clientes por recomendación y nos fuimos quedando en el mercado nacional” (Rivas, 2018).

Es así como estas empresas distribuyen sus productos a clientes que pueden ser intermedios o finales. Es importante tener en cuenta que muchos de los proyectos que realizan estas empresas no son propiedad intelectual para ellas, pues son a pedido de otras empresas más grandes que subcontratan sus servicios.

3.3.3 Entorno de la Cadena de Valor.

Alrededor del proceso de generación de valor dentro de la IC existen diversos agentes que intervienen para el funcionamiento del conjunto de empresas que conforman este sector incipiente en El Salvador.

Como instituciones principales se encuentran las universidades y demás instituciones de educación superior que tienen el rol de generar las competencias y habilidades necesarias en los jóvenes interesados en incursionar en este tipo de industrias. Paralelamente, las instituciones públicas como la DICA, FONDEPRO, y PROESA tienen un papel determinante en la generación de oportunidades para nuevos emprendimientos y empresas ya conformadas, pues permiten el acceso a la asistencia técnica en temas de búsqueda de clientes, exportaciones, y financiamientos no reembolsables. De igual manera, organizaciones mixtas como el Clúster TIC que permiten la vinculación entre academia y sector empresarial tienen un reto importante para fomentar el crecimiento de las empresas creativas y otras de naturaleza privada como CASATIC y COEXPORT que brindan apoyo permanente.

Así mismo, existen servicios relacionados al de las IC, que proveen productos y servicios a estas empresas; principalmente aquellas ligadas a proveer aparatos tecnológicos tangibles y softwares, además pueden verse en la necesidad de contratar profesionales independientes que sean expertos en finanzas, ventas, contabilidad y relaciones públicas.

Un aspecto fundamental, es el financiamiento a las cuales son sujetas estas empresas. A nivel nacional las fuentes de fondeo suelen ser fondos no reembolsables obtenidos a través de concursos como PIXELS, o banca privada tradicional, sin embargo, la experiencia de las

empresas en estudio es que han admitido capital de riesgo para el financiamiento de sus proyectos.

Es importante recalcar que si según la experiencia de las entrevistas, se pueden arrancar emprendimientos creativos con cantidades módicas de inversión, la realización de proyectos ambiciosos pasa inevitablemente por conseguir inversores interesados, esta situación la podemos ver en la generalidad de empresas entrevistadas.

El entorno de la Cadena de Valor de la IC se complementa con otras entidades ajena a las instituciones de educación superior que capacitan a jóvenes en el desarrollo de habilidades técnicas de las IC. Para el caso, se tiene el programa de PIXELS Caps ejecutado por la DICA, y el rol que juega ArtCode –empresa en estudio- como academia de videojuegos, formando talentos que después son incorporados a esta industria.

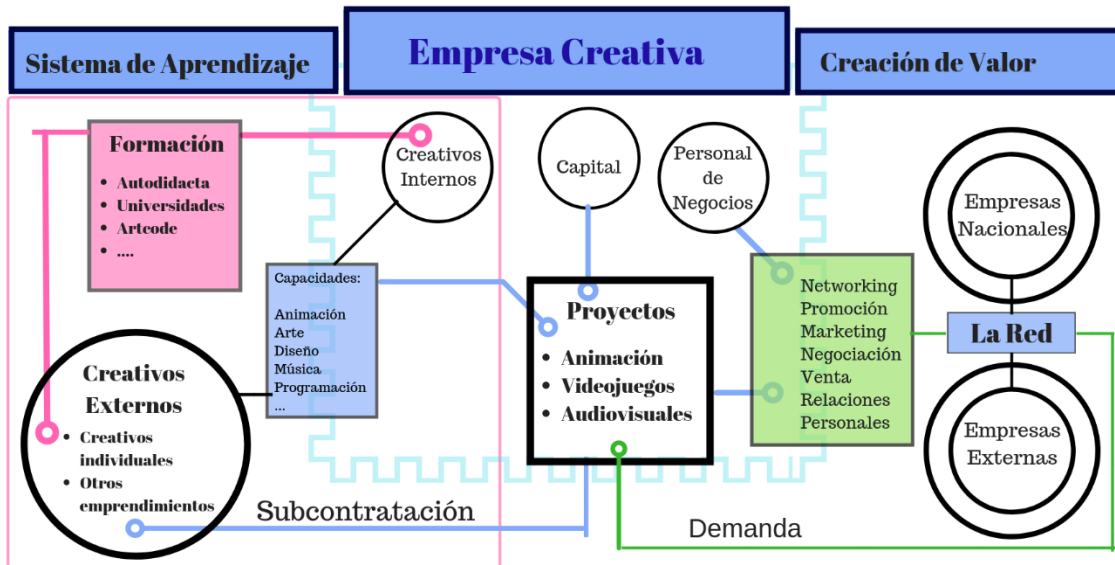
3.3.4 Modelo de negocios de las empresas creativas.

La creación de valor de las empresas de la IC bien puede resumirse analizando el diseño o modelo de negocios adoptado por estas. Como todas las empresas, estas también se construyen a partir de los recursos que poseen o llegan a tener, estos recursos pueden ser humanos, refiriéndose a las personas que poseen conocimientos específicos en el sector creativo y en menor medida sobre administración de empresas, los financieros, los relacionales, es decir, la relevancia que toman las redes de contactos clientes, proveedores, instituciones públicas, competidores y otros, y los relacionados con el uso de las TICs.

Por lo general, en las empresas analizadas los modelos de negocios adoptados tienen mucho que ver con la implicación de los fundadores, sus conocimientos específicos, las redes de contactos y por supuesto, las capacidades empresariales que garantizan la gestión y ejecución de proyectos.

De manera ilustrativa se puede observar en la siguiente imagen un modelo de negocios general esquematizado con base a la interpretación de los casos estudiados.

Ilustración 17: Modelo de negocio de empresa salvadoreñas de Industria Creativa en El Salvador.



Fuente: Elaboración propia con base a empresas entrevistadas.

Posterior a la formulación u obtención de un proyecto, las empresas deben decidir si son capaces por si mismas con sus propios recursos humanos llevarlo cabo; si no es así, el equipo de profesionales de estas empresas tendrán que buscar creativos externos cuyas capacidades satisfaga lo que se demanda para concluir con éxito un proyecto, previamente estos profesionales de la empresa y los subcontratados, han sido formados de manera autodidacta, en instituciones de educación superior o en academias privadas como ArtCode.

Debido a que las empresas creativas poseen un afán innato por la calidad, debe existir una sinergia impecable entre las distintas actividades, de manera que el proyecto se realice de manera integral.

Según la experiencia de las empresas en estudio, la aplicación de metodologías propias para la gestión de proyectos como el modelo de canvas, lo que les permite garantizar plazos y presupuestos en el transcurso del desarrollo.

Finalizado el proyecto, si es destinado al consumidor final, la empresa se auxilia de personal especializado en negocios quien buscará los mejores canales para llegar al cliente final; puede

sucedir también que el proyecto sirva como insumo para otras empresas y que, por ende, sea consumo creativo intermedio, en donde el personal especializado en negocios previamente ha concertado un contrato satisfactorio, estas empresas pueden ser nacionales o extranjeras, y la distribución de sus productos se hace principalmente a través del internet, al final serán los consumidores finales o las empresas clientes los que garantizaran el éxito del proyecto.

3.4 Empresas creativas en las Cadenas Globales de Valor

Las pequeñas y microempresas usualmente enfrentan grandes limitaciones para salir al exterior y participar de las cadenas globales de valor, las evidencias sobre tales limitaciones son abrumadoras en diversos estudios académicos y empresariales.

Sin embargo, algunas investigaciones recientes en torno a las **derramas** tecnológicas y de conocimiento³⁸ de la inversión extranjera directa (IED) describen diversos mecanismos mediante los cuales las empresas multinacionales (EMN) transfieren conocimiento y facilitan la incorporación de las PYMES a las Cadenas Globales de Valor, entre ellos las relaciones cliente-proveedor, los procesos de demostración-imitación y, sobre todo, la movilidad de los empleados altamente calificados, quienes al cambiar de empleo o crear sus propias empresas llevan consigo el conocimiento adquirido en las EMN (Dussel, 2018).

Se ha demostrado que las empresas salvadoreñas de las IC tienen una alta propensión a vincularse comercialmente dentro de las Cadenas Globales de Valor; las empresas que sirvieron de estudio aseguran mantener un contacto constante con empresas de mayor tamaño para las cuales realizan proyectos que posteriormente son introducidos al mercado. Si bien, cada vez son más las empresas del sector que pueden acceder a estas cadenas, no dejan de ser excepcionales los casos, en un país en donde el acceso a nichos de mercado de alto valor agregado resulta imposible, ya sea por las propias debilidades de las empresas o por las políticas de empresas contratistas internacionales que suelen limitar el acceso a estas cadenas.

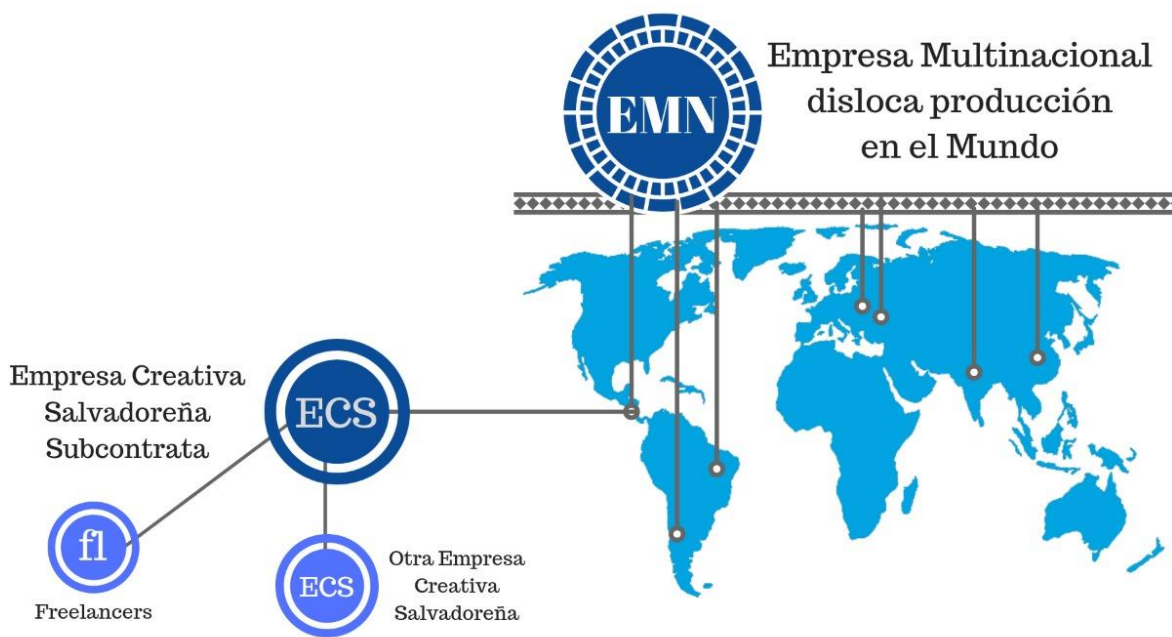
³⁸ Es uno de los beneficios que pretende tener la vinculación de empresas extranjeras con empresas nacionales menos tecnificadas, tanto a nivel organizacional como individual, en la medida que transfieren conocimiento a través de maquinaria, rutinas, habilidades y competencias.

Este último ha sido el caso de empresas como ArtCode, en torno a la industria de videojuegos, en la cual su experiencia ha distado de ser una empresa que se incorpora exitosamente a estas cadenas. ArtCode a pesar considerar que es necesario explorar con contratistas extranjeros, por sus propias debilidades no ha logrado incorporarse de manera exitosa a estas cadenas: “no es fácil salir al extranjero a encontrar clientes. Es algo que lleva mucho trabajo, hay que crear mucho portafolio inicialmente y eso se tiene que hacer localmente, y eventualmente comenzar a salir y ofrecer tus servicios con mejores tarifas”. Así mismo, la entrada a una industria global implica un nivel de competencia exacerbado, en donde los límites de competidoras lo conforman el número de empresas en todo el mundo que de alguna manera han logrado establecer relaciones de producción con empresas extranjeras (Bidegain, 2018).

Flamenco de Frame Freak Studio hace un aporte importante al señalar que un factor importante para poder participar en mercados globales es la estabilidad de la empresa en el tiempo, según menciona, una empresa puede aspirar a salir en la medida que supere los tres años de actividad en su rubro respectivo, de lo contrario no podrá ser tomada en cuenta por empresas de mayor importancia a nivel internacional (Flamenco, 2018).

Otra dificultad encontrada ha sido la incapacidad de encontrar empresas Publisher que se encarguen de gestionar el proyecto, por lo cual algunos conceptos desarrollado por empresas salvadoreñas no han logrado convertirse en productos finales. Proyectos como Nightmare from outspace, un videojuego para consola, conceptualizado y llevado a etapa de Demo por The Domaginarium en la edición 2015 de Pixels, no ha logrado ser llevada al mercado a falta de Publisher.

Ilustración 18 Cadena Global de Valor de la Industria Creativa Salvadoreña.



Fuente: Elaboración propia con base a empresas entrevistadas.

Por el contrario, en el entorno local también existen empresas con capacidades técnicas y organizacionales más desarrolladas que les ha permitido insertarse, al menos, de manera sostenible dentro de las cadenas globales de valor de las IC. Algunas de ellas han logrado establecer relaciones empresariales con grandes empresas líderes a nivel mundial, bajo esa experiencia Stonebot Studios ha logrado insertarse en la cadena global de videojuegos ofreciendo sus servicios a Sony, Microsoft, y logrando que sus videojuegos formen parte de la gama de PlayStation y Xbox.

La experiencia de Stonebot se centra en la Cadena de Valor de la industria de videojuegos, en la cual se auxilian de un tipo de empresa llamada “Publisher” que se encarga de financiar y rentabilizar el producto final en el mercado; para el caso, Stonebot logró establecer relaciones con Indietopia, empresa Holandesa, y de esta manera es que algunos de sus videojuegos, como The Last Friend, ha llegado a ser aceptado y distribuido en las plataformas de consolas más importantes a nivel mundial, de igual manera, The Domaginarium ha logrado que algunos de sus videojuegos, por ejemplo The Dreamlands, sean distribuidos por Playstation desde agosto del presente año.

Pero en el caso de Stonebot la experiencia ha sido más grande, en animación esta empresa ha logrado destacar con proyectos que han sido avalados por Amazon y Netflix Latinoamérica, sin embargo, a pesar de ello, no se han desarrollado porque hasta el momento de la entrevista, se carecía de financiamiento necesario para desarrollar temporadas completas (Martínez C. , 2018). Esto revela la gran dificultad a la cual deben enfrentarse las empresas de la IC para incorporarse a estas Cadenas Globales de Valor.

Tomando en consideración estas experiencias, es pertinente concluir que en los entornos locales son diversos factores los que condicionan la inserción de las empresas de la IC a las Cadenas Globales de Valor: Las capacidades técnicas y organizacionales, y la existencia de políticas orientadas al aprendizaje y la innovación.

Estos sectores de las IC se encuentran liderados por grandes conglomerados que marginan el papel de las pequeñas empresas, por tanto, las oportunidades de negocio que crea son limitadas, dado los altos niveles de competencia, propios de una industria global y fragmentada, en donde la flexibilidad y la velocidad de adaptación a nuevos entornos de las pequeñas empresas es la que determinará su participación en las grandes cadenas de valor.

Para el caso salvadoreño, existe un grupo limitado de empresas que ha logrado colarse hacia mercados globales, estas empresas se encuentran ligadas directamente al apoyo que han recibido del estado a través del premio PIXELS; paralelamente coexiste una nube de profesionales freelancers y empresas pequeñas que se encuentran confinadas en un estrato más bajo de la cadena, de valor: la subcontratación por parte de empresas creativas salvadoreñas.

CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Para concluir este trabajo de tesis, se desarrollarán en el presente capítulo las conclusiones obtenidas a través de lo largo de la investigación; de igual manera, se formulan ejes de políticas públicas como recomendaciones a seguir en el ámbito de las industrias creativas en El Salvador.

4.1 Conclusiones

1. El reconocimiento de las industrias creativas en la economía del país es reciente, parte a finales de la década pasada, donde el Estado a través de instituciones como el Ministerio de Economía y la División de Innovación y Calidad plantean la inclusión de la IC en la estrategia de transformación productiva y la incentivan a través de plataformas como el concurso PIXELS. A partir de allí, actores como la academia se suman a los esfuerzos por vincular su oferta de estudios con el mercado, ofreciendo carreras enfocadas en formar profesionales del diseño, de software, videojuegos y animación. Todo esto, junto a las acciones que gremiales empresariales como CASATIC desarrollan a partir del Clúster TIC, han permitido crear un ecosistema creativo en el cual han sobresalido emprendimientos de alto valor creativo y económico.

2. Sin embargo, la IC aun es incipiente, y a pesar de los esfuerzos que se han desarrollado para su fortalecimiento, aun existe mucha dispersión en cuanto a qué es y quienes la componen, y por tanto, cómo debe fomentarse para que se convierta en un sector generador de oportunidades reales de emprendimientos o empleos para la juventud que se ve encantada por tales actividades. La ausencia de un mapeo de las IC y de una cuenta satélite de cultura y creatividad, impide comprender la propia dinámica de los emprendimientos que componen la industria, y por ende, no es imposible formular políticas publicas mas acorde a sus necesidades.

3. Actualmente el único programa institucional para el desarrollo de la IC en los sub sectores de videojuegos, animación y audiovisuales es el Premio Pixels con sus pocas derivaciones, pero a pesar de que la experiencia resulta ser valorada por los participantes, también existen puntos de mejora, como eliminar el exceso de burocracia en los procesos, las entregas tardías

del efectivo, la poca capacidad de propuesta que tienen los ganadores y la participación de profesionales parte del proyecto que desconocen la dinámica de la industria.

4. La IC es una industria de fácil entrada, la experiencia muestra que no se necesita de grandes inversiones para empezar a producir bienes o servicios creativos, pero también es una industria con niveles exacerbados de competencia que acaban deprimiendo la mayoría de ideas emprendedoras, destinando a los jóvenes a prestar sus servicios a empresas que han logrado posicionarse dentro de las cadenas globales de valor. Han sobresalido aquellos emprendimientos que han sido resultados del concurso PIXELS, que han gozado de una inyección de capital de parte del estado y que fueron las primeras en incursionar dentro de las cadenas globales de valor.

5. El modelo de empleabilidad que se gesta en las empresas de la IC se basa en la flexibilización laboral, ya que, necesariamente, las empresas para lograr ser competitivas deben de ser capaces de reducir sus costos laborales, lo cual logran través de la subcontratación de jóvenes creativos por periodos de tiempo relativamente cortos. Esta forma de contratación precariza la fuerza de trabajo, en cuanto que no se goza de las garantías no mercantiles que ofrece un empleo formal, como la estabilidad laboral.

6. Esto se relaciona con el rol que cumplen las empresas referentes de la IC salvadoreña dentro de las cadenas globales de valor. Estas funcionan como nodos dentro de una red global en la cual se diseccionan la producción entre diversas partes del mundo, es por ello que las empresas referentes cubren proyectos otorgados por grandes conglomerados como Google, Netflix, Sony, Microsoft, entre otras. Debido a los grandes niveles de competencia dentro de esta industria global, la flexibilización de lo laboral se convierte en la norma de las relaciones de trabajo dentro de esta industria, es por ello que se sostiene que la IC es capaz de generar trabajo en la medida que contrata fuerza de trabajo, pero no genera empleo de calidad.

4.2 Recomendaciones: propuestas de políticas públicas

Tomando en consideración que la relación entre conocimiento, creatividad y tecnología se han convertido en poderosos conductores de las economías desarrolladas, y que, en el mundo globalizado las políticas en apoyo a las IC han llegado a tener gran relevancia, incluso en economías periféricas, se considera necesario formular algunas ideas generadoras para la formulación de políticas públicas en El Salvador que mejoren las capacidades creativas de la población, pero que a su vez, retomem recomendaciones que permita un tratamiento integral para corregir los subsanar los hallazgos encontrados.

A continuación, se exponen algunas recomendaciones para la formulación políticas públicas en fomento de la IC que se desprenden de los resultados de esta investigación:

Eje 1: Se debe considerar con mayor criticidad la Industria Creativa como política pública.

Un eje fundamental en el desarrollo de políticas públicas orientada a las industrias creativas, es otorgar un verdadero reconocimiento a los agentes que forman parte de la dinámica de estos sectores, para ello es necesario plantearse la urgencia de conocer la dinámica de la industria, y saber cómo surgen y se desarrollan los emprendimientos, cómo evolucionan las necesidades de los emprendedores, qué nivel de empleabilidad están generando y como se interpreta su contribución con los objetivos de un desarrollo económico y social integral, para lo cual se propone:

a. Transcender del esquema de la simple inyección de capital inicial a las empresas, y entender su dinámica de exclusión e inclusión de manera sistémica.

No comprender la dinámica de la IC salvadoreña ha llevado a que su incentivo a través de inyecciones de capital fomente el establecimiento de un grupo muy reducido de empresas creativas que centraliza la participación en las cadenas globales de valor, por lo cual, se recomienda profundizar el estudio de esta industria desde la academia, el estado y demás actores que intervienen en la formulación de políticas publicas.

b. Es necesario realizar un mapeo de las industrias creativas en El Salvador.

La mayoría de países en América Latina han comprendido la importancia de esta industria, pero pocos han desarrollado mapeos para conocer de manera concreta el estado de la IC. No

es casualidad que los países que han logrado superar esta dificultad poseen políticas de fomento mejor estructuradas que han dado como resultado una industria más fortalecida, para el caso, países que han realizado mapeos son Chile, Argentina, Brasil.

Un mapeo de las IC salvadoreñas permitiría conocer la estructura de la industria, aspectos relevantes sobre las unidades productivas formales, el empleo, estadísticas sobre comercio exterior, facturación de las empresas más importantes, fuentes de financiamiento, marcos regulatorios, y necesidades puntuales para el desarrollo.

c. Incorporar una cuenta satélite de cultura y creatividad.

El siguiente paso a un mapeo de las IC es incorporar una cuenta satélite de cultura y creatividad dentro del sistema cuentas nacionales.

El objetivo de esta cuenta satélite sería obtener información fluida y actualizada para poder realizar análisis especializados que no se encuentran ni siquiera representados en el actual sistema de cuentas nacionales de El Salvador.

De esa manera, se tendría que buscar contabilizar variables importantes como la generación de empleo, medios de producción que se utilizan para la producción de bienes y servicios creativos, la contribución de las industrias culturales al Producto Interno Bruto, pero año tras año.

Eje 2: Orientar una política integral de apoyo a emprendimientos creativos que considere lo educativo, la protección social y financiero, teniendo como ideas centrales el hecho de que la industria opera en una dinámica de manufactura flexible, subcontratación y precarización salarial.

d. Formación en emprendimientos creativos de alto valor.

Es necesario fortalecer la academia en función de fomentar el desarrollo de emprendimientos y la innovación. Si bien actualmente existen procesos importantes de vinculación de la academia con el sector de IC, no existe una integralidad en los objetivos, más allá de crear las competencias técnicas necesarias, inclusive, la formación de competencias en la academia resulta ser insuficiente, dado que la vinculación con la empresa continúa siendo débil.

Además, es importante fortalecer otras habilidades complementarias al manejo de negocios. Una de las principales barreras que expresaron los entrevistados fue el desconocimiento en

técnicas de administración de empresas, lo cual les ha ocasionado dificultades que han tenido que aprender a superar.

Una gestión exitosa de las IC requiere un sistema de educación nacional que ofrezca oportunidades de capacitación especializada en diferentes subsectores, tanto a nivel de educación superior y media, para garantizar la transmisión de conocimientos importantes para la participación profesional en esta industria.

e. Protección social a jóvenes que transitan en la dinámica de subcontratación.

Una medida importante para disminuir la precarización laboral del cual es sujeto la juventud empleable en las IC, sería reconocer a estas personas dentro del sistema de seguridad social, a expensas del modelo de empleabilidad de las IC que fomenta la subcontratación.

Garantizar las medidas no mercantiles propias a las personas que laboran por servicios profesionales conseguiría disminuir la precarización laboral.

f. Definir un ente autónomo de desarrollo de la Industria Creativa.

Actualmente no se tiene claro quién es el ente responsable del desarrollo de la IC, pues diversas instituciones como el Ministerio de Cultura, PROESA, DICA, las IES, e instituciones internacionales, llevan su propia agenda para el fomento de esta industria.

Algunos países como Argentina han decidido crear un ente autónomo que se encargue del desarrollo de dicha industria, y de esta manera centralizar las decisiones a través de un solo plan para todo el sector. La creación de un ente homólogo en El Salvador podría ser el impulsor de estas medidas que permitan una visualización más responsable, global y acertada de la Industria Creativa en El Salvador.

BIBLIOGRAFÍA

- Argandoña, A. (2001). *La Nueva Economía y el Crecimiento Económico*. Barcelona.
- Aris, S. (Septiembre de 2018). Entrevista a Sergio Aris de The Domaginarium. (M. V. Jhonny Bonilla, Entrevistador)
- Bidegain, J. (Agosto de 2018). Entrevista a José Bidegain de ArtCode . (M. V. Jhonny Bonilla, Entrevistador) San Salvador, San Salvador, San Salvador.
- BOP Consulting. (2010). *Mapping the Creative Industries: A Toolkit*. London: British Council's Creative and Cultural Series.
- Broncano, F. (2016). *El conocimiento, la creatividad y la imaginación: Aproximación desde la agencia productiva*. Obtenido de <http://www.filosoficas.unam.mx/docs/680/files/BRONCANO.pdf>
- Cámara Salvadoreña de Tecnologías de la Información y Comunicación. (2015). Obtenido de <http://www.casatic.org/primer-cluster-tic-en-el-pais/>
- Casani, F., Pomeda, J. R., & Sánchez, F. (2012). *Los nuevos modelos de negocio en la economía creativa: Emociones y redes sociales*. Universia Business Review.
- CASATIC. (Marzo de 2015). *Primer Cluster TIC en el país*. Recuperado el Agosto de 2018, de www.casatic.org: <http://www.casatic.org/primer-cluster-tic-en-el-pais/>
- Castells, M. (1995). *La ciudad informacional: tecnología de la información, reestructuración económica y el proceso urbano-regional*. Madrid: Alianza Editorial.
- Castells, M. (2000). *La era de la información: economía, sociedad y cultura* (Segunda ed., Vol. I). Massachusetts.
- Castells, M. (2000). *La era de la información: economía, sociedad y cultura* (Segunda ed., Vol. I).
- CEPAL/OEI. (2014). *Cultura y desarrollo económico en Iberoamérica* . Comisión Económica para América Latina y el Caribe/Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura , Madrid.
- Consejo Nacional de Cultura y las Artes. (2014). *Mapeo de las Industrias Creativas en Chile*. Santiago, Chile.
- Cunningham, S. D., & Higgs, P. L. (2008). *Creative industries mapping: where have we come from and where are we going?*
- David, P. A., & Foray, D. (2002). Fundamentos económicos de la sociedad del conocimiento. *Comercio Exterior*, 52, 472-490.
- DCMS. (1998). *Creative Industries Mapping Document*.
- Departamento de Comunicaciones y las Artes de Australia. (s.f.). *Analisis & Policy Observatory*. Recuperado el Octubre de 2017, de <http://apo.org.au/node/29704>
- Despinoy, R. (2017). *¿Qué es Fair Programming?* CASATIC.

- Despinoy, R. (2017). Centros de aprendizaje y de trabajo a distancia (CDS) y sello “Fair Programming”.
- Despinoy, R. (09 de 2018). Entrevista a Roland Despinoy, CEO de Central America Software & Service y Presidente de CASATIC. (J. Bonilla, & M. Vasquez, Entrevistadores) San Salvador, El Salvador.
- DICA, D. d. (2010). Obtenido de <http://www.innovacion.gob.sv/pixels/index.php/publicaciones/261-memoria-pixels-2010>
- DICA, D. d. (2011). Obtenido de <http://www.innovacion.gob.sv/pixels/index.php/publicaciones/262-memoria-pixels-2011>
- DICA, D. d. (2012). Obtenido de <http://www.innovacion.gob.sv/pixels/index.php/publicaciones/318-memoria-pixels-2011-2012>
- DICA, D. d. (2016). Obtenido de <http://www.innovacion.gob.sv/pixels/index.php/2018-06-26-19-39-26>
- DICA, D. d. (2018). Obtenido de <https://www.facebook.com/premiopixels/photos/rpp.137625381643/10155594367056644/?type=3&theater>
- Dussel, E. (2018). *Cadenas globales de valor: Metodología, teoría y debates*. San José, Costa Rica.
- Factum, R. (1 de Agosto de 2016). Obtenido de <http://revistafactum.com/entrevista-viceministra-merlin-barrera/>
- Flamenco, R. (Agosto de 2018). Entrevista a Rodrigo Flamenco de Frame Freak Studios. (M. V. Jhonny Bonilla, Entrevistador) San Salvador, San Salvador, El Salvador.
- Flew, T. (2013). *Global Creative Industries*. Polity Press.
- Flew, T. (2013). *Global Creative Industries*. Cambridge: Polity Press.
- Florida, R. (Marzo de 2003). *Cities and The Creative Class*. *City & Community*.
- Fundación COTEC. (s.f.). Obtenido de <http://cotec.es/foro-economico-mundial/>
- Gereffi, G. (abril-junio de 2001). Las cadenas productivas como marco analítico para la globalización. *Problemas del desarrollo*, 32.
- Howkins, J. (2001). *The Creative Economy*. London: Penguin books.
- Howkins, J. (2011). *The Creative Economy: How people make money from ideas*.
- Incubadora de empresas Germina. (Septiembre de 2016). Incubadora de Empresas GERMINA (Programa permanente UFG) . San Salvador, El Salvador.
- Iranzo, C., & Leite, M. d. (2006). *La subcontratación laboral en América Latina*.
- Kosik, K. (1967). *Dialéctica de lo concreto*.

- Lizeranzu, G. A., & Olmedo, R. P. (2001). NUEVA ECONOMIA: Naturaleza del crecimiento y aspectos microeconómicos. *Nueva Economía y Empresa*.
- Lundvall, B.-Å., & Johnson, B. (Noviembre de 1994). The Learning Economy. *Journal of Industry Studies*, 23-42.
- Mansilla, D. (2014). *Marcos y Paradigmas. Apuntes para una vinculación de la Economía y la Sociología de la Tecnología*.
- Martínez, C. (27 de Agosto de 2018). Entrevista a Carlos Martínez de Stonebot Studios. (J. Bonilla, Entrevistador)
- Martinez, J. F. (Agosto de 2017). La importancia de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación e innovación en el desarrollo económico de El Salvador. San Salvador, El Salvador.
- Martínez, M., Prieto, A. T., Rincón, Y., & Carbonell, D. (Julio de 2007). Aprendizaje en las comunidades de conocimiento desde una perspectiva organizacional: Una aproximación teórica. *Revista ORBIS(7)*, 46-64.
- Masllorens, J. L. (Mayo de 2005). La creación de empresas en la economía del conocimiento. *X Jornada de Economía de Caixa Manresa*.
- Masllorens, J. L. (2005). *La creación de empresas en la economía del conocimiento*.
- Ministerio de Cultura y Deporte. (2018). *Plan de fomento de las industrias culturales y creativas*. Arial digital.
- Montoya, J. E. (2016). *Elementos teóricos de Parques Científico Tecnológicos: una revisión desde los conceptos de tecnología, proximidad e innovación*. San Salvador, El Salvador.
- Navarro, M. (2001). *Los Sistemas Nacionales de Innovación: Una revisión de la literatura*. Madrid.
- OECD. (1996). *The knowledge-based Economy*.
- OMPI. (2003). *Guía para determinar la contribución económica de las industrias relacionadas con el derecho de autor*. Ginebra.
- OMPI. (2006). *Gestión de Empresas Creativas*. Paris.
- OMPI. (2017). *How to make a living in the Creatives Industries*.
- Ordoñez, S. (2004). La nueva fase de desarrollo y el capitalismo del conocimiento.
- Ordoñez, S. (Enero de 2004). La nueva fase de desarrollo y el capitalismo del conocimiento: elementos teóricos. *Comercio Exterior*, 54.
- Ordóñez, S. (Julio de 2006). Capitalismo del Conocimiento: ¿México en la integración? *Problemas del Desarrollo*, 37, 51-77.
- Ordoñez, S. (2011). *Capitalismo del conocimiento e industria de servicios de telecomunicaciones en México*. México, D.F.

- Perdomo, L. A. (2015). Vinculación U-E: el caso de la Universidad Francisco Gavidia por medio de su incubadora de empresas GERMINA y el Centro de Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa (CDMYPE) . *Encuentro de saberes: universidad-empresa para la innovación* , I.
- Pérez, C. (1996). Nueva Concepción de Tecnología y Sistema Nacional de Innovación. (S. Época, Ed.) *Cuadernos de CENDES*, 9-33.
- Pérez, C. (2010). Revoluciones tecnológicas y paradigmas tecno. *Cambridge Journal of Economics*, 34(1), 185-202.
- PNUD. (2009). *Cuadernos sobre Desarrollo Humano*. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, San Salvador.
- Potts, J. (2011). *Creatives Industries and Economics Evolution*. cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.
- Presidencia de la República de El Salvador. (2016). *Economía*. Recuperado el 2018, de www.presidencia.gob.sv: <http://www.presidencia.gob.sv/ministerio-de-economia-premia-a-ganadores-de-viii-edicion-de-premios-pixels/>
- Restrepo, F. B., & Márquez, I. D. (2013). *La Economía Naranja: Una oportunidad infinita*.
- Ríos, M. Á. (2005). *Capitalismo informático, cambio tecnológico y desarrollo nacional*. México D.F: Casa Juan Pablos Centro Cultural S.A de C.V.
- Rivas, C. (Septiembre de 2018). Entrevista a Carlos Rivas de Kadevjo. (M. Vasquez, Entrevistador)
- RTI Internacional. (2015). *Perfil Sectorial: Tecnologías de la Información y Comunicación*. USAID/ El Salvador.
- Sáinz, J. P. (2014). *Mercados y Bárbaros: La persistencia de las desigualdades de excedente en America Latina*. San José , Costa Rica.
- Schumpeter, J. A. (2002). *Ciclos Económicos: Análisis teórico, histórico y estadístico del proceso capitalista*.
- Schwab, K. (2016). *La Cuarta Revolución Industrial*.
- Serrano, M. T. (Diciembre de 2004). Creatividad: Definiciones, antecedentes y oportaciones. *Revista Digital Universitaria*, 5(1). Obtenido de <http://www.revista.unam.mx/vol.5/num1/art4/art4.htm>
- Trigo, J. P. (2015). El debate de la creatividad y la economía en las ciudades actuales y el papel de los diferentes actores: algunas evidencias a partir del caso de estudio de Madrid . *Investigaciones Geográficas - UNAM*, 87, 62-75.
- UNCTAD. (2008). *Creative Economy Report*.
- UNCTAD. (2010). *Informe de Economía Creativa / Resumen*.
- UNCTAD. (2010). *UNCTAD*. Obtenido de (http://unctad.org/en/Docs/ditctab20103_en.pdf)

UNESCO. (2010). *Políticas para la creatividad: Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas*. Argentina.

UNESCO. (2013). *Informe sobre la Economía Creativa*.

UNESCO. (2013). *Informe sobre la Economía Creativa: Ampliar los cauces de desarrollo local*. México: Offset Santiago.

UNESCO. (2013). *UNESCO*. Obtenido de UNESCO: <http://www.unesco.org/bpi/pdf>

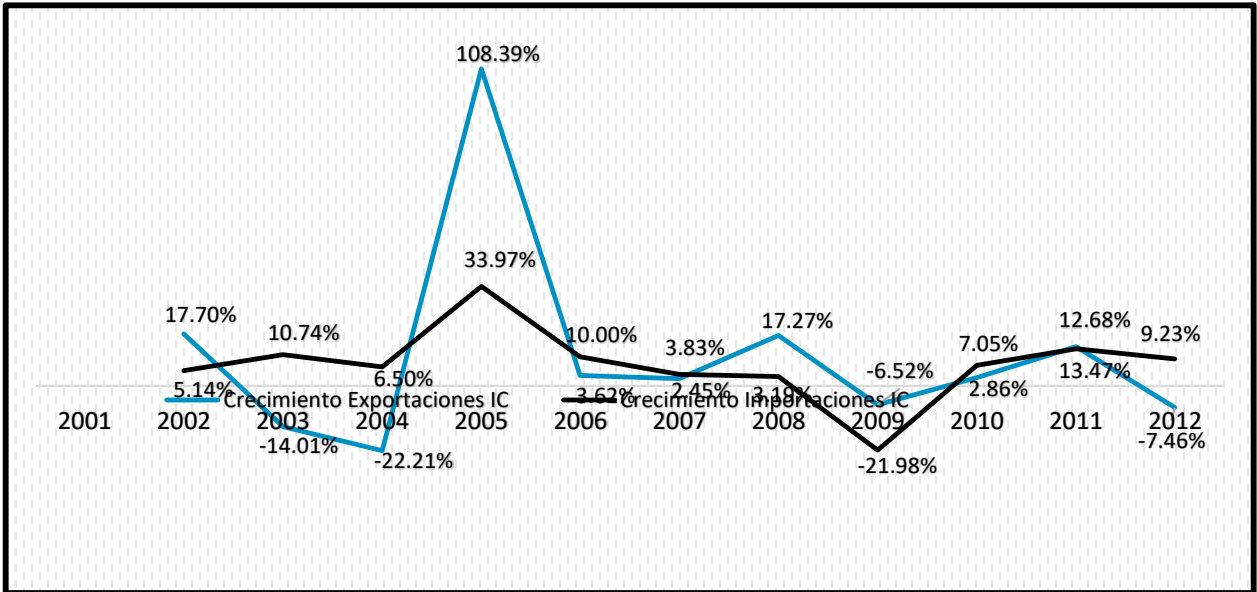
USAID. (2016). *Clúster de Tecnologías de la Información y Comunicación: Primer año de actividades*.

Vélez, E. G. (2016). *Las políticas públicas para el fomento de las industrias culturales en América Latina*.

White, S. (13 de Enero de 2017). *Leaving the European Union: Impact on the Creative Industries* .

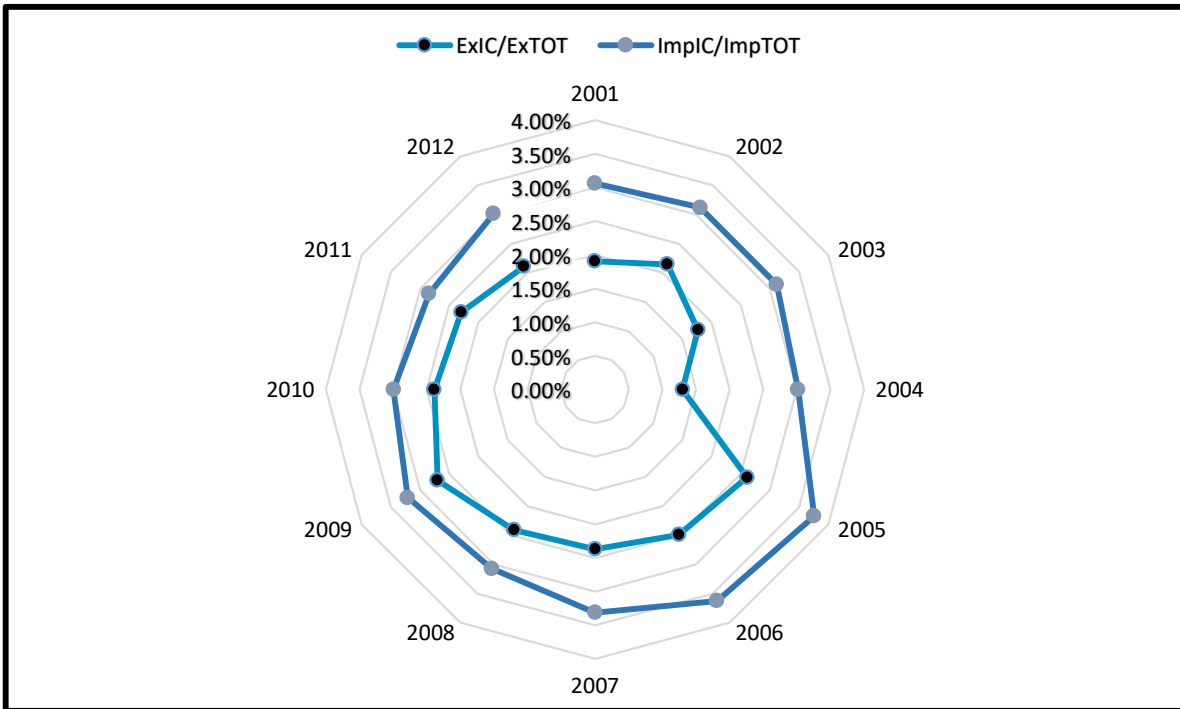
ANEXOS

Anexo 1: Crecimiento de las exportaciones e importaciones de la Industrias Creativas, El Salvador, periodo 2002 - 2012.



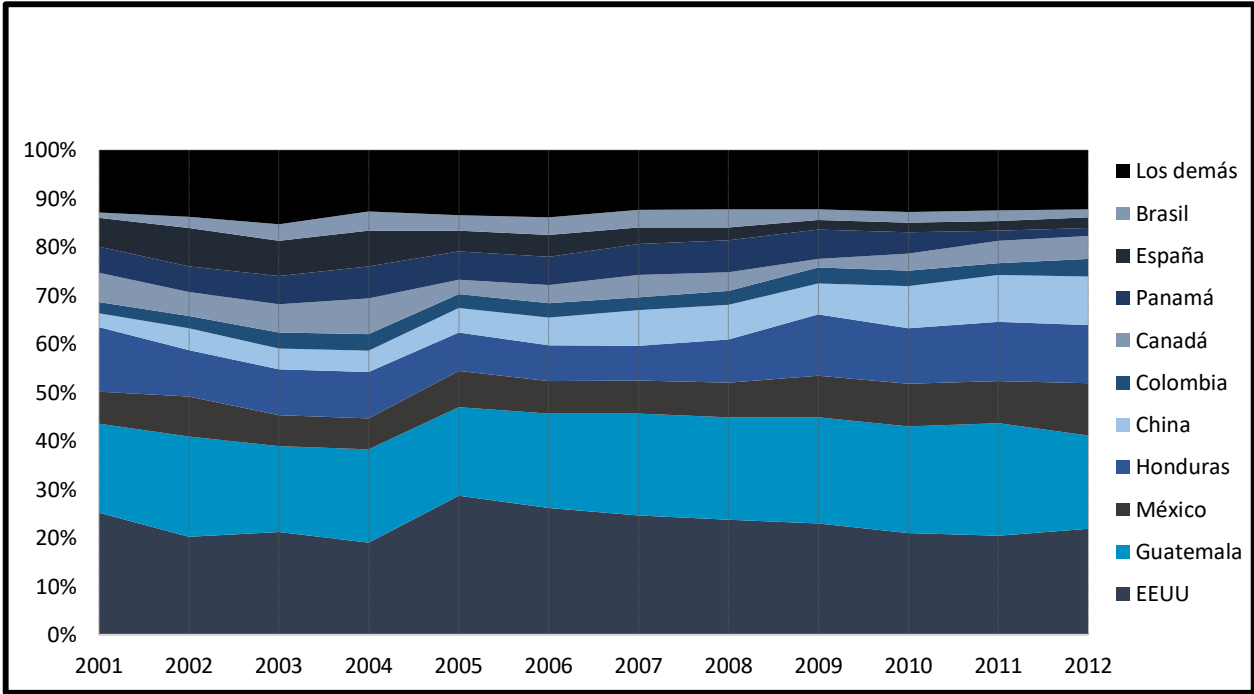
Fuente: Elaboración propia con base en datos de Trademap.

Anexo 2: Participación de las exportaciones e importaciones de la Industria Creativa en las exportaciones e importaciones totales respectivamente, El Salvador 2001 - 2012.



Fuente: Elaboración Propia en base a datos de TradeMap.

Anexo 3: Composición de las importaciones de la Industria Creativa pro país de procedencia, El Salvador, periodo 2001 - 2012.



Fuente: Elaboración Propia en base a datos de TradeMap.

Anexo 4: Entrevista a Sector Académico

Objetivo: Conocer el rol que ejerce el sector académico dentro del desarrollo de las industrias creativas en el país.

Preguntas

Historia

1. ¿Cómo surge la iniciativa de crear el Instituto de Ciencia, tecnología e innovación?

La academia y las industrias creativas

1. ¿Existe interés por la IC dentro de la agenda de las IES?
2. ¿Como las IC se vuelven importantes para la academia?
3. ¿Qué esfuerzos se están desarrollando desde la academia para los sectores creativos?
4. ¿Hay incidencia del contexto internacional para el programa educativo de la IES?
5. ¿Considera usted que es el conocimiento el factor productivo mas importante dentro de la IC?
6. Carreras que se ofrecen y por qué
7. Perfil del estudiante que ingresa a esas carreras
8. ¿Qué destrezas se adquieren en esas carreras?
9. Ingreso de estudiantes a carreras
10. ¿Cómo se insertan estos estudiantes al Mercado laboral?

Clúster TIC y ecosistema de innovación

1. ¿Como llega la Universidad a vincularse con la Empresa privada y el gobierno?
2. ¿Considera que existe una coordinación eficiente que genere un clima de innovación en nuestro país?
3. ¿Como instituto, han participado en programas gubernamentales para el desarrollo de la industria?
4. ¿Existe algún tipo de coordinación de las IES con la empresa privada, emprendimientos, en programas de asistencia técnica, asesoramiento, incubadoras, aceleradoras, etc.?
5. ¿Cuál es la visión que posee el instituto sobre un ecosistema de innovación que incluya estos sectores?
6. ¿Cuáles son los avances del Clúster TIC, líneas de trabajo y estado actual?
- 7.

Caracterización de la IC, emprendimientos, productos

1. ¿Cuál es su visión sobre la IC nacional? ¿Tiene futuro? ¿Es incipiente?
2. ¿Cual es el perfil del emprendedor salvadoreño dentro de la IC?
3. ¿Como deben apoyarse emprendimientos de alto valor creativo y económico?
4. ¿Conoce de emprendimientos dentro de la UFG?
5. ¿Que productos han surgido dentro de la Universidad que han tenido éxito empresarial?
6. ¿De que forma se puede contribuir a desarrollar mas emprendimientos dentro de la UFG específicamente y en la academia generalmente? ¿Lo están haciendo?
7. Perspectivas de la IC en ESA

Anexo 5: Cuestionario a Empresas

Fecha _____

Cuestionario a Empresas

Empresa: _____

Rubros: _____

Año de Creación: _____

Dirección: _____

Contacto: _____

Objetivo:

Comprender la dinámica de las empresas de Industria Creativa en relación a su surgimiento, factores productivos, flujos económicos y relaciones con otras empresas, sectores y gobierno.

- **Historial**

1. ¿Cuándo surge la idea de negocio y cómo fue el proceso de formalización de la empresa?
2. ¿Cuáles han sido las principales barreras internas que han tenido que superar como empresa?
3. ¿Cuáles han sido las principales barreras externas que han tenido que superar como empresa?
4. ¿Qué significa para ustedes trabajar en el rubro de las industrias creativas con mayor contenido tecnológico y creativo en nuestro país?
5. ¿Qué lecciones podría formular sobre el mercado nacional que tienen las empresas dentro de la Industria Creativa?

- **Empleo**

1. ¿Cuentan con un número fijo de empleados o es flexible de acuerdo a los requerimientos de los proyectos que atienden?
2. ¿Qué habilidades y competencias buscan dentro de las personas que trabajan en su empresa?
3. ¿Considera que dichas habilidades son difíciles de adquirir y que requieren de un proceso especial de formación?
4. ¿Considera que El Salvador cuenta con la suficiente oferta laboral que las empresas, dentro del rubro de Industrias Creativas, requiere?

- **Capital**

1. ¿Con qué monto de capital se puede iniciar un negocio similar el de su empresa?
2. ¿Qué herramientas son necesarias para la ejecución y creación de contenido a ofrecer?
3. ¿Cuál es el monto en capital que poseen ahora?
4. ¿Qué herramientas no poseen y serían de mucha utilidad a la empresa? ¿Para qué servirían?

- **Producción de servicios, proyectos o productos.**

1. ¿Qué ofrecen? ¿Qué servicios, productos o proyectos?

2. ¿Cómo es el proceso para la creación de sus servicios, productos o proyectos?
3. ¿Cuánto tiempo duró la producción de sus últimos 3 proyectos?
4. ¿Cuál es el elemento (herramienta o habilidad) más importante dentro de la producción?
5. ¿Qué hace su oferta diferente a los otros?
6. ¿Cuál es el servicio, producto o proyecto más importante que han desarrollado?
¿Por qué es el más importante? Describalo.
7. ¿Cuál es el servicio, producto o proyecto más común para la empresa?
8. ¿Se realizan operaciones fuera del país? ¿Qué operaciones?

- **Venta**

- 1- ¿Cuál es el destino de la producción? ¿A quiénes se vende? ¿A qué sectores o industrias? ¿A qué empresas?
- 2- ¿Exporta sus productos actualmente? ¿A qué países?
- 3- ¿Cuáles son los montos de venta anual y mensual?
- 4- ¿En qué país o países se factura las ventas?

- **Valor Agregado**

1. ¿Cuál es el beneficio monetario de a le empresa en los últimos años?
2. ¿Ha percibido un aumento en sus utilidades en los últimos años?
3. ¿En qué país se registran sus beneficios?

- **Gobierno**

- 1- ¿Ha recibido algún tipo de ayuda del Estado, como asistencia técnica, financiamiento? ¿Bajo qué políticas?
- 2- ¿Cuál es la experiencia obtenida en PIXELS?
- 3- ¿Qué aspectos considera que deben mejorarse dentro del programa?
- 4- ¿Participan en programas similares a PIXELS?
- 5- ¿Qué elementos considera que debería tener la infraestructura institucional del Estado para fomentar el desarrollo de las industrias creativas en el país?
- 6- ¿Está incentivado a trabajar en el país? ¿Por qué?
- 7- ¿Qué ventajas ofrece trabajar acá en el país frente a otros países?
- 8- ¿Existen impuestos que afectan sus beneficios e incentivos para llevar a cabo las actividades en El país?

- **Clúster Industrial**

- 1- ¿Se comparte contenido con empresas similares?
- 2- ¿Subcontrata servicios de otras empresas?
- 3- ¿Hay otras empresas que subcontratan sus servicios?
- 4- ¿Hay una estrategia cooperativa entre diferentes empresas o actúan frente al mercado de forma individual?
- 5- ¿Existen estrategias de comercio en conjunto con otras empresas?
- 6- ¿Se comparten o combinan habilidades?
- 7- ¿Se opta por estrategias de aprendizaje en conjunto con otras empresas?
- 8- ¿Hay intercambio de trabajadores con otras empresas en el mismo rubro? ¿De qué manera?
- 9- ¿Con qué empresas compite en el mercado? ¿Nacionales o internacionales?