



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO
CARRERA DE ECONOMÍA**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
ECONOMISTA**

TEMA

**ANÁLISIS DE LA ECONOMÍA CREATIVA EN EL MARCO DE LA
CRISIS SANITARIA POR LA COVID 19**

TUTOR

MSC. EVELIN CADENA CHILA

AUTORES

JESSICA ARIANA ALVARADO ZULOAGA

GUAYAQUIL

2023



REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	
FICHA DE REGISTRO DE TESIS	
TÍTULO Y SUBTÍTULO: Análisis de la economía creativa en tiempos de pandemia COVID-19 en Ecuador	
AUTOR/ES: Alvarado Zuloaga Jessica Ariana.	REVISORES O TUTORES: Cadena Chila Evelin
INSTITUCIÓN: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil	Grado obtenido: Economista
FACULTAD: Ciencias Sociales y Derecho	CARRERA: Economía
FECHA DE PUBLICACIÓN: 2023	N. DE PAGS: 72
ÁREAS TEMÁTICAS: Ciencias Sociales y del Comportamiento	
PALABRAS CLAVE: economía, creatividad, empresa, pandemia	
RESUMEN: <p>El presente estudio tuvo como objetivo analizar la economía creativa en microempresas de la ciudad de Guayaquil en el marco de la crisis sanitaria por la COVID-19. El problema se enfocó en la crisis que generó el covid-19 a las microempresas, donde se obligó a los pequeños negocios a cerrar sus puertas por el impacto del estado de excepción. En este contexto se tuvo que reactivar la economía de todos los pequeños negocios y reactivar la</p>	

economía con el cumplimiento de bioseguridad para poder seguir con el negocio. La metodología supone un estudio cuantitativo y cualitativo, enfoque mixto en el cual se puede evidenciar la aplicación de la encuesta y la entrevista. La población fue de 60 microempresas en Guayaquil. El muestreo fue no probabilístico por conveniencia. Los resultados arrojaron que la mayor parte de las microempresas tuvieron que cerrar sus puertas hasta que el estado de excepción terminara, hubo despido de personal, bajaron las ventas. No hubo un adecuado aprovechamiento de las oportunidades que genera la economía de la creatividad.

Palabras claves: economía, creatividad, empresa, pandemia

N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTOR/ES: Alvarado Zuloaga Jessica	Teléfono: 0986848065	E-mail: jalvaradoz@ulvr.edu.ec
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Decana: Mg. Diana Almeida Aguilera Teléfono: (04) 2596500 Ext. 240 E-mail: dalmeidaa@ulvr.com.ec Director de Carrera: Mg. Rosa Salinas Heredia Teléfono: (04) 2596500 Ext. 226 E-mail: rsalinash@ulvr.com.ec	

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO

TESIS JÉSSICA ALVARADO

INFORME DE ORIGINALIDAD

7% INDICE DE SIMILITUD	8% FUENTES DE INTERNET	3% PUBLICACIONES	5% TRABAJOS DEL ESTUDIANTE
----------------------------------	----------------------------------	----------------------------	--------------------------------------

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Politécnica Estatal de Carchi Trabajo del estudiante	1%
2	documentop.com Fuente de Internet	1%
3	dominiodelasciencias.com Fuente de Internet	1%
4	www.tfc.com.ec Fuente de Internet	1%
5	repositorio.ug.edu.ec Fuente de Internet	1%
6	www.slideshare.net Fuente de Internet	1%
7	Submitted to Universidad Internacional SEK Trabajo del estudiante	1%
8	www.derechoecuador.com Fuente de Internet	1%
9	Submitted to Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil Trabajo del estudiante	1%

Excluir citas

Excluir bibliografía

Apagado

Activo

Excluir coincidencias: < 1%

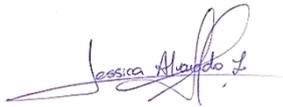


UNIVERSIDAD
LAICA VICENTE
ROCAFUERTE

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

La estudiante egresada JESSICA ARIANA ALVARADO ZULOAGA, declara bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, Análisis de la Economía Creativa en tiempos de pandemia COVID-19 en Ecuador, corresponde totalmente a la suscrita y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo (hemos) los derechos patrimoniales y de titularidad a la |Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.



Firma:

JESSICA ARIANA ALVARADO ZULOAGA

C.I. 0929486942

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación Análisis de la Economía Creativa en tiempos de pandemia COVID-19 en Ecuador, designado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: Análisis de la Economía Creativa en tiempos de pandemia COVID-19 en Ecuador, presentado por los estudiantes JESSICA ARIANA ALVARADO ZULOAGA como requisito previo, para optar al Título de ECONOMISTA, encontrándose apto para su sustentación.



Firma:

MSC. EVELIN CADENACHILA

C.C. 0925815532

AGRADECIMIENTO

Al concluir esta etapa en mi vida quiero extender un profundo agradecimiento, a quienes hicieron posible este sueño, a aquellos que caminaron junto a mí en todo momento y siempre fueron inspiración, apoyo y fortaleza. Esta mención en especial a Dios, a mis padres, mi hermano, mi esposo e hijo, muchas gracias a ustedes por demostrarme que “el verdadero amor no es otra cosa que el deseo inevitable de ayudar al otro para que este se supere”

Mi gratitud a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, gracias a cada docente quienes con su apoyo y enseñanzas constituyen la base de mi vida profesional.

DEDICATORIA

Dedico esta tesis con todo mi amor y mi corazón a mi Madre, pues sin ella no lo habría logrado, tu ayuda ha sido fundamental para mí y tu bendición a diario a lo largo de mi vida que siempre me ha protegido y llevado por el camino del bien, por ello te dedico mi trabajo de tesis, por tu paciencia y esfuerzo que tuviste conmigo siempre. Te amo Mamá.

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo analizar la economía creativa en microempresas de la ciudad de Guayaquil en el marco de la crisis sanitaria por la COVID-19. El problema se enfocó en la crisis que generó el covid-19 a las microempresas, donde se obligó a los pequeños negocios a cerrar sus puertas por el impacto del estado de excepción. En este contexto se tuvo que reactivar la economía de todos los pequeños negocios y reactivar la economía con el cumplimiento de bioseguridad para poder seguir con el negocio. La metodología supone un estudio cuantitativo y cualitativo, enfoque mixto en el cual se puede evidenciar la aplicación de la encuesta y la entrevista. La población fue de 60 microempresas en Guayaquil. El muestreo fue no probabilístico por conveniencia. Los resultados arrojaron que la mayor parte de las microempresas tuvieron que cerrar sus puertas hasta que el estado de excepción terminara, hubo despido de personal, bajaron las ventas. No hubo un adecuado aprovechamiento de las oportunidades que genera la economía de la creatividad.

Palabras claves: economía, creatividad, empresa, pandemia

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	I
CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO	iv
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES.....	v
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	vi
AGRADECIMIENTO	vii
DEDICATORIA	viii
RESUMEN.....	ix
ÍNDICE GENERAL.....	x
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	3
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	3
1.1 Tema.....	3
1.2 Planteamiento del Problema.....	3
1.4 Sistematización del Problema.....	5
1.5 Objetivo General	6
1.6 Objetivos Específicos.....	6
1.7 Justificación	6
1.8 Delimitación del Problema.....	7
1.9 Idea a Defender	7
1.10 Línea de Investigación Institucional/Facultad	7
CAPÍTULO II	8
MARCO TEÓRICO	8
2.1 Estado del arte	8
2.3 Economía creativa.....	18
2.4 Industrias creativas	19
2.5 La Pandemia de COVID-19.....	20
2.6 Marco Conceptual.....	22
Economía creativa	22
.....	22

La economía digital en América Latina	22
Empleo	22
Desempleo	22
Desarrollo económico	23
Economía colaborativa	23
Tecnología de la información (TIC)	23
Microempresa	23
.....	23
Desarrollo económico	24
2.7 Marco Legal	24
2.7.1 Constitución de la República del Ecuador (2008)	24
2.7.2 Código del Trabajo	26
2.7.3 Código de Comercio	26
2.7.4 Ley Orgánica de Apoyo Humanitario para combatir la crisis sanitaria derivada del Covid-19	27
2.7.5 Ley Orgánica de Simplificación y Progresividad Tributaria	28
.....	28
CAPÍTULO III	29
3.1 Metodología	29
3.2 Tipo de investigación	29
3.3 Enfoque	30
3.4 Técnica e instrumentos	30
Entrevista	30
3.5 Población	31
3.6 Muestra	31
3.7 Análisis de los resultados	32
CAPÍTULO IV	44
ANÁLISIS DE RESULTADOS	44
CONCLUSIONES	51
RECOMENDACIONES	52
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	53
ANEXOS	56

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1. Descripción de los ingresos.....	32
Tabla 2. Medidas tomadas ante la pandemia.....	33
Tabla 3. Grado de afectación del modelo de trabajo.....	34
Tabla 4. Afectación de la colaboración.....	35
Tabla 5. Percepción futura de negocio	36
Tabla 6. Estrategias de ventas utilizada durante el estado de excepción.....	37
Tabla 7. Descripción de la economía antes del estado de excepción.....	38
Tabla 8. Percepción de la cultura de creatividad en la empresa.....	39
Tabla 9. Grado de animación a los trabajadores	40

ÍNDICE DE FIGURA

Figura 1. Descripción de los ingresos.....	32
Figura 2. Medidas tomadas ante la pandemia.....	33
Figura 3. Grado de afectación del modelo de trabajo.....	34
Figura 4. Afectación de la colaboración.....	35
Figura 5. Percepción futura de negocio	36
Figura 6. Estrategias de ventas utilizada durante el estado de excepción.....	37
Figura 7. Descripción de la economía antes del estado de excepción.....	38
Figura 8. Percepción de la cultura de creatividad en la empresa.....	39
Figura 9. Grado de animación a los trabajadores	40

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Evidencias de la investigación de campo	56
---	----

INTRODUCCIÓN

La emergencia sanitaria provocada por la pandemia del Covid-19 ha afectado severamente a las economías nacionales e internacionales y ha provocado cambios en nuestra forma de participar y actuar. Dentro de este marco se desarrolla la investigación: “ ANÁLISIS DE LA ECONOMÍA CREATIVA EN EL MARCO DE LA CRISIS SANITARIA POR LA COVID 19 “.

La economía creativa puede ser una solución efectiva para las microempresas que buscan atenuar los efectos negativos de la pandemia COVID-19. Ello se justifica a partir de varias razones: la creatividad puede ayudar a estas empresas a encontrar nuevas formas de ofrecer sus productos o servicios pudiendo usar la creatividad para encontrar formas de vender sus productos en línea. Esto puede incluir la creación de una tienda virtual o la venta a través de redes sociales.

Asimismo, la economía creativa puede ayudar a las microempresas a diversificar sus ingresos. Si una empresa se basa en un solo producto o servicio, su supervivencia puede verse amenazada si ese producto o servicio ya no es viable debido a la pandemia. La creatividad puede ayudar a estas empresas a identificar nuevas oportunidades de ingresos que les permitan diversificar sus fuentes de ingresos y reducir su dependencia de un solo producto o servicio.

Del mismo modo, la economía creativa puede ayudar a las microempresas a adaptarse más rápidamente a los cambios del mercado. La pandemia ha cambiado la forma en que muchas empresas hacen negocios, y las empresas que pueden adaptarse rápidamente a estos cambios tienen una ventaja competitiva. Las empresas que pueden aprovechar la creatividad para identificar nuevas oportunidades y encontrar formas innovadoras de operar están mejor posicionadas para adaptarse a los cambios del mercado y mantenerse relevantes en la economía actual.

El proyecto de titulación se estructuró en tres capítulos: el capítulo I refiere el diseño de la investigación en el que se desarrolla el planteamiento del problema de manera específica, es decir, la situación e impacto que afrontaron los microempresarios de la ciudad de Guayaquil, además se planteó la formulación del problema, los objetivos, la sistematización del problema que responden a los objetivos específicos, la idea a defender y la línea de investigación institucional.

El capítulo II comprende el desarrollo del marco teórico, antecedentes investigativos relacionados con el problema investigado, los fundamentos teóricos y el marco legal pertinente. El capítulo III se refiere a la metodología de la investigación, su enfoque, alcance, técnicas e instrumento de estudio. También expone los resultados de la investigación y su análisis correspondiente. Finalmente se exponen las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Tema

Análisis de la economía creativa en el marco de la crisis sanitaria por la COVID- 19

1.2 Planteamiento del Problema

La economía creativa está ligada con el surgimiento de nuevos emprendimientos en el Ecuador, de acuerdo a un informe de Coba para la Revista Primicias (2020), se expone lo siguiente: “Hasta diciembre de 2020 se detectaron 248 emprendimientos tecnológicos en Ecuador. La mayoría pertenece a los segmentos de tecnología financiera y comercio digital” (p. 2).

Lo anteriormente expuesto, refiere una respuesta a los inconvenientes causados por la pandemia en los negocios. Al respecto, se ha desarrollado nuevas conceptualizaciones ligadas con la economía, como es el caso de la economía creativa, la misma que hace referencia a dos sectores en concreto como son el de estimulación de ideas y el conocimiento para posteriormente desarrollar proyectos dentro del sector industrial-cultural y de las telecomunicaciones.

Estas medidas tienen un mayor impacto en las empresas que tienen falencias por motivos de liquidez y logística. Ello les dificulta operar y enfrentan problemas financieros como el pago a los empleados, se ven obligados a reducir el tamaño del personal, lo que lleva a un aumento del desempleo y al desplazamiento de puestos de trabajo adecuados a la informalidad en muchos casos.

Con relación a la situación generada por la pandemia a causa del COVID-19, los emprendimientos en el Ecuador registraron un incremento alcanzando un promedio de 36,2%, superior al 29.6% registrado en el periodo 2017 según el informe elaborado por el Monitor de Emprendimiento Global (GEM, 2020). Este aumento se ha debido a factores como carencia de fuentes de empleo estables, despidos laborales, y

aprovechamiento de las habilidades y conocimientos que las personas buscan explotar y que a partir de la pandemia incrementó como alternativa de las personas para hacer frente al golpe económico (Redacción Revista Líderes, 2019).

Si bien el incremento de los emprendimientos en Ecuador se percibe como un aspecto favorable debido a que se dinamiza la economía, también existen desafíos a nivel social, donde el recurso humano capacitado en diversas áreas, tiene menos motivación por trabajar en una organización y desaprovechar todo el conocimiento para el impulso de industrias y sectores productivos de alta rentabilidad. Por ello, de acuerdo a lo expuesto previamente, el problema identificado radica en la falta de un análisis la economía creativa, como oportunidad en el marco de la crisis sanitaria por la COVID-19.

En este sentido, la investigación se centra en emprendimientos estudiados durante los últimos meses de pandemia del año 2021 considerando como situación ideal alcanzar un adecuado aprovechamiento del potencial creativo de los ecuatorianos para impulsar el desarrollo de la microempresa para una mejor comercialización de bienes y servicios que satisfagan las necesidades de la población

No obstante, se observan algunas falencias relacionadas con la economía creativa en los emprendimientos y microempresa en general. Entre ellos:

- Las microempresas suelen tener un presupuesto limitado para invertir en actividades creativas. Esto puede limitar su capacidad para realizar investigaciones de mercado, desarrollar nuevas ideas y llevar a cabo campañas publicitarias innovadoras.
- No se dispone del personal capacitado en el área de creatividad y marketing para llevar a cabo campañas innovadoras y atractivas para los clientes. A menudo, los propietarios tienen que asumir múltiples roles y no tienen el tiempo o la capacitación necesaria para enfocarse en el desarrollo de la creatividad.

- Las microempresas por lo general tienen una estructura jerárquica plana y un equipo pequeño, lo que limita la diversidad de perspectivas y habilidades creativas. Esto puede hacer que la empresa se quede estancada en una sola forma de pensar y actuar.
- Algunas microempresas a menudo son nuevas en el mercado y tienen poca experiencia en cómo desarrollar campañas creativas y aprovechar las oportunidades de mercado. Esto limita su capacidad para identificar nuevas oportunidades y hacer frente a los desafíos que surjan.
- Es común que las microempresas estén enfocadas en mantenerse a flote y no tienen el tiempo o los recursos para explorar nuevas ideas y oportunidades de mercado. Esto puede limitar su capacidad para innovar y mantenerse competitivos en el largo plazo. Los gastos de investigación y desarrollo son prohibitivos.

1.3 Formulación del problema

Con base al problema establecido, se plantea la formulación de la siguiente forma:

¿Cuál es el estado de la economía creativa en la microempresa para atenuar los efectos de la pandemia de la COVID-19?

1.4 Sistematización del Problema

- ¿Qué refiere la bibliografía actualizada con relación a la economía creativa en el contexto empresarial?
- ¿Qué estado refieren los principales factores de la economía creativa en la microempresa?
- ¿Qué acciones se pueden formular para mejorar la creatividad en el contexto de las microempresas investigadas?

1.5 Objetivo General

Analizar la economía creativa en microempresas de la ciudad de Guayaquil en el marco de la crisis sanitaria por la COVID-19.

1.6 Objetivos Específicos

- Desarrollar los fundamentos teóricos de la investigación en el contexto de la pandemia de la COVID 19.
- Investigar la evolución de la economía creativa durante la crisis sanitaria por la COVID-19.
- Indagar sobre los principales factores de la economía creativa en la microempresa
- Formular acciones para mejorar la creatividad en el contexto de las microempresas investigadas

1.7 Justificación

La investigación es importante ya que a través de esta será posible identificar cómo se ha desarrollado la economía creativa en el marco de la crisis sanitaria por la COVID-19 durante los últimos meses del año 2021 en la ciudad de Guayaquil. En este caso, resulta necesario tomar en consideración que en el contexto actual han surgido escenarios adversos asociados con la pandemia del COVID-19, que ha generado repercusiones significativas sobre todos los sectores comerciales y productivos, lo cual de una u otra manera ha limitado el desarrollo económico de los ecuatorianos debido a los periodos de paralización y las restricciones implementadas por el gobierno.

El estudio es relevante tomando en consideración que actualmente a nivel local existe una tendencia creciente de emprendimientos en diversas áreas, como por ejemplo a nivel de desarrollo tecnológico, publicidad, servicios informáticos, gastronomía, entretenimiento, por mencionar algunos. Todas estas áreas están ligadas con lo que aborda la economía creativa, donde la generación de ideas y conocimientos para innovar estos y

otros sectores, han derivado en la creación de fuentes de empleo directas e indirectas en todo el territorio nacional.

1.8 Delimitación del Problema

La delimitación del problema de forma breve se plantea a continuación:

- **Áreas:** Economía.
- **Aspecto:** Economía creativa.
- **Delimitación espacial:** Guayaquil-Ecuador.
- **Delimitación temporal:** Se efectuará un análisis en los meses (octubre, noviembre y diciembre) de 2021 en el contexto de la pandemia COVID 19.

1.9 Idea a Defender

El análisis de la economía creativa en microempresas de la ciudad de Guayaquil en el marco de la crisis sanitaria por la COVID-19 contribuirá a detectar las principales falencias relacionadas con la creatividad y posibilitará formular acciones pertinentes para su desarrollo a fin de aprovechar su potencial para mantenerse en el mercado.

1.10 Línea de Investigación Institucional/Facultad

De acuerdo a los lineamientos planteados desde la Universidad Laica Vicente Rocafuerte (ULVR, 2021), el desarrollo de proyectos de tesis, investigativos y de aportación práctica, surge en relación a con las líneas de investigación que se exponen a continuación:

- Línea institucional: Sociedad civil, derechos humanos y gestión de la comunicación.
- Línea de facultad: Desarrollo, sostenibilidad económica y matriz productiva.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Estado del arte

Para llevar a cabo la presente investigación, en primer lugar, se considera pertinente establecer un estado de arte, a través del cual se analice desde una perspectiva general los diferentes trabajos previos realizados por otros autores en el marco de la economía creativa, tanto a nivel local como en otros países de la región y del mundo. La revisión de los antecedentes referenciales respecto a esta temática proporcionará el direccionamiento para el posterior abordaje del tema en el marco de los escenarios actuales asociados con la pandemia de COVID-19 en el Ecuador. Por lo tanto, uno de los primeros trabajos revisados fue el de Molina, *et al.* (2018), cuyo artículo se tituló: “La economía creativa en Ecuador: Un análisis retrospectivo en la provincia de Cotopaxi durante el período 2012 – 2015”.

En la investigación elaborada por Molina, *et al.* (2018), en primera instancia se establece una conceptualización respecto a la economía creativa, así como también se presenta un análisis retrospectivo sobre la forma en que dicho enfoque económico ha ido desarrollándose y ha adquirido una mayor relevancia en el contexto empresarial de las grandes metrópolis. Sin embargo, también aborda una problemática asociada a los factores que han limitado un mayor desarrollo de la economía creativa en América Latina, especialmente en el Ecuador donde según señalan los autores se ha registrado un crecimiento desigual de este sector económico, puesto que principalmente son las zonas urbanas donde se registra un mayor despliegue de emprendimientos ligados con el sector industrial-cultural y de las telecomunicaciones.

Partiendo de dichos antecedentes del problema, los autores abordaron su investigación con base a la aplicación de un tipo de investigación descriptiva de carácter longitudinal, puesto que consideraron pertinente realizar una revisión y análisis de datos

históricos de un periodo comprendido entre los años 2012 al 2015. Los datos necesarios para llevar a cabo su estudio los obtuvieron a través de fuentes secundarias de información, tales como el Sistema Integrado de Consultas del INEC, que les permitió realizar un cruce de variables relacionadas con el consumo de servicios asociados con la industria creativa en la provincia de Cotopaxi. Los resultados que obtuvieron de su investigación les permitieron concluir que en dicha provincia existe una limitada participación de la economía creativa, aspecto que se atribuyó a la falta de políticas orientadas a fomentar el desarrollo de esta industria, en la que se destaca el subsector dedicado a la prestación de servicios creativos profesionales y diseños (Molina, Jerez, & Palomino, 2018).

Los resultados obtenidos de su investigación le permitieron al autor identificar que a pesar de que en la actualidad aún existe un limitado desarrollo de la economía creativa en los países de la región, en los últimos años se ha ido fomentando paulatinamente su desarrollo principalmente en ciudades como Buenos Aires en Argentina, Florianópolis en Brasil y, Bogotá en Colombia. En este último país, en los últimos años se decretó la denominada Ley Naranja con la cual han buscado impulsar este sector; sin embargo, en ciudades como Cartagena de Indias aún no se ha logrado el desarrollo esperado. A este efecto el autor propuso estrategias para contribuir con la promoción del sector creativo en dicha localidad, las cuales se basaron en tres ejes fundamentales que incluyó: la incorporación de políticas públicas en apoyo al desarrollo de las actividades creativas, la ejecución de un mapeo cultural a fin de identificar las potencialidades que posee la ciudad en el marco de la industria creativa, el apoyo a las organizaciones y la sensibilización de las estrategias comunicacionales para la promoción de la industria.

En la segunda sección la autora analizó las diferentes políticas públicas implementadas por los Gobiernos y el trabajo conjunto que realiza el sector público y privado para fomentar el desarrollo social en el marco de la economía creativa en el Ecuador. Finalmente, en la tercera sección Sulen (2015) analizó el nivel de participación de los diferentes sub sectores que pertenecen a la industria creativa y su contribución con el desarrollo económico de las diferentes localidades en donde se ha evidenciado un mayor despliegue de proyectos orientados a la promoción de esta industria. Así mismo, analizó los diferentes impactos de carácter sociocultural, ambiental, y educativo

generados a partir del desarrollo de las diversas actividades asociadas con la economía creativa.

Otros de los trabajos que se han tomado como referencia, fue el desarrollado por Morán (2021), el cual se tituló “La economía creativa como estrategia de desarrollo económico en Ecuador”, principalmente el investigador se basó en una previa indagación sobre las características de la economía del país, identificando previamente que existen tanto talento individual, habilidades desarrolladas de manera autodidacta, así como existen escenarios constitutivos en los que se protegen las ideas y proyectos que emprenden los ecuatorianos, razón por la cual, ha posicionado al país como uno de los que mayores índices de emprendimientos tiene en la región (América Latina).

Sobre esta previa identificación, el autor estableció como objetivo general el determinar cuál es el aporte del sector creativo en la economía del país. A su vez, el desarrollador de este proyecto identificó la importancia de la economía creativa, desde un punto de vista dinamizador de la sociedad y proyectos materializados, gracias al esfuerzo y las oportunidades que obtienen al financiarlos, consecuentemente, esto beneficia y fortalece el crecimiento del PIB a través de las múltiples contribuciones que se obtienen del trabajo de personas que emprenden a través de la materialización de ideas de negocios en áreas diversas.

La metodología que empleó Morán (2021) bajo un enfoque cuantitativo, cuyo alcance lo determinó que sería descriptivo, esto, tomando en consideración que se analizó de manera independiente los indicadores seleccionados, de igual manera, se efectuó un análisis correlacional entre estos. La información concerniente para su análisis respectivo fueron los datos estadísticos provistos por el Banco Central del Ecuador, así como de la Superintendencia de Compañías, con lo cual, fue posible conocer el nivel de participación de ideas de negocios en la economía del Ecuador. Entre los resultados más relevantes que se encontraron en este estudio destacan:

- En Ecuador, la crisis sanitaria provocada por la pandemia ha llegado a su punto más bajo y la economía que afecta a la población en general, aunque en la actualidad se intenta mejorar de las restricciones sanitarias en el sector productivo; en su mayoría no son suficientes si bien la economía ecuatoriana en su conjunto atraviesa una grave crisis sanitaria y económicas.

- Las actividades culturales ligadas con el desarrollo de modelos de negocios contribuyen particularmente al 2,6% del PIB del Ecuador; El sector creativo del Ecuador con base a su popularización se ha caracterizado por ser una fuente generadora de empleo; El internet ha permitido de los modelos de negocio tengan mayor presencia sobre las plataformas virtuales, lo que en consecuencia, las vuelve más visible para sus segmentos de público objetivos; La creatividad juega un papel fundamental en la generación de ideas de negocios sustentables, tomando en consideración que los emprendedores se enfocan en primera instancia sobre nichos de mercado a los que les ofrecen productos y servicios que las grandes empresas no otorgan, y consecuentemente captan la atención de las organizaciones de las cuales se valen también para destacar en su actividad.

De igual manera, se toma como referencia el proyecto desarrollado por Palma (2019), titulado como “Incidencia de la industria cultural y creativa como impulso a la economía y desarrollo del Ecuador. Análisis de gestión durante el periodo 2013 – 2018”. La autora de este documento principalmente se enfocó en analizar las variables económicas que están presentes en la industria cultural y creativa del país con lo que consecuentemente será posible describir el desarrollo y todas las características puntuales que se han generado sobre esta durante el periodo de cinco años y al final establecer las conclusiones pertinentes.

La metodología de estudio bajo la cual estructuró el documento la autora, fue en primera instancia estableciendo una revisión documental de datos macroeconómicos, tomando como fuente de información el BCE y el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC). A su vez, el tipo de investigación se diseñó bajo un enfoque cuantitativo, transversal y no experimental, debido a que netamente se efectuaron análisis de datos cuantitativos en un periodo de tiempo delimitado (2013-2018) y no se manipularon las variables de estudio inicialmente establecidas. Consecuentemente, los datos obtenidos se categorizaron y dividieron de acuerdo a cada uno de los objetivos específicos determinados en el primer capítulo.

Los principales resultados que la autora demostró a raíz de la investigación primaria, fueron los siguientes: En el Ecuador existen varias iniciáticas que se han generado en materia comercial, algunos no tan conocidas como otras, volviéndolas como

las opciones creativas más destacadas y de alto impacto y contribución con la economía del país. El desarrollo cultural y todas las actividades ligadas a este, son los que han estado más ligados con la economía creativa, que además de potencializar al sector, también permiten darles mayor valor a las características culturales del país. Si bien existen datos de referencia sobre el desarrollo de la economía creativa, aún no existen informes categorizados sobre la industria cultural y creativa, lo que limita la investigación. A nivel general Palma (2019), determina que el Ecuador es uno de los países de la región que mayor interés y potencial presenta, así como mayores oportunidades genera a quienes se desenvuelven sobre este.

Otra de las investigaciones tomadas como referencias es el informe elaborado por Rodríguez (2018) titulado “Economía creativa en América Latina y el Caribe”. En esta investigación el autor llevó a cabo un estudio exhaustivo respecto al desarrollo de la economía creativa en 26 países de la región, particularmente aquellos que son prestatarios del Banco Internacional de Desarrollo, entre los que se encuentra Ecuador. Los hallazgos presentados han evidenciado que, a nivel local, el sector de la información y de las telecomunicaciones ha sido el que mayor participación genera para el PIB de la industria naranja o cultural.

A partir de la información obtenida sobre el desarrollo de la economía creativa en los diferentes países de la región, Rodríguez (2018) hizo alusión una serie de recomendaciones formuladas por la UNESCO para impulsar su fortalecimiento, entre las que se destacan: trabajar de manera colaborativa en el desarrollo de metodologías orientadas a mejorar el desempeño de la industria cultural, incentivar la participación y consumo de servicios de la industria cultural, e implementar mecanismos innovadores mediante los cuales sea posible incentivar el emprendimiento en este sector.

De la referencia obtenida con base al proyecto desarrollado por Carrasco y Cañizares (2019) quienes titularon su estudio como “Economía Naranja en el Ecuador: panorama actual sobre la Industria Creativa en el país”, en este documento exponen que el término “economía naranja” es el cambio que se percibió respecto a una conceptualización previa como es “economía creativa”. En la introducción los investigadores mencionan que desde hace algunos años atrás organismos como el Banco Internacional de Desarrollo (BID) y Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio

y Desarrollo (UNCTAD), a fin de lograr contribuir con aquellas naciones con economía en vías de desarrollo, impulsando aquellas ideas en proyectos materializados, productos o servicios de tipo cultural donde juega mucho a favor la propiedad intelectual para garantizar que los desarrolladores de las ideas obtengan el reconocimiento esperado, donde además de ayudar a generar fuentes de empleo, se preserve la cultura y tradición de los lugares en los que se impulsan estas propuestas.

Finalmente, se tomó en consideración un informe desarrollado y presentado por la revista Gestiones (2017), este informe presentado se titula como “Las industrias creativas en la economía ecuatoriana (I)”, inicialmente precisamente destacando la importante participación del Ministerio de Cultura y Patrimonio en el Fomento de las Artes, de la mano con la cultura y la innovación, en el cual se lograron destinar un aproximado de \$3 millones de dólares. A su vez, en este informe se destaca como las industrias de derecho de autor (IDA) contribuyen además de generar proyectos de valor agregado, al PIB del país durante periodos anteriores, siendo en 2018 de 3,47% del empleo impulsado sobre esta industria.

Los hallazgos clave de este estudio sugieren que la pandemia de COVID-19 ha creado esto se evidencia en la alarmante inestabilidad económica y social en la economía mundial. Los países en desarrollo son más pobres, con muchas empresas cerradas debido a las consecuencias de la pandemia resultando en que muchos trabajadores sean despedidos y pierdan sus trabajos, principalmente de lugares de reunión de personas, como centros turísticos. Tiendas, restaurantes, centros de entretenimiento y más. (Greco, 2020)

La industria de la creatividad y la innovación no son ajenas a la contribución que impulsan la economía, he incluso a nivel mundial se ha comprobado que la trascendencia de esta más allá de fuentes de trabajo directa que genera, también impulsan a toda la cadena de producción y trabajadores indirectos. En el caso del Ecuador, esta industria ha incidido a que sectores como el comercio exterior se expandan mucho más al ofrecerse productos con valor diferencial que en otros lugares es imposible conseguir, sin embargo, aún existe brechas entre quienes tienen ideas innovadoras, a quienes las puedes materializar por la disponibilidad de capital para estas.

El estudio de Rodríguez “Informe sobre el impacto de la digitalización en las condiciones de trabajo y empleo durante el Covid-19” tiene como objetivo conocer cómo afecta a la investigación la digitalización de las condiciones de trabajo y empleo en España.

Las relaciones laborales en las empresas tecnológicas para sacar las siguientes conclusiones: crear mayor seguridad. El método de investigación utilizado es un método cuantitativo que utiliza La entrevista como técnica de investigación. Los resultados de la encuesta muestran que las grandes empresas suelen utilizar la economía de escala y mayor capacidad de inversión apoyan la innovación para lograr mejores y más estables condiciones de trabajo. Éste Las pequeñas empresas en España también muestran un uso generalizado de la tecnología, Sin embargo, está claro que estas empresas no aprovecharán al máximo instrumentos técnicos.

Como conclusión general cabe destacar que el covid-19 afecta a todas las empresas independientemente de su tamaño e independientemente de las estrategias que cada uno esté siguiendo.

Las empresas más abiertas a la negociación colectiva son las grandes que no La formación de los empleados de las pymes es muy diferente a la formación de las grandes empresas. No son Todos los empleados prefieren el teletrabajo por cuestiones de socialización compañero.

En una investigación llamada “Análisis de las políticas de apoyo a las pymes para enfrentar la pandemia de COVID-19 en América Latina”, el objetivo es entender cómo estos dos elementos de la acción social La promoción del desarrollo se ve afectada por la crisis sanitaria La pandemia de Covid-19 y cómo pueden prepararse para apoyar la recuperación económica después de la pandemia.

El punto de partida del análisis es las consecuencias del covid-19 en américa latina, El registro ha sido actualizado y seleccione los objetivos que corresponden a los nueve países en la pantalla elegir. Los resultados más importantes de la investigación. Una política de apoyo a las pequeñas y medianas empresas que refleje las especificidades de las pequeñas y medianas empresas situación en el país bajo estudio y demostrar métodos de trabajo apropiados desarrollar sistemas de soporte para esta unidad de negocio.

Además de la emergencia provocada por el Covid-19, ha habido algunos cambios Es fundamental en la política de EE.UU. apoyar a las pymes Estados Unidos trae nuevos problemas y desafíos para el futuro. Éste De esta forma, se identifican aspectos clave y se adoptan estrategias en base a ellos. En caso de emergencia, recolecte y comparta como Mejorar los modelos de políticas microempresariales de EE. UU. (Surita, 2021)

Si bien es una grieta muy alta en la economía, es importante mencionar que surgieron otros emprendimientos para aliviar la crisis como el caso de entrega de alimentación, medicina u otro tipo de servicios a domicilios. Por otro lado, se ha evidenciado que los sistemas de salud han colapsado, los programas de educación en países pobres no cuentan con la tecnología apropiada para impartir las clases, lo que demuestra que los países no han estado preparados ante la magnitud de esta crisis que ha afectado a la humanidad. Para el año 2021, se prevé una crisis generalizada, algunas empresas se verán obligadas a reducir aún más sus nóminas ante su baja situación productiva, lo que ahondaría la pobreza. (Greco, 2020)

El propósito del estudio de Pérez es analizar y determinar el tipo de crecimientos de las pequeñas empresas durante el covid-19.

El método utilizado es cualitativo con deductivo. Es capaz de analizar diferentes tipos de empresas en la industria. Como resultado de la investigación se averiguó con quién trata de asociarse esta generación anteriores y evolución, se observan grandes diferencias de la economía durante los meses marzo, abril y mayo, como la recreación para entretenimiento. Otro punto importante a tener en cuenta es sobre política Ecuador tiene uno de los índices de motivación emprendedora para los pequeños emprendedores debido a la baja competitividad y altos estándares de demanda durante el covid-19.

Por su investigación titulada “El impacto COVID-19 en el desarrollo económico de microempresarios urbanos en jipijapa, quien cree que las pequeñas empresas son importantes por su creatividad asistir en el diseño y formulación de soluciones de eventos de trabajo y finanzas. Sin embargo, el impacto en el desarrollo económico de las nuevas empresas es más débil. Por la desconfianza que siempre ha existido por las desventajas del covid-19

En la encuesta, su propósito es brindar información sobre el estado de cosas en el país pequeños negocios en Jipijapa.

Como conclusión, se afirmó que para reducir el impacto negativo del COVID-19 Cuando esto sucede con las pequeñas y microempresas, las empresas no rentables deben liquidarse. Para hacer esto, necesita identificar quiénes son sus clientes potenciales y nutrirlos Más beneficios y más oportunidades a corto plazo.

2.2 Teorías relacionadas con la economía creativa

A continuación, se presentan algunas teorías relacionadas con la economía creativa.

Teoría del capital humano creativo de Richard Florida

La teoría del capital humano creativo de Richard Florida sostiene que la economía creativa se basa en el talento y la creatividad de las personas. Según Florida, las ciudades con una alta concentración de personas creativas tienen una ventaja competitiva en la economía global. La creatividad es una forma de capital humano que puede ser desarrollada y utilizada para impulsar la economía local. Florida argumenta que el capital humano creativo es una fuente importante de innovación y progreso económico.

Teoría del aprendizaje por hacer de David Harvey

La teoría del aprendizaje por hacer de David Harvey se centra en el papel de la creatividad y la experimentación en el proceso de desarrollo económico. Harvey argumenta que la economía creativa se basa en la capacidad de las personas para aprender haciendo y experimentando. En lugar de seguir un modelo económico preconcebido, la economía creativa se desarrolla a través de la experimentación y la innovación continua. Harvey sostiene que la economía creativa es esencialmente una economía de la prueba y error, donde los fracasos son tan importantes como los éxitos para el aprendizaje y el crecimiento.

Teoría de la economía naranja de Felipe Buitrago y Iván Duque

La teoría de la economía naranja de Felipe Buitrago y Iván Duque se centra en la contribución de las industrias creativas y culturales al crecimiento económico. Buitrago y Duque argumentan que estas industrias no solo generan empleo y riqueza, sino que también son importantes para la identidad y la cohesión social. La economía naranja se

refiere a la economía basada en la creatividad y la cultura, que incluye áreas como la música, el cine, la moda, el diseño y las artes visuales. Según Buitrago y Duque, la economía naranja tiene el potencial de impulsar el desarrollo económico sostenible y mejorar la calidad de vida de las personas en todo el mundo.

Teoría del pensamiento divergente

En la teoría del pensamiento divergente, propuesta por la psicóloga estadounidense Joy Guilford en 1956, se argumenta que el desarrollo creativo es el resultado de procesos de pensamiento mediante los cuales los individuos son capaces de formular a través de una lluvia de ideas diversas alternativas de solución para hacer frente a diferentes escenarios adversos o problemas que se susciten en el medio en el que se desenvuelven (Aguilera, 2017). En este proceso intervienen diferentes componentes como se describen a continuación:

- **Fluidez:** la capacidad de producir una gran cantidad de ideas o soluciones de problemas.
- **Flexibilidad:** la capacidad de proponer simultáneamente una variedad de enfoques para un problema específico
- **Originalidad:** la capacidad de producir ideas nuevas y originales.
- **Elaboración:** la capacidad de sistematizar y organizar los detalles de una idea y llevarla a cabo.

En comparación, el pensamiento convergente es la capacidad de formular una única solución a una situación o problema; en contraste, el pensamiento divergente suele ocurrir de una manera fluida y no lineal, en la que se generan y exploran muchas ideas. La naturaleza rutinaria y regular de administrar un negocio implica regularmente que la mayoría de las organizaciones y las personas que las integran, tienen un sesgo hacia el pensamiento convergente; esto puede tener un impacto perjudicial cuando la organización busca realizar cambios significativos en el negocio.

Por el contrario, el pensamiento divergente les permite a las personas ser más flexibles para adaptarse a eventos o situaciones adversas que se presentan de forma imprevista, y colaborar con la generación de ideas creativas para que la empresa pueda hacer frente a dichos escenarios. De este modo se mejora su capacidad de respuesta e incrementa la capacidad de supervivencia a largo plazo, considerando que las compañías

que no pueden afrontar situaciones desfavorables que se suscitan en el mercado corren el riesgo de desaparecer.

2.3 Economía creativa

Desde el punto de Vinatea (2019), “La economía creativa consiste en una forma de transformar a la creatividad en resultados concretos, por ejemplo, generando renta y empleos. Además, propone pensar sobre las relaciones en comunidad, promoviendo la diversidad cultural y el desarrollo humano” (p. 2). La economía creativa puede ser difícil de precisar, ya que no tiene una definición estándar aceptada. Este sector económico desdibuja las líneas entre las industrias, ya que se encuentra en la encrucijada de las artes, la cultura, los negocios y la tecnología. El concepto de economía creativa se puede resumir mejor como el potencial de generación de ingresos de las actividades e ideas creativas.

La economía creativa abarca carreras en fotografía, diseño gráfico, diseño de moda, realización de películas, obras de teatro, proyectos y actividades de arquitectura, publicaciones, videojuegos y más. Estas carreras son ampliamente aplicables tanto en el sector masculino como femenino y su potencialización e importancia a la fecha actual está ligada con el sector de las artes y la cultura en países como Estados Unidos, en el que representaron el 3%o de todos los empleos de este país. En 2015, para un total de 4.9 millones de empleos, según la Asamblea Nacional de Agencias de Arte del Estado (NASAA). Según Brooks (2019) es importante tener en cuenta que:

Independientemente de cómo defina la economía creativa, los expertos parecen estar de acuerdo en una cosa: está creciendo a un ritmo récord. De hecho, la contribución del sector de las artes y la cultura al producto interno bruto (PIB) de la nación creció en un 40 por ciento entre 1998 y 2015 (p. 1).

Sin embargo, hay algunos problemas que se ciernen sobre la economía creativa. La cara cambiante de los medios digitales y el manejo de problemas como el pago de regalías y la infracción de derechos de autor están en disputa en las industrias de todo el sector. Además, los medios digitales han reducido drásticamente la barrera de entrada para el trabajo creativo: cualquiera puede iniciar un sitio web y compartir videos u otros medios con relativa facilidad. Parte de este crecimiento se puede atribuir a la

expansión del uso de Internet, aprovechando que más personas gastan dinero en línea y la relativa facilidad de ofrecer productos creativos en todo el mundo gracias a los avances tecnológicos.

De manera general, se puede afirmar que la economía creativa se basa en la creatividad, el conocimiento, la cultura y la propiedad intelectual como recursos clave para generar valor y riqueza, y se caracteriza por la interdependencia de las industrias culturales y creativas, la innovación constante y la diversidad cultural y geográfica.

2.4 Industrias creativas

El término de industrias creativas tiene varias connotaciones, desde económicas hasta socioculturales. En economía, los sinónimos de industrias creativas son la economía creativa o la economía del conocimiento: un sector de una forma u otra relacionado con la actividad intelectual humana. Las características básicas de las industrias creativas son el papel esencial de las tecnologías innovadoras en diversas áreas de la actividad creativa.

En el ámbito sociocultural, las industrias creativas o creativas se clasifican como un nuevo tipo de desarrollo cultural, donde el componente creativo actúa siempre como una idea unificadora, pero al mismo tiempo el papel de las nuevas tecnologías y descubrimientos es alto (Jaime, 2016).

La industria creativa es un sector de la economía que se desarrolla principalmente sobre ideas y tecnologías. Particularmente, esta industria se sustenta principalmente en la actividad humana basada en la prioridad de la inteligencia, las ideas originales, las tecnologías innovadoras. Los sub sectores que integran esta industria son: la música, artes escénicas, como actuación, y artes visuales, como pintura; el sector artesanal dedicado a la elaboración de productos como tejido, fabricación de muebles y joyería; la industria cinematográfica, televisiva, de animación, efectos visuales, video, radio y fotografía; el sector dedicado al desarrollo de videojuegos, realidad virtual y realidad extendida; el sector encargado de la gestión de museos, galerías y patrimonios; el sector encargado de gestionar publicaciones, como las editoriales; el sector dedicado al diseño, la arquitectura, servicios profesionales de publicidad y marketing incluyendo diseño de producto, diseño gráfico y moda (Zallo, 2017).

La industria creativa crea productos y servicios principalmente para el mercado internacional; la vinculación a una ubicación concreta ya no tiene una importancia tan fundamental, el papel más importante lo juegan los creadores de contenido, es decir, la inteligencia. El impulso para el desarrollo de las industrias creativas lo dan las tecnologías, por ejemplo, la digitalización, que se encarga del rápido acceso a los medios de producción creativa, las tecnologías aditivas y la inteligencia artificial. Es decir, la creación de un producto no requiere grandes costos de material, mientras que se puede consumir en todas partes y sin restricciones. Además, la aparición de cientos de nuevas empresas en la intersección de la creatividad y el espíritu empresarial conduce a la creación de nuevos puestos de trabajo, razón por la cual esta industria es altamente importante para el crecimiento económico de los territorios (Hernández, 2016).

2.5 La Pandemia de COVID-19

De acuerdo a lo expuesto a través de un informe provisto por la asociación argentina Médico Sin Fronteras (2020), una pandemia es:

Partiendo de lo expuesto y conceptualización otorgada desde La Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró al coronavirus COVID-19 como una pandemia debido a su propagación mundial a la mayoría de las regiones de todo el mundo, principalmente atribuido a la carencia de medidas de prevención y poca visibilidad sobre el impacto y macro-efectos del virus en las personas (p. 12).

Entre las características que más destacan de las pandemias, es posible identificar el rápido poder de contagio que estas generan, lo que ponen en peligro a todas las personas, independientemente de la edad, claro está, existen factores que determinan que el virus afecte más o menos de acuerdo como, por ejemplo, la edad, enfermedades o padecimientos previos, defensas bajas, por mencionar algunos. Particularmente con el COVID-19, ha sido posible efectuar evaluaciones actuales sobre el comportamiento de este virus y todos los efectos que se van generando, afectando no solo al sistema de salud que, ante la falta de medidas de prevención entre la población, se han visto abarrotados de personas que luchan por sobrevivir a este padecimiento, así como, se han generado limitaciones en materia comercial, educativa, turística, por mencionar algunas.

Otro aspecto importante de mencionar, radica en la poca preparación que se suele tener a nivel de salud sobre estas, principalmente al desconocerse en qué áreas o afectaciones dentro del organismo se generarán, situación que si bien se identificó en primera instancia con el COVID-19, posteriormente a pesar de las alertas, muchos estados hicieron caso omiso a implementar las medidas de seguridad adecuadas, como resultado, millones de personas se infectaron, fallecieron, y algunas de acuerdo a los reportes del Centro para el Control y la Prevención de enfermedades de España (CDC, 2021), afrontarán efectos secundarios. De acuerdo a lo mencionado por Zahidi (2020), “se ha calculado que se han inyectado 9 billones de dólares en la economía global para asistir a los hogares, y con ello frenar las pérdidas de empleos y mantener a las empresas a flote” (p. 4).

Ampliando lo expuesto en los párrafos anteriores, el COVID-19 ha generado afectaciones a nivel comercial de manera significativa, principalmente por el confinamiento generado en los primeros meses del 2020, empresas e industrias completas se vieron en la obligación de cesar en sus actividades total y parcialmente, con el objetivo de mitigar muchos más efectos del virus, especialmente al buscar reducir los índices de contagios y salvaguardar la vida de personas vulnerables. Sin embargo, las afectaciones en materia económica han sido significativas y limitantes para todos los comercios. Con base a lo expuesto por Roldán y De la Fuente (2020):

En última instancia, se puede suponer que el desarrollo económico de algunas economías seguirá dependiendo en gran medida del curso posterior de la pandemia de la corona, pero también de las medidas relacionadas con la pandemia adoptadas por el gobierno para contener el virus y apoyar y estabilizar la economía (p. 43).

Las drásticas medidas para combatir la pandemia han provocado caídas de la actividad económica y, en algunos casos, graves caídas de las ventas en numerosos sectores económicos incidiendo incluso en el cierre de muchas empresas. Por ello, es posible determinar qué efectos económicos se vieron específicamente en industrias tales como la del turismo, el transporte, la gastronomía, las instalaciones deportivas y de ocio, las industrias feriales, cultural y de eventos y, en algunos casos, en el comercio minorista de papelería, pero también en la industria del automóvil y en el negocio de

exportación. Además, muchas empresas industriales se vieron gravemente afectadas por las interrupciones de la cadena de suministro.

2.6 Marco Conceptual

Economía creativa

La economía creativa se refiere a un conjunto de actividades económicas que utilizan la creatividad, el conocimiento, la cultura y la propiedad intelectual como recursos para generar valor y riqueza

La economía digital en América Latina

Este modelo argumenta que el desarrollo económico digital afectará directamente la economía de Latinoamérica. El primero examina su impacto en la productividad, el crecimiento económico y el empleo. En el segundo se destacan efectos en educación, salud, acceso a la información, servicios públicos, transparencia y participación.

Las plataformas que permiten la economía digital incluyen movilidad, computación en la nube, redes sociales y análisis de big data. Las redes sociales producen una enorme cantidad de información, que procesada con herramientas de análisis de redes se convierte en insumo para la planificación de la producción y las estrategias de marketing. (Paredes, 2020)

Empleo

Es una actividad productiva realizada por una persona en virtud de un contrato o paga, independientemente de la producción o desempeño del producto. El trabajo busca un factor de solución a través del cual los trabajadores obtienen una fuente de ingresos que les permita cubrir sus necesidades. (INEC, 2021)

Desempleo

El desempleo se refiere a la situación en la que una persona que está en edad y capacidad de trabajar no tiene empleo y está buscando activamente trabajo sin éxito. En otras palabras, el desempleo se produce cuando una persona que desea trabajar no puede encontrar un trabajo remunerado

La situación de la emergencia sanitaria por el covid-2019 desencadenó una de las peores crisis económicas del país, específicamente en los pequeños empresarios, sin embargo, las cifras fueron en aumento, donde el mayor impacto fue el mercado laboral. (INEC, 2020)

Desarrollo económico

La economía del desarrollo es una rama de la economía. El objetivo es explorar los procesos mediante los cuales los países logran una mayor prosperidad. Por lo tanto, se combinan los métodos de análisis microeconómico y macroeconómico. El objetivo de este proyecto es analizar los factores que determinan el desarrollo. De este modo, incluyen no solo aspectos cuantitativos (producción, riqueza o productividad) sino también aspectos cualitativos (como la calidad de vida, la seguridad o el medio ambiente). (Granda, 2022)

Economía colaborativa

La economía colaborativa implica a todos los actores en el intercambio de bienes y servicios, entre particulares a título oneroso acordado entre ellos. Con la llegada de Internet, las interacciones de las personas se han vuelto más fáciles. De todo el mundo con intereses comunes, diferentes modelos. Empresas basadas en los conceptos económicos anteriores. (Mendez, 2020)

Tecnología de la información (TIC)

Son herramientas que se utilizan para referirse a teorías tecnológicas y métodos informáticos. Para el procesamiento y transferencia de la información: equipos de cómputo, internet y telecomunicaciones esta definición se conoce en inglés por sus siglas. TIC (INEC, 2021)

Microempresa

Una microempresa es una empresa pequeña que se caracteriza por tener un número reducido de empleados, bajos niveles de facturación y una estructura organizativa simple.

Desarrollo económico

El desarrollo económico se define como la capacidad, creación y adquisición de riqueza en un país o región, concepto relacionado con varios aspectos cualitativos de la economía, como la satisfacción de las necesidades básicas y el bienestar de la población, el capital humano y la salud. (INEC, 2021)

2.7 Marco Legal

2.7.1 Constitución de la República del Ecuador (2008)

Sobre el empleo, la economía y otros aspectos relacionados al trabajo, la producción, la información y la tecnología la Constitución de la República del Ecuador en los siguientes artículos contempla lo siguiente:

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado. (Ecuador, 2018)

Art. 39.- (...) El Estado reconocerá a las jóvenes y los jóvenes como actores estratégicos del desarrollo del país, y les garantizará la educación, salud, vivienda, recreación, deporte, tiempo libre, libertad de expresión y asociación. El Estado fomentará su incorporación al trabajo en condiciones justas y dignas, con énfasis en la capacitación, la garantía de acceso al primer empleo y la promoción de sus habilidades de emprendimiento. (p.32).

Art. 283.- El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.

El sistema económico se integrará por las formas de organización económica

pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

Art. 284.- La política económica tendrá los siguientes objetivos:

2. Incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémicas, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional.

4. Promocionar la incorporación del valor agregado con máxima eficiencia, dentro de los límites biofísicos de la naturaleza y el respeto a la vida y a las culturas.

6. Impulsar el pleno empleo y valorar todas las formas de trabajo, con respeto a los derechos laborales.

7. Mantener la estabilidad económica, entendida como el máximo nivel de producción y empleo sostenibles en el tiempo.

Art. 285.- La política fiscal tendrá como objetivos específicos:

3. La generación de incentivos para la inversión en los diferentes sectores de la economía y para la producción de bienes y servicios, socialmente deseables y ambientalmente aceptables. (p.101).

Art. 300.- El régimen tributario se regirá por los principios de generalidad, progresividad, eficiencia, simplicidad administrativa, irretroactividad, equidad, transparencia y suficiencia recaudatoria. Se priorizarán los impuestos directos y progresivos.

La política tributaria promoverá la redistribución y estimulará el empleo, la producción de bienes y servicios, y conductas ecológicas, sociales y económicas responsables. (p.145).

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a: El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación (p.25).

2.7.2 Código del Trabajo

Art. 2.- Obligatoriedad del trabajo. - El trabajo es un derecho y un deber social. El trabajo es obligatorio, en la forma y con las limitaciones prescritas en la Constitución y las leyes. (H. Congreso Nacional, 2016)

Art. 3.- Libertad de trabajo y contratación. - El trabajador es libre para dedicar su esfuerzo a la labor lícita que a bien tenga.

Ninguna persona podrá ser obligada a realizar trabajos gratuitos, ni remunerados que no sean impuestos por la ley, salvo los casos de urgencia extraordinaria o de necesidad de inmediato auxilio.

Fuera de esos casos, nadie estará obligado a trabajar sino mediante un contrato y la remuneración correspondiente. En general, todo trabajo debe ser remunerado.

2.7.3 Código de Comercio

Art. 74.- Comercio electrónico es toda transacción comercial de bienes o servicios digitales o no, realizada en parte o en su totalidad a través de sistemas de información o medios electrónicos, considerando los tipos de relaciones existentes.

Art. 75.- En lo referente a la prestación de servicios electrónicos, requisitos y solemnidades para la validez de los mensajes de datos, de la contratación electrónica y telemática, los derechos de los usuarios y consumidores de servicios electrónicos y de la prueba, se regularán de acuerdo con lo dispuesto en la Ley de Comercio Electrónico y mensaje de datos y demás leyes que regulen estas materias. La formulación del consentimiento se regula de acuerdo con lo establecido en las reglas generales contenidas en el presente Código. (Asamblea Nacional, 2019).

2.7.4 Ley Orgánica de Apoyo Humanitario para combatir la crisis sanitaria derivada del Covid-19

Art. 1.- Objeto.- La presente Ley tiene por objeto establecer medidas de apoyo humanitario, necesarias para enfrentar las consecuencias derivadas de la crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19, a través de medidas tendientes a mitigar sus efectos adversos dentro del territorio ecuatoriano; que permitan fomentar la reactivación económica y productiva del Ecuador, con especial énfasis en el ser humano, la contención y reactivación de las economías familiares, empresariales, la popular y solidaria, y en el mantenimiento de las condiciones de empleo.

Art. 10.- Créditos productivos para la reactivación económica y protección del empleo en el sector privado.- A partir de la promulgación de la presente Ley, y con la finalidad de evitar la ruptura de la cadena de pagos, reactivar la economía y proteger el empleo, las entidades del sistema financiero nacional, ofrecerán líneas de crédito al sector productivo, de rápido desembolso que incluirán condiciones especiales, tales como: periodos de gracia, plazos de pago y tasas de interés preferenciales. El estado ecuatoriano complementará los esfuerzos crediticios con sus propios mecanismos de liquidez, crédito, seguros y/o garantías orientados a sostener el tejido productivo y en consecuencia el empleo.

Art. 16.- De los acuerdos de preservación de fuentes de trabajo. - Los trabajadores y empleadores podrán, de común acuerdo, modificar las condiciones económicas de la relación laboral con la finalidad de preservar las fuentes de trabajo y garantizar estabilidad a los trabajadores. Los acuerdos no podrán afectar el salario básico o los salarios sectoriales determinados para jornada completa o su proporcionalidad en caso de jornadas reducidas.

El acuerdo podrá ser propuesto tanto por trabajadores como por empleadores. Los empleadores deberán presentar, de forma clara y completa, los sustentos de la necesidad de suscribirlos, para que el trabajador pueda tomar una decisión informada. Una vez suscritos los acuerdos, estos deberán ser informados al Ministerio del Trabajo, quien supervisará su cumplimiento.

2.7.5 Ley Orgánica de Simplificación y Progresividad Tributaria

Art. 26.- A continuación del numeral 6 del artículo 61, agréguese los siguientes:

En la importación de servicios digitales, el hecho generador se verificará en el momento del pago por parte del residente o un establecimiento permanente de unno residente en el Ecuador, a favor del sujeto no residente prestador de los servicios digitales.

El impuesto se causará siempre que la utilización o consumo del servicio se efectúe por un residente o por un establecimiento permanente de un no residente ubicado en el Ecuador, condición que se verificará únicamente con el pago por parte del residente o delestablecimiento permanente de un no residente en el Ecuador, a favor del sujeto no residente prestador del servicio digital.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Metodología

La presente investigación se direcciona y hace uso de un estudio cuantitativo y cualitativo referente a un análisis de la situación de la economía creativa en microempresas de la ciudad de Guayaquil.

3.2 Tipo de investigación

La investigación fue de tipo descriptiva. La misma es un tipo de investigación científica que se centra en describir las características o propiedades de un fenómeno o grupo de personas sin tratar de establecer una relación de causa y efecto. Su objetivo principal es identificar, analizar y presentar información de manera sistemática y precisa sobre el fenómeno que se está investigando.

La investigación descriptiva se enfoca en la recopilación de datos cuantitativos y cualitativos para obtener una imagen precisa y detallada del fenómeno en cuestión. Para lograr esto, se utilizan herramientas de investigación como encuestas, cuestionarios, entrevistas, observaciones y análisis estadísticos.

La investigación descriptiva es muy útil para investigar poblaciones, comportamientos, actitudes, opiniones y estados de situación como es la creatividad en el contexto empresarial.

La información recopilada a través de la investigación descriptiva se puede utilizar para tomar decisiones en el contexto empresarial y derivar acciones pertinentes para la mejora de la gestión en general.

3.3 Enfoque

En la investigación se utilizó el enfoque mixto de investigación. Este enfoque combina tanto métodos cuantitativos como cualitativos en un solo estudio. Es decir, se utilizan técnicas y herramientas de recolección de datos de ambos enfoques para obtener una comprensión más completa del fenómeno que se está investigando.

El enfoque mixto es especialmente útil en el presente estudio ya que se necesita recopilar y analizar datos de diferentes fuentes o perspectivas para comprender el problema de manera más completa.

Asimismo, el enfoque mixto de investigación es útil para investigar la economía creativa de una empresa, ya que permite una comprensión más completa de cómo se utilizan la creatividad y la innovación para generar ingresos.

3.4 Técnica e instrumentos

Entrevista

En la investigación se utilizó la entrevista. La misma es una técnica de investigación que implica una conversación entre el entrevistador y el entrevistado, con el objetivo de obtener información y conocimiento sobre un tema específico. La entrevista se puede utilizar en diferentes ámbitos, como la investigación social, la selección de personal, la investigación periodística, entre otros.

En la investigación se realizó una entrevista a un experto en la materia.

Encuestas

También se utilizó las encuestas. La misma es un método de investigación que se utiliza para recopilar información a partir de un grupo de personas, con el fin de obtener datos representativos de una población más grande.

En la investigación se encuestaron a propietarios de microempresas en la ciudad de Guayaquil.

Análisis documental

Desde el punto de vista de Claudio (2021), consiste en la identificación y consideración de información ligada a un tema desde diferentes fuentes bibliográficas y documentos de validez científica, que permite posteriormente presentar las nociones más relevantes sobre el contexto estudiado, por lo que se considera un proceso intelectual en el que el autor que lo realiza, debe identificar las variables o elementos que servirán para posteriormente efectuar el análisis y discusión de estos datos.

Por ello, el análisis documental se aplicó en este proyecto, dado a que se precisó conocer la evolución de la economía creativa durante la crisis sanitaria por la Covid-19.

3.5 Población

La presente investigación va dirigida a microempresas que durante la pandemia tuvieron un gran cambio en su economía, por lo que solo se usarán los datos obtenidos de formas digitales y entrevistas realizadas a los microempresarios que ayudarán a cumplir con los objetivos de esta investigación.

Esta investigación se la realizo a 60 microempresarios que se dedican a la venta de productos varios en la ciudad de Guayaquil.

3.6 Muestra

En la investigación se utilizó un tipo de muestreo no probabilístico. El mismo es una técnica de muestreo en la que la selección de elementos de la población no se realiza de forma aleatoria o probabilística. En este tipo de muestreo, los elementos de la muestra son seleccionados de manera intencional, lo que significa que no todos los miembros de la población tienen la misma probabilidad de ser seleccionados.

El muestreo por conveniencia es un tipo de muestreo no probabilístico en el que los elementos de la muestra son seleccionados en función de su disponibilidad y accesibilidad. Este tipo de muestreo se utilizó ya que la investigadora tuvo acceso limitado a la población y por tanto, dada la situación de COVID-19 la selección aleatoria resultó muy difícil.

Adicionalmente, el muestreo por conveniencia es útil en situaciones en las que el investigador necesita obtener una muestra rápidamente y no tiene tiempo o recursos para realizar un muestreo aleatorio. También contar con la disponibilidad de los microempresarios de colaborar con el estudio.

El tamaño de la muestra fue de 60 microempresas.

3.7 Análisis de los resultados

1.- ¿Cómo describe usted los ingresos durante el covid-19?

Tabla 1

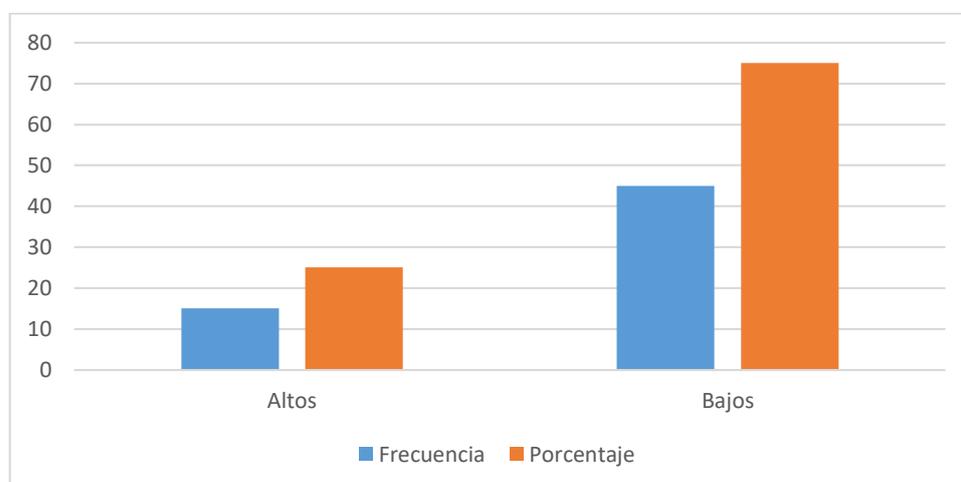
Descripción de los ingresos

ítem	Detalle	Frecuencia	Porcentaje
1	Altos	15	25%
	Bajos	45	75%
	Total	60	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los microempresarios de la ciudad de Guayaquil
Elaborado por: Alvarado, (2022)

Figura 1

Porcentaje de nivel de ingresos



Fuente: Tabla 1
Elaborado por: Alvarado, (2022)

Análisis

Con base a la encuesta los pequeños microempresarios notaron una baja en sus ingresos mensuales de sus negocios a causa del COVID-19.

2.- ¿Qué medidas tomo, para que su negocio no se vea afectado por el COVID-19?

Tabla 2

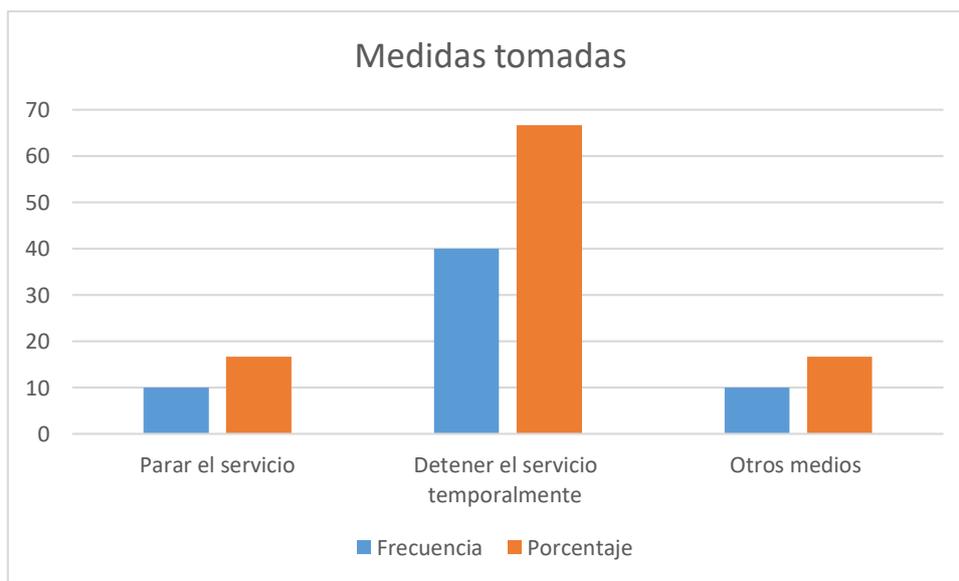
Medidas tomadas ante la pandemia

ítem	Detalle	Frecuencia	Porcentaje
2	Parar el servicio	10	16,67%
	Detener el servicio temporalmente	40	66,67%
	Otros medios	10	16,67%
	Total	60	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los microempresarios de la ciudad de Guayaquil
Elaborado por: Alvarado, (2022)

Figura 2

Porcentaje de medidas adoptadas



Fuente: Tabla 2
Elaborado por: Alvarado, (2022)

Análisis

En este contexto los microempresarios decidieron detener la producción, para que no haya más pérdidas en sus negocios, otros microempresarios decidieron para la producción por falta de dinero, otros optaron por otros medios.

3.- ¿Considera usted que el estado de excepción afecto gravemente su modelo de negocio?

Tabla 3

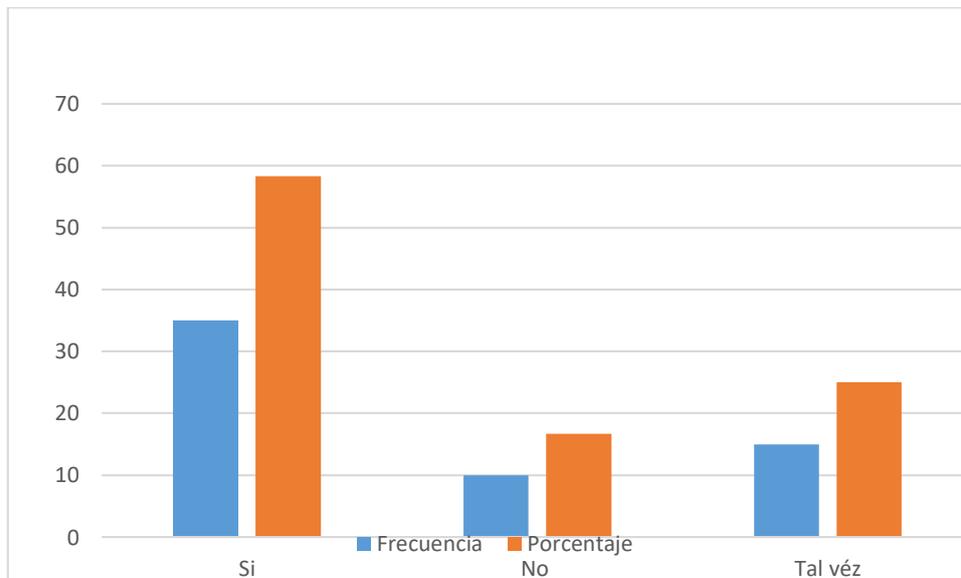
Grado de afectación del modelo de negocios

ítem	Detalle	Frecuencia	Porcentaje
3	Si	35	58%
	No	10	17%
	Tal vez	15	25%
	Total	60	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los microempresarios de la ciudad de Guayaquil
Elaborado por: Alvarado, (2022)

Figura 3

Porcentaje de afectación en el negocio a causa de la pandemia



Fuente: Tabla 3
Elaborado por: Alvarado, (2022)

Análisis

La mayoría de los encuestados se vieron afectados en sus negocios a causa del estado de excepción, con repercusiones económicas y pérdida de cuotas de mercado.

4.- ¿El estado de excepción afecto la colaboración de sus trabajadores?

Tabla 4

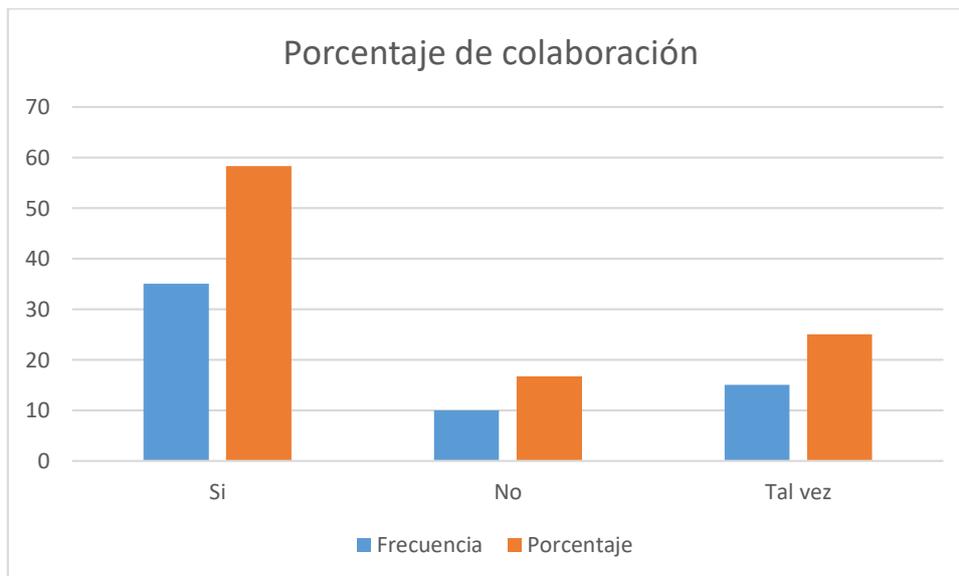
Afectación de la colaboración

ítem	Detalle	Frecuencia	Porcentaje
4	Si	35	58,8%
	No	10	16,67%
	Tal vez	15	25,00%
	Total	60	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los microempresarios de la ciudad de Guayaquil
Elaborado por: Alvarado, (2022)

Figura 4

Porcentaje de afectación de la colaboración



Fuente: Tabla 4
Elaborado por: Alvarado, (2022)

Análisis

El 58,8% de los encuestados tuvieron afectaciones respecto a la colaboración en sus negocios por parte de sus trabajadores por motivos del COVID-19. Esta situación afecta el trabajo en equipo y la efectividad en la solución de los problemas que se presentan.

5.- ¿Cómo ve su negocio a futuro?

Tabla 5

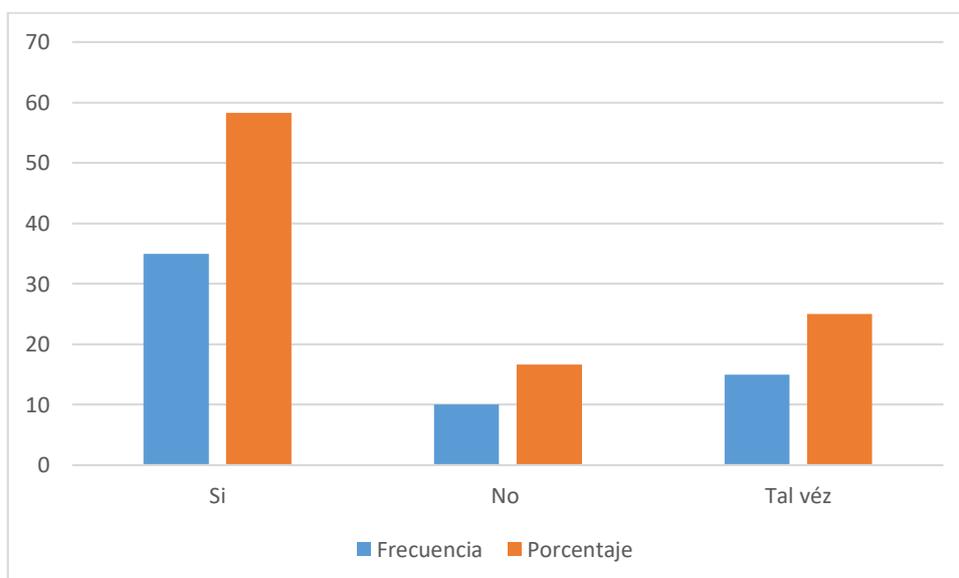
Percepción futura del negocio

ítem	Detalle	Frecuencia	Porcentaje
5	En crecimiento	40	66%
	Se mantiene	10	17%
	En pérdida	10	17%
	Total	60	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los microempresarios de la ciudad de Guayaquil
Elaborado por: Alvarado, (2022)

Figura 5

Porcentaje de respuestas con relación a la percepción futura del negocio



Fuente: Tabla 5
Elaborado por: Alvarado, (2022)

Análisis

El 66% de los microempresarios ven a futuro sus negocios en aumento, a pesar de la crisis sanitaria por el covid-19. Ello refiere cierto optimismo en los propietarios en cuanto a la recuperación económica.

6.- ¿Qué estrategias de venta utilizó para que su empresa saliera adelante durante el estado de excepción?

Tabla 6

Estrategia de venta utilizada durante el estado de excepción

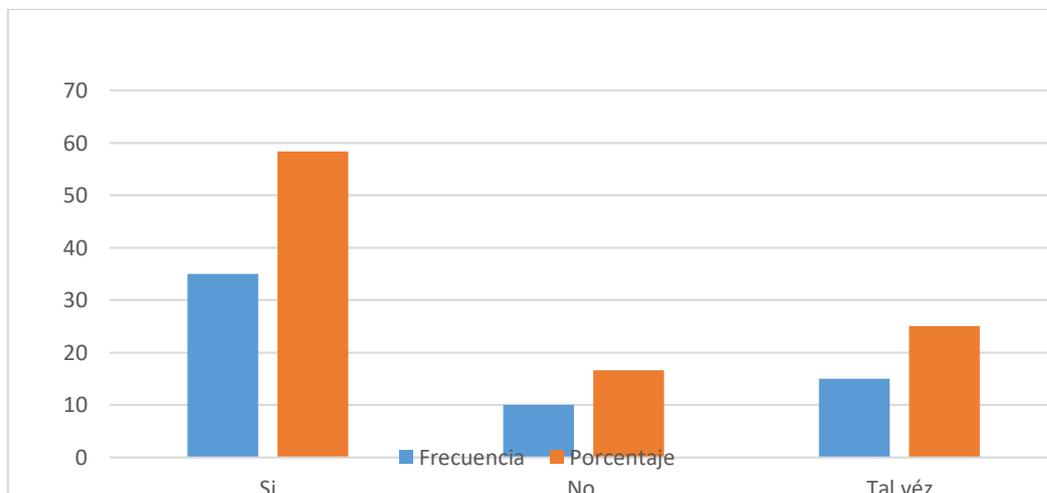
ítem	Detalle	Frecuencia	Porcentaje
6	2X1	40	66%
	Bajar precios	10	17%
	Mantener los precios	10	17%
	Total	60	100%

Fuente: Tabla 6

Elaborado por: Alvarado, (2022)

Figura 6

Porcentaje de estrategias de ventas utilizadas durante el estado de excepción



Fuente: Tabla 6

Elaborado por: Alvarado, (2022)

Análisis

El 66% de los microempresarios decidieron poner promociones ya que las ventas por el estado de excepción eran muy bajas. Sin embargo, no se nota creatividad en las mismas sino una repetición de lo que existe en otros negocios similares del mercado. No se percibe la estrategia de diferenciación.

7.- ¿Cómo describe la economía de su empresa antes del estado de excepción?

Tabla 7

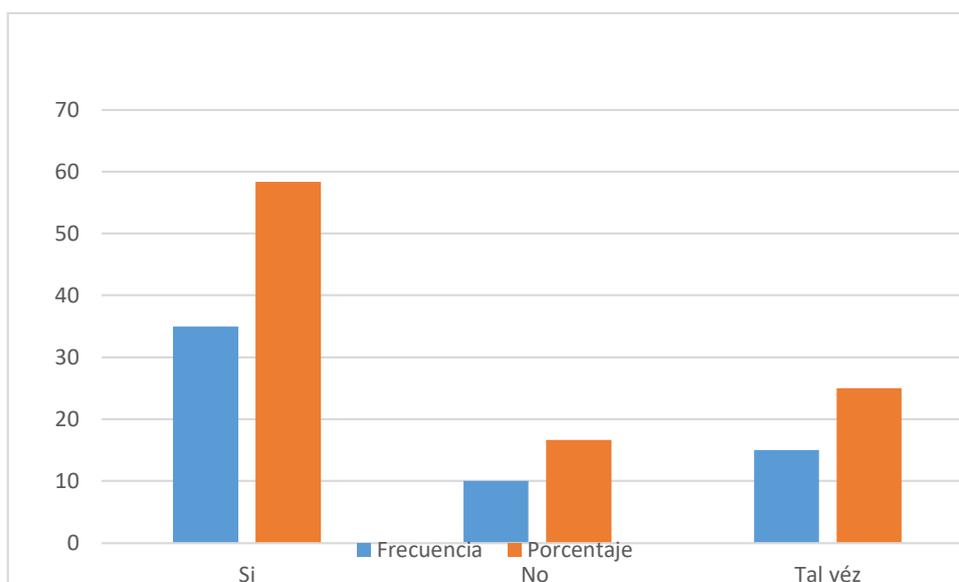
Descripción de la economía antes del estado de excepción

ítem	Detalle	Frecuencia	Porcentaje
7	Muy buena	50	83%
	Mala	10	17%
	Regular	0	0%
	Total	60	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los microempresarios de la ciudad de Guayaquil
Elaborado por: Alvarado, (2022)

Figura 7

Porcentaje de respuestas con relación a la economía de la empresa antes del estado de excepción.



Fuente: Tabla 2
Elaborado por: Alvarado, (2022)

Análisis

En base a la encuesta, antes del estado de excepción la economía de los negocios estaba estable donde se pudo dar empleo a otras personas y se obtenía cierto grado de rentabilidad en el negocio.

Pregunta 8: ¿Cómo calificaría la cultura de creatividad en su empresa?

Tabla 8

Percepción de la cultura de creatividad en la empresa

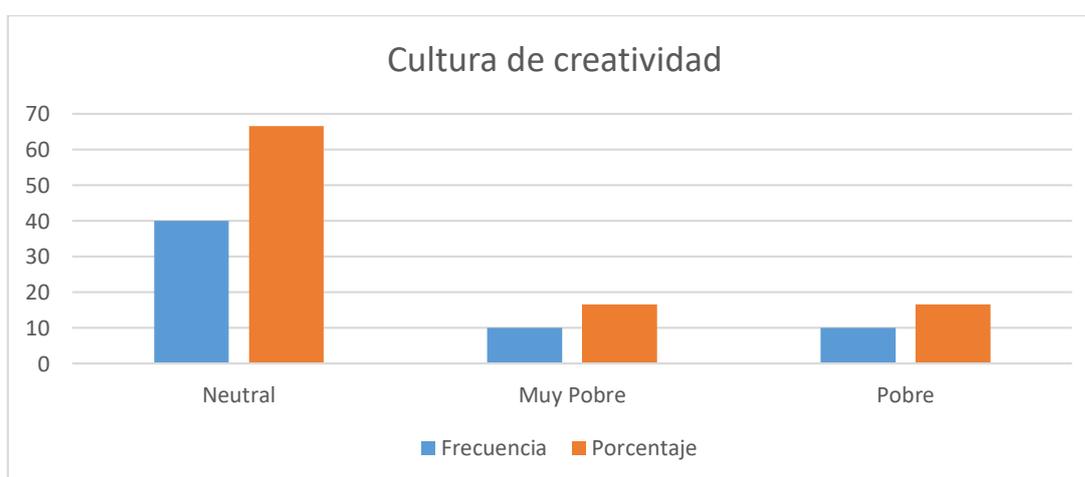
ítem	Detalle	Frecuencia	Porcentaje
8	Muy pobre	10	16,7%
	Pobre	10	16,7%
	Neutral	40	66,6%
	Buena		
	Muy buena		
	Total	60	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los microempresarios de la ciudad de Guayaquil

Elaborado por: Alvarado, (2022)

Figura 8

Cultura de creatividad en la empresa



Fuente: Tabla 8

Elaborado por: Alvarado, (2022)

Análisis

Se constata que la existencia de una cultura de creatividad en las empresas objeto de estudio premorientemente es regular (neutral), ello denota por parte de la dirección un insuficiente enfoque innovador en la gestión, desconocimiento y cierto grado de orientación solo a las ventas desde el punto de vista económico. La mejora del servicio y de la oferta no está en correspondencia a las expectativas del mercado.

9.¿En qué medida se anima a los empleados a presentar nuevas ideas y soluciones creativas?

Tabla 9

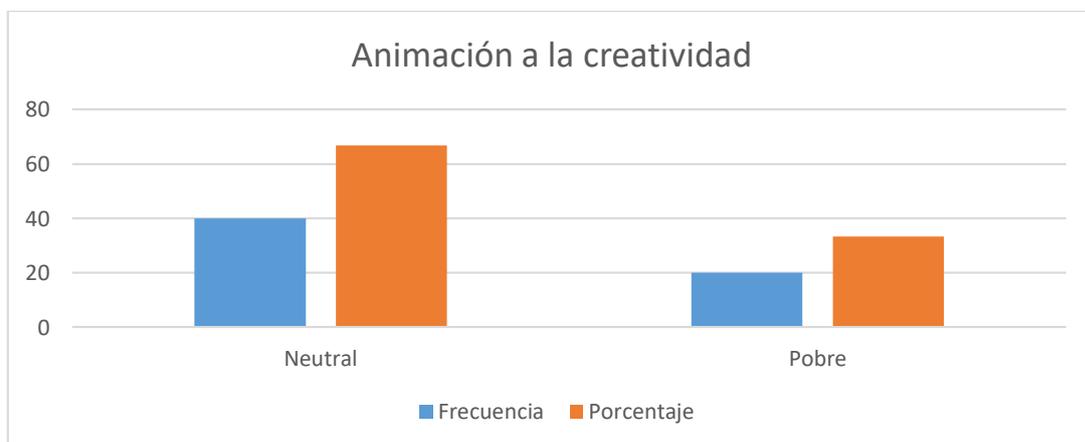
Grado de animación a los trabajadores para la creación de soluciones creativas

ítem	Detalle	Frecuencia	Porcentaje
8	Muy pobre		
	Pobre	20	33,3%
	Neutral	40	66,7%
	Buena		
	Muy buena		
	Total	60	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los microempresarios de la ciudad de Guayaquil
Elaborado por: Alvarado, (2022)

Figura 9

Grado de animación a los trabajadores para la creación de soluciones creativas



Fuente: Tabla 9
Elaborado por: Alvarado, (2022)

Análisis

Como se aprecia, el grado de animación es neutral en un 40% de los encuestados denotando insuficiencias al respecto ya que resulta difícil motivar a los trabajadores a ser creativos sin la existencia de una cultura innovadora y voluntad en la dirección del negocio.

Resultados de la entrevista

Nombre: Econ. Cinthia Denisse Rodríguez de la Cruz, Mgs

Correo electrónico: econ.cinthiarodriguez@gmail.com

Teléfono: 0985724808

Perfil: *Economista; Magister en educación con mención en pedagogía; Magister en desarrollo local en mención economía popular y solidaria.*

1. ¿Cómo describiría usted la situación de los ingresos y gastos previa a la declaratoria de estado de excepción por la pandemia del COVID-19?

Ante la declaratoria de la emergencia sanitaria ocasionada por la pandemia COVID-19, que paralizó la economía a nivel mundial, en el caso de Ecuador sufrió un impacto económico, afectando la economía local y nacional, con ello dio paso a que las exportaciones ecuatorianas se redujeran aumentando el déficit comercial e incrementando la salida neta de divisas. A esto se suma aquellas empresas que perdieron su liquidez y se declararon en quiebra por la falta de ingresos lo que originó el despido de muchos trabajadores, un gran impacto en el panorama laboral y económico de nuestro país. Disminuyó la inversión, el ahorro, el consumo y consecutivamente se activó la brecha aumentando el déficit del endeudamiento y gastos en los hogares, empresas, entre otras.

2. ¿Las medidas que tomó el gobierno afectó su negocio?

Las medidas accionadas por el gobierno ecuatoriano fueron consideradas en el contexto de la emergencia sanitaria, no las más adecuadas, ante la crisis económica Ecuador tienen como consecuencia endeudamiento del Estado, que disminuyó de forma significativa los ingresos de la familia ecuatoriana.

Los negocios fueron afectados rotundamente, en el contexto de la pandemia la reactivación económica mantuvo un ritmo desacelerado, esto dependió de las capacidades productivas que conllevaron a superar esta coyuntura económica.

3. ¿Cómo describe la situación actual de los microempresarios a causa del covid-19?

Ante la crisis sanitaria a causa del Covid-19, los sectores de la economía sufrieron un shock impredecible, que repercutió las microempresas ecuatorianas desde el plano económico al plano laboral tanto en la oferta (producción de bienes y servicios) como en la demanda (consumo e inversión).

La situación actual de los microempresarios ecuatorianos, la dinámica de mejorar sus actividades económicas será progresiva, puesto que este sector se considera uno de los más golpeados en la pandemia, una cadena que afectó a miles de personas, particularmente a informales e independientes. Este sector buscó estrategias para dinamizar su economía de forma paulatina a través de la transformación digital, sus negocios se fueron activando con el objetivo de llegar a nuevos mercados, y superar los obstáculos estructurales al incremento sostenible y sustentables de la productividad.

4. ¿La economía creativa es una opción para las microempresas?

Los economistas la llamamos otra forma de crear oportunidades, a través de la economía creativa y la intersección de la cultura, tecnología, negocios e innovación, forman parte, generar ingresos a través de un comercio de oportunidades para las pequeñas y medianas empresas.

5. ¿Cómo describe la situación de las microempresas después del estado de excepción?

En el contexto de la post pandemia, la inyección del capital se destinó en herramientas tecnológicas, apuntando a generar capacidades innovadoras en las microempresas, implementando ventas digitales, esto con el objetivo de gestionar los procesos de producción, un reto que destinó a un desarrollo tecnológico.

Las entidades bancarias, cooperativas, cajas de ahorros, entre otras se determinan un factor vital en la economía del país, a través de la colocación de crédito ha permitido que miles de microempresarios puedan acceder a recursos e inyectar capital para las empresas y negocios, de esta manera han logrado incrementar su productividad, alcanzar nuevos mercados y generar empleo.

6. En el caso de que los modelos de negocios se vieron afectados a causa del COVID-19, ¿Qué medidas se tomaron para mantener la economía de las microempresas?

La CEPAL sostuvo que en el contexto de la emergencia sanitaria ocasionada por el covid-9, los emprendimientos de América Latina fueron los más afectados, en el caso de Ecuador los modelos de negocios se vieron afectados a nivel microeconómico los negocios locales (formales e informales) en el plano económico Oferta vs Demanda; en el nivel macroeconómico (balanza de pagos y crecimiento económico).

Hago referencia a la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación publicada en el Registro Oficial de 28 de febrero de 2020, que establece líneas de crédito y otros instrumentos financieros para la conformación de fondos de capital semilla, capital riesgo y capital ángel para el financiamiento de emprendimientos, la innovación y desarrollo tecnológico.

En cuanto a las medidas que se consideraron para mantener la economía de las microempresas, es importante establecer que dentro del sector de los microempresarios, emprendedores, se atribuyen las organizaciones que son monitoreadas a través de la Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria, que corresponde a otra forma de crear economía desde lo local a lo nacional, en el ámbito de su competencia, promueve su sostenibilidad y correcto funcionamiento para proteger a sus socios, este ente ha realizado un proceso formativo de acompañamiento desde el sector financiero y no financiero, mediante módulos de capacitaciones, asesoramiento y monitoreo para las organizaciones que se encuentran registradas dentro del catastro de la SEPS.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1 Análisis de la economía creativa en el periodo de pandemia COVID 19

En el trabajo realizado hasta ahora y en los datos obtenidos en el mercado laboral de Ecuador estaba estable antes de la pandemia de coronavirus. En términos estadísticos, en los años previos a una emergencia sanitaria, una adecuada tasa es del 40%, por otro lado, las condiciones de trabajo se volvieron inadecuadas para el trabajador.

El gobierno estableció restricciones para combatir la pandemia de Covid-19 en 2020 Según estimaciones oficiales, estas cifras se han exacerbado significativamente, El PIB cayó un 9%. Esta suspensión de la producción se refleja en el mercado La tasa de empleo aumentó al 32,1% desde el 38,5% en septiembre de 2019 En 2020, esto significa un cambio porcentual de -16,6%. (INEC, 2020)

Según las aportaciones realizadas por la entrevistada, se determinó que a raíz de la pandemia de Covid-19 varios sectores productivos se vieron afectados, no solo por la paralización de las actividades sino también por la reducción de los niveles de exportación. Esta situación generó un efecto dominó que no solo repercutió en la reducción de las ventas en las empresas y la pérdida de liquidez, que provocó un aumento en los niveles de desempleo y en algunos casos el cierre de negocios.

A criterio de la entrevistada, las medidas implementadas por el gobierno si bien fueron necesarias en el contexto sanitario para prevenir un aumento de casos y el colapso de los sistemas de salud, no fueron las medidas adecuadas puesto que no se tomó en cuenta las repercusiones sobre las industrias y sobre una economía que se encontraba en una etapa de recesión. En mayor o menor medida varios sectores experimentaron pérdidas y las acciones aplicadas para lograr la recuperación económica no se logró con la rapidez esperada en todas las industrias, siendo las microempresas las que tuvieron que enfrentarse a mayores desafíos y reinventarse mediante el uso de herramientas digitales para sobrevivir.

De igual manera la entrevistada argumentó que a través de la economía creativa se genera una cadena compartida de beneficios entre quienes demandan de servicios y

productos para hacer resaltar sus negocios o simplemente de quienes demandan de una forma de expresión para obtenerla como recuerdo, y quienes materializan estas ideas en una obra tangible o intangible. En la entrevista también se identificó que muchas microempresas que son las que demandan de servicios de terceros para crear contenidos y así obtener reconocimiento en el mercado y sobre los consumidores objetivos, sin embargo, a partir de la pandemia, dado a que muchos establecimientos cerraron parcial y totalmente sus puertas, las personas y negocios que se desenvolvían dentro de la economía creativa también se vieron afectados.

La economía del país ha recibido un gran golpe durante la crisis de salud de Covid-19 la mayoría de estas actividades creativas y culturales, para su realización, dependen de la economía del país. El propósito de este estudio es analizar el programa, el plan de Ecuador para enfrentar la crisis sanitaria se enfoca en Economía del país y análisis comparativo con otros países latinoamericanos también implementó programas estatales en torno a la economía creativa.

Las restricciones para combatir la pandemia de Covid-19 en el periodo 2020 según estimaciones oficiales, incidieron en que las cifras se hayan exacerbado significativamente, el PIB cayó un 9%. Esta suspensión de la producción se reflejó en el mercado laboral, puesto que la tasa de empleo se redujo en -16,6% durante el periodo 2020. Comparando estadísticamente los datos del mercado laboral ecuatoriano antes y después de la crisis sanitaria, los resultados obtenidos son determinantes. El empleo adecuado se vio muy afectado por las restricciones, cayendo 8,9 puntos. Asimismo, el desempleo aumentó del 3,8% al 5%. El cambio porcentual fue del 32,6%.

Partiendo de estos antecedentes relacionados con las repercusiones ocasionadas por la crisis sanitaria en el Ecuador, se buscó analizar cómo ha evolucionado la economía creativa en el país, para ello se realizó un análisis documental que permitiera recabar datos de relevancia desde una perspectiva, macro, meso y micro. En este sentido, es importante señalar que de acuerdo al informe presentado por Saquicela (2022), Presidente de la Asamblea Nacional, la economía creativa ha adquirido mayor relevancia durante la última década lo que ha impulsado la formulación de un proyecto de ley para impulsar su crecimiento y con ello propiciar la reactivación y recuperación económica posterior a la pandemia.

Según los antecedentes expuestos por Saquicela (2022), los sectores productivos que forman parte de la industria creativa generan un promedio de 29,5 millones de plazas laborales a nivel mundial y 1,9 millones de empleos a nivel regional. Los estudios realizados por instituciones como la CEPAL señalan que esta industria es capaz de generar ingresos de aproximadamente \$124.000 millones de dólares, mientras que la participación de la economía creativa en el PIB es de 2.2% en los países de América Latina y el Caribe.

Desde esta perspectiva, la industria creativa que integra a sectores pertenecientes al área de la arquitectura, el diseño, las artes, la cultura y el desarrollo digital, es una de las que posee mayor potencial de crecimiento en el contexto contemporáneo en el que las tendencias de consumo han variado. Es importante señalar que a raíz de la crisis sanitaria el sector empresarial ha debido reinventarse y adaptarse a los cambios suscitados, lo que llevó al desarrollo y uso de servicios digitales para la oferta de productos, así como el desarrollo e implementación de empresas con características innovadoras cuyo propósito fue el de responder a las necesidades y demandas del mercado.

Cabe destacar que la economía creativa se sustenta principalmente en la creatividad, las habilidades, la innovación y la capacidad de adaptarse y afrontar escenarios adversos mediante la formulación de ideas o alternativas de solución en las que se considera al capital intelectual como el elemento clave para lograr la recuperación y el crecimiento económico. Integran el diseño, producción y comercialización de productos alineados al contexto cultural, artístico y/o similar, a la vez que se apoyan en el uso de recursos auxiliares para generar un valor agregado.

Sin embargo, a pesar de su importancia la economía naranja no ha tenido el mismo nivel de apoyo en los diferentes naciones que integran la región, mientras que en países como Guatemala y Panamá existen mejores condiciones internas que propician el crecimiento de esta industria cuya participación en el PIB nacional oscila entre los 6% y 7%; existen otros países como Brasil, México, Argentina, Colombia, Venezuela y Perú en los que la participación de la economía creativa en el PIB oscila entre el 1% y el 4%.

En el Ecuador, la economía creativa ha registrado una tendencia de crecimiento conservadora, puesto que en el año de 1998 la contribución de esta industria al PIB fue de 0,8%, mientras que un año antes de la pandemia (2019) la participación de la industria creativa en el PIB fue de 1,93%; es decir que durante un periodo de 20 años únicamente

creció en un 1,13% aspecto que se atribuyó a la falta de políticas e iniciativas orientadas a fortalecer a este sector.

Así mismo, ha existido una limitada coordinación y cooperación entre los representantes de los diferentes sectores que integran la industria creativa ecuatoriana para propiciar la implementación de políticas que les permita obtener beneficios y el respaldo por parte del Estado y los ministerios competentes. A esta situación se suma la falta de preparación y de planes de contingencia de las empresas del sector ante situaciones de carácter global como fue la pandemia de Covid-19. En un informe desarrollado por el Observatorio de Políticas y Economía de la Cultura en el Ecuador (2020), durante la crisis sanitaria el 89% de los trabajadores de la industria creativa perdieron sus ingresos, mientras que el 51% debió desempeñar más de una actividad productiva para obtener los ingresos necesarios.

En este contexto, desde las primeras etapas de la crisis, los actores y las empresas pertenecientes a la industria creativa se han adaptado a las limitaciones impuestas por la evolución de la situación sanitaria. Si bien durante los primeros meses de la pandemia las instituciones culturales estuvieron cerradas y dado el impacto que esta crisis generó en la economía y el empleo cultural en el Ecuador, existió una necesidad urgente de responder al riesgo de desaparición de las estructuras culturales, especialmente las más vulnerables.

De acuerdo a lo expuesto en apartados previos, al hacer referencia a las generalidades de la evolución de las cifras y el uso de la economía creativa, tal como se ha planteado el cuarto objetivo específico de esta investigación, de acuerdo a la información presentada en el informe de las Perspectivas de la Economía Creativa desarrollado por las Naciones Unidas (ONU, 2023), se efectuó una encuesta a nivel de América, Europa, Asia y del continente africano, y se evidencia que países como Ecuador reconocen y promueven la economía creativa como fuente importante para el desarrollo social, político y económico, y para esto es propicio que:

- Exista un ente encargado de incentivar y controlar el desarrollo de la economía creativa que en el caso de Ecuador es el Ministerio de Cultura y Patrimonio.
- Desarrollar estrategias, políticas y reglamentos nacionales para fomentar la economía creativa.
- Establecer un proceso sistematizado para captar la contribución económica de los sectores creativos, y disponer de un registro en el que sea posible visualizar de

manera estadística como se da la contribución de la economía creativa sobre el PIB, sin embargo, en el Ecuador aún no se visualizan como en otros sectores, un reporte anual del beneficio económico que genera este sector.

En el caso particular del Ecuador, al efectuar la búsqueda de información referencial, se logró identificar que existen algunos proyectos para potencializar las economías creativas como puente al incentivo de la cultura, en donde según un informe presentado por la Universidad de las Artes (2020) se identificaron algunos datos importantes:

- El sector cultural del Ecuador tributa el 4% de las plazas de empleo estable.
- 50% de los trabajadores de esta rama (economía creativa) trabaja en condiciones poco favorecedoras.
- Entre marzo y diciembre del 2020 se registraron pérdidas de 225 millones de dólares para las distintas áreas que componen el sector creativo, nicho que representa el 2 % del PIB.
- Para el 2021 se había previsto alcanzar más del 3% en contribución al PIB de las actividades provenientes de la economía creativa.
- Se estableció que se aplicaría una tarifa del 0% del impuesto al valor agregado IVA, para incentivar a todas las personas que desarrollaran actividades ligadas a la economía creativa.
- Desarrollo de una línea de crédito para personas que realicen actividades artísticas y gestores de proyectos creativos, y así puedan facilitar la obtención de activos fijos, o llevar a cabo actividades y eventos creativos y culturales.

4.2 Análisis de la creatividad en las microempresas objeto de investigación

La investigación constató que la pandemia de COVID-19 ha tenido un impacto significativo en las microempresas en Guayaquil y en particular en las microempresas objeto de estudio. Algunas de las principales afectaciones que han enfrentado incluyen:

- Las microempresas se vieron obligadas y/o amenazadas a cerrar temporal o permanentemente debido a las restricciones impuestas para frenar la propagación del virus.

- Las restricciones y medidas de distanciamiento social han llevado a una disminución en la demanda de productos y servicios, lo que ha reducido las ventas de muchas microempresas.
- La disminución de las ventas ha llevado a dificultades financieras para muchas microempresas, ya que tienen menos ingresos para cubrir sus gastos.
- Las microempresas han tenido dificultades para pagar a sus empleados debido a la disminución de las ventas y los ingresos.
- La pandemia ha interrumpido la cadena de suministro de muchas microempresas, lo que ha dificultado el acceso a los productos y materiales necesarios para operar.
- Las microempresas han tenido que adaptarse a las nuevas medidas sanitarias y de distanciamiento social, lo que ha requerido inversión en nuevas tecnologías y equipos.

En cuanto a la insuficiente creatividad como oportunidad de hacer crecer el negocio de la microempresa se pudo percibir la existencia de algunos factores. Entre ellos:

- La existencia de un enfoque de supervivencia

Las microempresas a menudo tienen recursos y presupuestos limitados, lo que las obliga a enfocarse en la supervivencia y en cumplir con las demandas y necesidades de sus clientes actuales en lugar de innovar y buscar nuevas formas de hacer negocios.

- La falta de recursos materiales, humanos y financieros

La falta de recursos financieros y de personal capacitado en creatividad e innovación puede impedir que las microempresas inviertan en la mejora de su cultura de creatividad.

- La resistencia al cambio

En la mayoría de las microempresas pueden resistirse a la idea de cambiar sus formas de hacer negocios debido a la falta de experiencia o conocimiento sobre nuevas estrategias y herramientas creativas.

- Falta de conciencia

Aún prevalece en las microempresas la no comprensión de la importancia de la creatividad en los negocios y cómo puede impulsar el crecimiento y la competitividad a largo plazo. A ello se suma la falta de liderazgo de la dirección.

Para superar la falta de cultura de creatividad en las microempresas, es importante que los líderes de estas empresas comprendan la importancia de la innovación y la creatividad en los negocios, inviertan en capacitación y recursos creativos y fomenten un ambiente de colaboración y experimentación para estimular nuevas ideas. Además, pueden explorar la posibilidad de colaborar con otras empresas o contratistas independientes para ampliar su perspectiva y obtener nuevas ideas.

Para ello se proponen algunas acciones:

- Establecer un ambiente creativo
- Fomentar la diversidad que genera nuevas perspectivas y soluciones únicas.
- Establecer objetivos creativos, claros y específicos para fomentar la creatividad en su empresa.
- Establecer un proceso creativo a través del trabajo en equipo en un marco para la innovación.
- Fomentar la colaboración, compartir ideas para nuevas soluciones
- Disponer parte del presupuesto para la creatividad que supone capacitación especializada, fundamentalmente de la academia.
- Fomentar el aprendizaje continuo
- Estimular material y moralmente los éxitos creativos de los trabajadores
- Establecer una política en la microempresa donde la experimentación y la innovación sean valoradas y apoyadas.

CONCLUSIONES

- La revisión bibliográfica constató que la economía creativa puede ser una fuente de crecimiento y ventaja competitiva para las empresas. Las teorías económicas estudiadas de manera general tratan de fomentar una cultura de creatividad e innovación ya sea partir del capital humano, la introducción de nuevas tecnologías y la innovación. Ello contribuirá a la mejora su resiliencia y sostenibilidad a largo plazo.
- La economía creativa en el Ecuador no ha experimentado un crecimiento significativo durante las últimas dos décadas, considerando que su evolución a partir del año de 1998 hasta el año 2019 solo fue del 1,13%. Además, la falta de políticas que promuevan su crecimiento y la falta de preparación del sector incidieron en que se viera significativamente afectado durante la pandemia, a causa de las medidas implementadas por el Gobierno varios negocios de esta industria debieron paralizar sus actividades lo que significó la pérdida de ingresos y la pérdida de empleos en la industria creativa.
- La pandemia de COVID-19 ha tenido un impacto significativo en las microempresas estudiadas, desde la reducción de ventas y las dificultades financieras hasta la interrupción de la cadena de suministro y la necesidad de adaptarse a nuevas medidas sanitarias. Se perciben factores que determinan la insuficiente creatividad como oportunidad de hacer crecer el negocio de la microempresa. Se destacan: la existencia de un enfoque de supervivencia, la falta de recursos materiales, humanos y financieros, la resistencia al cambio y falta de cultura de la creatividad.
- En la investigación se proponen algunas acciones para mejorar la economía creativa de las empresas estudiadas. No obstante, será necesario una mayor conciencia y liderazgo creativo en la dirección de dichas organizaciones.

RECOMENDACIONES

- Los propietarios de microempresas pueden fomentar una cultura de creatividad e innovación en sus empresas alentando a sus empleados a experimentar y probar nuevas ideas y colaborar en equipos interdisciplinarios.
- Los propietarios de microempresas pueden invertir en capacitación y recursos creativos para mejorar la creatividad y la innovación de sus empleados. Esto puede incluir capacitación en diseño, marketing y desarrollo de productos, así como la adquisición de herramientas y tecnologías creativas.
- Los propietarios de microempresas pueden explorar nuevas oportunidades de negocio al identificar necesidades insatisfechas en el mercado y desarrollar soluciones creativas para satisfacerlas.
- Los propietarios de microempresas pueden colaborar con otras empresas, proveedores, contratistas independientes, la academia para ampliar su perspectiva y obtener nuevas ideas creativas.
- Es importante que los propietarios de microempresas monitoreen y midan el impacto de sus iniciativas creativas para evaluar su efectividad y hacer ajustes según sea necesario.
- El Gobierno Autónomo Descentralizado de la localidad debe contribuir al desarrollo de la economía creativa en las microempresas a través de programas de capacitación y asistencia técnica, fondos de financiamientos a la innovación, entre otros.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Brooks, A. (2019). *¿Qué es la economía creativa? El verdadero impacto de una carrera en las artes*. México D.F.: Rasmussen.
- Buitrago, F., & Duque, I. (2013). *La economía naranja: Una oportunidad infinita*. Inter-American Development Bank.
- Claudio, J. (2021). *Metodología y Técnicas para Investigar: Recursos para la Elaboración de Proyectos, análisis de Datos y Redacción Científica*. Amazon Digital Services.
- Carrasco, R., & Cañizares, W. (2019). *Economía Naranja en el Ecuador: panorama actual sobre la Industria Creativa en el país*. Blue Hill College.
- CDC. (2021). *Efectos a largo plazo del COVID-19*. CDC.
- De la Hoz, L. (30 de noviembre de 2017). *La economía creativa como alternativa para la promoción del desarrollo humano: el caso de Cartagena de Indias, Colombia*. Obtenido de FALCSO Argentina:
<https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/15631/2/TFLACSO-2018LMPH.pdf>
- Florida, R. (2002). *The rise of the creative class: And how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. Basic books.
- GEM. (20 de octubre de 2020). *Global Entrepreneurship Monitor: Ecuador 2019-2020*. Obtenido de https://www.espae.edu.ec/wp-content/uploads/2021/02/GEM_Ecuador_2019.pdf
- Gestiones. (4 de Diciembre de 2017). *Las industrias creativas en la economía ecuatoriana (I)*. Obtenido de <https://www.revistagestion.ec/investigacion-analisis/las-industrias-creativas-en-la-economia-ecuatoriana-i>
- Harvey, D. (2012). *Rebel cities: From the right to the city to the urban revolution*. Verso.
- Hernández, J. (2016). *Emprendimiento Creativo*. Editorial Lulu.
- Jaime, R. (2016). *Efectos sociales del ocio y las industrias creativas y culturales: Una mirada desde diversos ámbitos, colectivos y contextos*. Universidad de Deusto.
- Médicos Sin Fronteras. (12 de Marzo de 2020). *¿Qué es una pandemia? ¿Cuál es la diferencia entre pandemia y epidemia?* Obtenido de <https://www.msf.org.ar/actualidad/que-una-pandemiacual-la-diferencia-pandemia-y-epidemia>

- Molina, C., Jerez, M., & Palomino, L. (2018). La economía creativa en Ecuador: Un análisis retrospectivo en la provincia de Cotopaxi durante el período 2012 – 2015. *INNOVA Research Journal*, 3(11), 109-118.
<https://doi.org/10.33890/innova.v3.n11.2018.72>.
- Morán, S. (2021). *La economía creativa como estrategia de desarrollo económico en Ecuador*. Universidad del Norte.
- ONU. (2023). Perspectivas de la Economía Creativa 2022. ONU. Obtenido de https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2022d1_overview_es.pdf
- Palma, N. (2019). *Incidencia de la industria cultural y creativa como impulso a la economía y desarrollo del Ecuador. Análisis de gestión durante el periodo 2013 - 2018*. UCSG.
- Primicias. (26 de diciembre de 2020). *Pese a la pandemia, el número de 'startups' ecuatorianas crece*. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/numero-startups-ecuador-crecimiento-pandemia/>
- Redacción Revista Líderes. (2019). 3,6 millones de personas emprendieron el año pasado (2019). *Revista Líderes*, <https://www.revistalideres.ec/lideres/millones-personas-emprendieron-ecuador-cifras.html>.
- Rodríguez, L. (2018). *Economía creativa en América Latina y el Caribe*. Washington, DC.: [Informe técnico]. Banco Interamericano de Desarrollo.
<http://dx.doi.org/10.18235/0001308>.
- Roldán, T., & De la Fuente, Á. (2020). *La economía española en tiempos de pandemia: Una primera aproximación*. Grupo Editorial España.
- Saquicela, J. (2022). Proyecto de Ley para el para el Fortalecimiento y Desarrollo de las Industrias Culturales y Creativas. [Informe institucional, Asamblea Nacional]. Disponible en <https://asobanca.org.ec/wp-content/uploads/2022/12/Proyecto-de-Ley-para-el-Fortalecimiento-y-Desarrollo-de-las-Industrias-Culturales-y-Creativas.pdf>.
- Sulen, P. (septiembre de 2015). *Análisis comparativo de la industria creativa como elemento dinamizador de la economía sostenible en el Reino Unido y en el Ecuador en las áreas de arte, creatividad y entretenimiento, en el período 2007-2013*. Obtenido de Pontificia Universidad Católica del Ecuador:
<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/9804/AN%C3%81LISIS>

%20COMPARATIVO%20DE%20LA%20INDUSTRIA%20CREATIVA%20C
OMO%20ELEMENTO%20DINAMIZADOR%20DE%20LA%20ECONOM%
C3%8DA%20SOSTENIBLE.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ULVR. (2021). *Líneas de investigación*. Guayaquil: ULVR.

Vinatea, L. (11 de octubre de 2019). *¿Que es la economía creativa y como puede contribuir para mejorar al mundo?* Obtenido de Audaces:

<https://audaces.com/es/que-es-la-economia-creativa-y-como-puede-contribuir-para-mejorar-al-mundo/>

Zahidi, S. (26 de junio de 2020). *Lo que los rescates de hoy pueden hacer por las economías de mañana*. Obtenido de World Economic Forum. Website:

<https://es.weforum.org/agenda/2020/06/lo-que-los-rescates-de-hoy-pueden-hacer-por-las-economias-de-manana/>

Zallo, R. (2017). *Las industrias creativas a discusión*. Editorial GEDISA.

ANEXOS

Evidencias de la investigación de campo de la autora

