



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

CARRERA DE ECONOMÍA

Proyecto de Investigación, previo a la obtención del Título de Economista

Tema:

“Aporte de la economía creativa en Ecuador por impuestos. Un análisis retrospectivo a 10 años”

Autora: Paredes Ibarra, Genesis Tatiana

Tutor: Econ. Ruiz Guajal, Mery Esperanza

Ambato – Ecuador

2023

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo Econ. Mery Esperanza Ruiz Guajala, con cédula de ciudadanía N°. 1103216816, en mi calidad de tutora del proyecto de investigación referente al tema: **“APORTE DE LA ECONOMÍA CREATIVA EN ECUADOR POR IMPUESTOS. UN ANÁLISIS RETROSPECTIVO A 10 AÑOS”**, desarrollado por Genesis Tatiana Paredes Ibarra, de la carrera de economía, modalidad presencial, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos, tanto técnicos como científicos y que corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado de la Universidad Técnica de Ambato y en el normativo para la presentación de Trabajos de Graduación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por los profesores calificadores designados por el H. Consejo Directivo de la facultad.

Ambato, marzo 2023

TUTORA



.....
Econ. Mery Esperanza Ruiz Guajala

C.C. 1103216816

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Genesis Tatiana Paredes Ibarra, con cédula de ciudadanía N°. 1805781232, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el proyecto investigativo, bajo el tema: **“APORTE DE LA ECONOMÍA CREATIVA EN ECUADOR POR IMPUESTOS. UN ANÁLISIS RETROSPECTIVO A 10 AÑOS”**, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos, conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este Proyecto de Investigación.

Ambato, marzo 2023

AUTORA



Genesis Tatiana Paredes Ibarra

C.C. 1805781232

CESIÓN DE DERECHOS

Autorizo a la Universidad técnica de Ambato, para que haga de este proyecto de investigación, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto de investigación con fines de discusión pública; además apruebo la reproducción de este proyecto de investigación, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica potencial; y se realice respetando mis derechos de autora.

Ambato, marzo 2023

AUTORA



.....

Genesis Tatiana Paredes Ibarra

C.C. 1805781232

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El Tribunal de Grado, aprueba el proyecto de investigación con el tema: “**APORTE DE LA ECONOMÍA CREATIVA EN ECUADOR POR IMPUESTOS. UN ANÁLISIS RETROSPECTIVO A 10 AÑOS**”, elaborado por, Genesis Tatiana Paredes Ibarra, estudiante de la Carrera de Economía, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, marzo 2023



Dra. Mg. Tatiana Valle

PRESIDENTE



Econ. Elsy Álvarez

MIEMBRO CALIFICADOR



Econ. Anderson Argothy

MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

Dedico mi trabajo de investigación a mi hermosa madre, Nancy Paredes que desde el cielo sé que está muy orgullosa de mi pues sin ella no lo hubiese logrado, ella fue mi apoyo y motivación en cada momento de mi vida , también a mi hermano, cuñada y sobrinos por el apoyo que me han dado en estos momentos , en especial quiero agradecerle a mi prima Talía que me apoyo desde el día 1 y continua haciéndolo , te agradezco por todo lo que ha hecho en mi vida tanto personal como profesional es lo más importante que tengo en mi vida, por ultimo agradecer a todas las personas que han venido a sumarse en mi vida últimamente que son hoy en día muy importantes para mí.

Genesis P.

AGRADECIMIENTO

Agradezco mucho a Dios principalmente, por haberme permitido llegar hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

En esta etapa de mi vida universitaria la más complicada y a la vez la más encantadora, de igual manera a los docentes que en el camino fueron mi guía con su paciencia y conocimiento han sabido formar profesionales de éxito, gracias a mi universidad por haberme permitido formarme y en ella agradezco a todas las personas que fueron parte de este proceso.

¡Gracias de corazón querida Universidad Técnica de Ambato!

Genesis P.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE ECONOMÍA

TEMA: “APOORTE DE LA ECONOMÍA CREATIVA EN ECUADOR POR IMPUESTOS. UN ANÁLISIS RETROSPECTIVO A 10 AÑOS”.

AUTORA: Genesis Tatiana Paredes Ibarra

TUTORA: Econ. Mery Esperanza Ruiz Guajala

FECHA: Marzo, 2023

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación tiene como objetivo general analizar el aporte de la economía creativa en Ecuador por impuestos. Para ello, se empieza con una descripción de la economía creativa y su evolución durante los últimos 10 años. A continuación, se identifican los impuestos generados por las empresas que pertenecen al sector creativo. Posterior a ello, se determina la relación entre el valor agregado bruto de la economía ecuatoriana y los impuestos generados por el sector mediante un modelo econométrico. Los resultados de esta investigación muestran que el sector de economía creativa del Ecuador se concentra en dos actividades principales de programación informática, consultoría de informática y actividades conexas (J62) y publicidad (M731), siendo estas en su mayoría pequeñas y microempresas. Además, que los impuestos causados por las empresas de economía creativa tienen una tendencia positiva, siendo el año 2017 en donde más se recaudó en este sector con un valor equivalente a 97,4 millones. Se concluye que el IR causado con el VAB mantienen una relación positiva y que el IR causado (del año anterior) explican en un 64 por ciento las variaciones del VAB.

PALABRAS DESCRIPTORAS: VAB, IMPUESTOS, ECONOMÍA CREATIVA, ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA.

TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO
FACULTY OF ACCOUNTING AND AUDITING
ECONOMICS CAREER

TOPIC: "CONTRIBUTION OF THE CREATIVE ECONOMY IN ECUADOR BY TAXES. A 10-YEAR RETROSPECTIVE ANALYSIS".

AUTHOR: Genesis Tatiana Paredes Ibarra

TUTOR: Econ. Mery Esperanza Ruiz Guajala

DATE: March, 2023

ABSTRACT

The general objective of this research is to analyze the contribution of the creative economy in Ecuador by taxes. To do so, it begins with a description of the creative economy and its evolution during the last 10 years. Next, the taxes generated by the companies that belong to the creative sector are identified. Subsequently, the relationship between the gross value added of the Ecuadorian economy and the taxes generated by the sector is determined by means of an econometric model. The results of this research show that the creative economy sector in Ecuador is concentrated in two main activities of computer programming, computer consulting and related activities (J62) and advertising (M731), being mostly small and micro enterprises. Furthermore, that the taxes caused by creative economy companies have a positive trend, being the year 2017 where more was collected in this sector with a value equivalent to 97.4 million. It is concluded that the IR caused with the GVA maintain a positive relationship and that the IR caused (from the previous year) explain 64 percent of the GVA variations.

KEYWORDS: VAB, TAXES, CREATIVE ECONOMY, TAX ADMINISTRATION.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁGINA
PÁGINAS PRELIMINARES	
PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	iii
CESIÓN DE DERECHOS.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO	vii
RESUMEN EJECUTIVO	viii
ABSTRACT	ix
ÍNDICE GENERAL	x
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xv
CAPÍTULO I.....	1
INTRODUCCIÓN	1
1.1 Descripción del problema.....	1
1.1.1 Justificación teórica.....	2

1.1.2 Justificación metodológica.....	4
1.1.3 Justificación práctica	5
1.1.4 Formulación del problema de investigación	5
1.2 Objetivos.....	5
1.2.1 Objetivo general	5
1.2.2 Objetivos específicos	5
CAPÍTULO II.....	7
MARCO TEÓRICO	7
2.1 Revisión de literatura.....	7
2.2 Fundamentos teóricos.....	11
2.2.1 Economía Creativa	11
2.2.2 Administración tributaria	17
CAPÍTULO III.....	21
METODOLOGÍA.....	21
3.1 Recolección de la información.....	21
3.1.1 Población, muestra y unidad de análisis	21
3.2 Fuentes de información	22
3.2.1 Instrumento y método para recolectar la información.....	23
3.3 Tratamiento de la información.....	23

3.3.1 Descripción detallada del procesamiento de información	23
3.4 Operacionalización de variables	25
CAPÍTULO IV	27
RESULTADOS	27
4.1 Resultados.....	27
4.1.1 La economía creativa y su evolución en Ecuador durante los últimos 10 años.....	27
4.1.2 Impuestos generados por las empresas que pertenecen al sector creativo en Ecuador.....	37
4.1.3 Relación entre el VAB y los impuestos causado por el sector creativo	42
CAPÍTULO V	46
CONCLUSIONES	46
5.1 Conclusiones.....	46
5.2 Limitaciones del estudio.....	47
5.3 Futuras líneas de investigación	47
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	48
ANEXOS	52

ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO	PÁGINA
Tabla 1 Sistema de clasificación de las industrias creativas derivados de diferentes modelos	16
Tabla 2 CIIU de las empresas del sector creativo del Ecuador	21
Tabla 3 Ficha de observación estructurada	23
Tabla 4 Sectores con más empresas de economía creativa en Ecuador, año 2021....	28
Tabla 5 Porcentaje de empresas de economía creativa que reportaron información en 0, periodo 2010 - 2021.	36
Tabla 6 Número de empresas que reportaron información diferente a 0, periodo 2010 - 2021.	36
Tabla 7 Impuesto a la renta causado por los sectores de economía creativa en Ecuador, año 2021.....	37
Tabla 8 Número de empresas de economía creativa que declaran en 0 y diferente a 0, periodo 2010-2021.....	39
Tabla 9 Estadística descriptiva del impuesto a la renta causado de las empresas de economía creativa del Ecuador, periodo 2011-2021.....	41
Tabla 10 Datos para el modelo de regresión	42
Tabla 11 Modelo MCO, usando las observaciones 2011-2021.....	43
Tabla 12 Modelo MCO con corrección de heterocedasticidad, usando las observaciones 2011-2021	45

ÍNDICE DE FIGURAS

CONTENIDO	PÁGINA
Figura 1 Top 10 provincias con más empresas de economía creativa en Ecuador, año 2021.....	28
Figura 2 Tipos de empresas de economía creativa en Ecuador, año 2021.....	29
Figura 3 Tamaño de las empresas de economía creativa en Ecuador, año 2021.....	30
Figura 4 Evolución del número de empresas de economía creativa en Ecuador expresado en miles, periodo 2010 - 2021.....	31
Figura 5 Evolución de la cantidad de personas empleadas en empresas de economía creativa en Ecuador expresado en miles, periodo 2010 - 2021.....	32
Figura 6 Evolución de los activos de las empresas de economía creativa en Ecuador expresado en millones de dólares, periodo 2010 - 2021.....	32
Figura 7 Evolución del patrimonio de las empresas de economía creativa en Ecuador expresado en millones de dólares, periodo 2010 - 2021.....	33
Figura 8 Evolución del ingreso por ventas de las empresas de economía creativa en Ecuador expresado en millones de dólares, periodo 2010 - 2021.....	34
Figura 9 Evolución de la utilidad del ejercicio de las empresas de economía creativa en Ecuador expresado en millones de dólares, periodo 2010 - 2021.....	35
Figura 10 Porcentaje de participación de los 5 sectores de economía creativa que más impuesto a la renta pagan, año 2021.....	38
Figura 11 Evolución del IR causado de las empresas de economía creativa de Ecuador expresado en millones de dólares, periodo 2010-2021.....	38

ÍNDICE DE ANEXOS

CONTENIDO	PÁGINA
Anexo 1 Número de empresas de economía creativa clasificados por sector, periodo 2010-2021.....	52

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 Descripción del problema

La economía creativa es uno de los sectores que en los últimos años ha experimentado mayor crecimiento en el mundo. De acuerdo con la UNCTAD (2022) las industrias creativas crean empleo e ingresos, promueven la innovación y contribuyen al bienestar de las sociedades. Sin embargo, se necesitan más datos y respuestas y multidisciplinarios para potenciar el impacto del sector creativo en el desarrollo. Esto es esencial, ya que la economía creativa ofrece a todos los países, en particular a las economías en desarrollo, una opción viable para el desarrollo.

La búsqueda de estrategias orientadas a la economía creativa o cultural con el fin de lograr el desarrollo económico puede adoptar diversas formas. Muchas iniciativas de economía creativa, como los festivales de barrio o los distritos de "diseño" designados, brindan una forma económica de comercializar la comunidad y aumentar su atractivo para los residentes y los recién llegados. En su mayor parte, estos enfoques se centran en la economía creativa con una "c" minúscula: artistas individuales, cultura vernácula, artes y artesanías étnicas, pequeñas organizaciones sin fines de lucro y empresarios creativos (Markusen y King 2003; Markusen y Schrock 2006; Mt. Auburn Associates 2000).

Pero la economía creativa también puede representar grandes ganancias para el estado mediante los impuestos generados por las actividades creativas. Así países como EE. UU. que participan más activamente en estas estrategias de economía creativa de "grandes negocios" gastan considerablemente dinero de los impuestos en subsidios a las empresas de medios de entretenimiento. De hecho, los incentivos fiscales y los subsidios ahora disponibles en los Estados Unidos para los productores de las industrias contemporáneas del cine y la televisión son solo una manifestación de una tendencia internacional en la que los estados (nacionales y subnacionales) compiten para albergar actividades de producción de medios financiando directamente el cine o la televisión (Morawetz et al. 2007).

Estos subsidios se justifican sobre la base de que la economía creativa promueve el desarrollo económico e inyecta millones de dólares a la economía estatal. Sin embargo, a medida que aumentan los subsidios surgen dudas sobre el uso de dinero público para atraer a estas actividades es sostenible. Los escépticos preguntan si el costo puede superar el beneficio para la economía del estado.

Para ello, en primer lugar, es necesario definir en qué consiste el sistema fiscal de la economía de la innovación. El sistema tributario de la economía de la innovación está representado por una combinación de elementos interrelacionados (sujetos, objetos de tributación, tasas impositivas, incentivos y privilegios tributarios, fechas de vencimiento para el pago de impuestos), basado en ciertos principios (tales como: los principios de compromiso, equidad, certeza, eficiencia, unidad, estabilidad, flexibilidad, optimalidad, proporcionalidad).

El objetivo de este sistema es ayudar a establecer y recaudar impuestos, definir formas y métodos de tributación para prever el tipo especial de economía basada en innovaciones, mejoras tecnológicas, manufactura, entre otras actividades creativas (Nechaev y Antipina, 2015).

Para entender mejor el papel que juega las actividades de la economía creativa en el sistema fiscal y si es rentable para las economías estatales otorgar subsidios para potenciar este sector, este estudio analiza el aporte de la economía creativa en Ecuador por impuestos mediante un análisis retrospectivo a 10 años.

1.1.1 Justificación teórica

Ecuador es un país rico en diversidad étnica, cultural y natural. Un país en donde existen lugares como las Islas Galápagos (Patrimonio Natural de la humanidad 1978 y Reserva de Biosfera 1985); ciudades como Quito (Patrimonio Cultural de la humanidad 1978) y Cuenca (Patrimonio Cultural de la humanidad 1999) y la provincia de Imbabura (Geoparque Mundial 2019), todas declaradas por la UNESCO en reconocimiento a su riqueza.

Resulta paradójico que sea también un país con problemas de índole social y económico, y que su matriz productiva no haya dejado de depender de los recursos naturales con cierta tendencia a destruir todas estas riquezas naturales y culturales antes mencionadas. Esto evidencia la falta de relación entre las actividades culturales, de innovación y creatividad en las actividades productivas del Ecuador y la necesidad de un análisis de cómo estas pueden llegar a aportar a la economía. Es precisamente, la ausencia de un estudio sobre el aporte por impuestos de la economía creativa que permita analizar su potencial lo que motiva a esta investigación.

La Economía Creativa como propuesta considera dentro de sus planteamientos la producción de riqueza y empleo mediante la generación y explotación de la propiedad intelectual (UNESCO, 2010). A esto Púa (2017) añade que lo anterior particularmente se da en la población joven. Esto es importante, debido a que Ecuador cuenta con un capital humano mayormente joven (Ortiz, 2019). En ese sentido, la Economía Creativa es un recurso renovable sobre la base del intelecto que puede ser aprovechado y para ello requiere de análisis para determinar su potencial.

En relación con lo antes mencionado, la Economía Creativa puede ser definida en términos de cultura, tradiciones y arte, como puede estar también estrechamente relacionada con la industria, el mercado y la economía, y además articulada con los derechos de autor y la propiedad intelectual. La variedad de definiciones ha llevado a la UNESCO (2010) a proponer una definición acerca de la economía creativa y cultural: “Son los sectores de actividad que tienen como objeto principal la creatividad, la producción o reproducción, la promoción, la difusión y la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial” (p. 15).

En ese sentido, la Economía Creativa se enmarca en los estudios que aseguran que la implementación de modelos de desarrollo que partan la industria de la cultura puede proporcionar mejores condiciones de vida a la población, sobre todo en países con modelos convencionales que no han podido generar estos resultados (Martínez Olivera et al., 2021). Aunque su concepto empieza a tomar popularidad a partir del *The Creative Economy* de Howkins (2001) su origen es previo, como lo asegura Petit

(2012). Así, se configuran una serie de estudios a nivel de las economías del mundo que tratan de analizar el potencial de la Economía Creativa con el fin de impulsar el desarrollo y la generación de empleo y riqueza.

1.1.2 Justificación metodológica

La población de este estudio parte del modelo de clasificación de la industria creativa de la UNESCO (2014) quien define 9 industrias que incorporan un gran componente de creatividad como actividad central. Este estudio se basa en este modelo para reconocer las industrias de Ecuador que mantienen actividades mercantiles asociadas a la economía creativa, de esta forma se identifican 15 actividades mercantiles detalladas en la tabla 1, los cuales, son el objeto de estudio de esta investigación.

Para el levantamiento de la información se utilizan como fuentes de datos a la Superintendencia de Compañías Valores y el Banco Central del Ecuador, los mismos que permiten identificar a las empresas que pertenecen al sector creativo y sus impuestos generados, además de conocer el VAB generado por las empresas del sector creativo, respectivamente. Siendo estas fuentes de datos oficiales y de libre acceso.

Se plantea una investigación de corte longitudinal y de alcance exploratorio, debido a la escasez de investigaciones relacionadas sobre el tema en el contexto de aplicación. El proceso investigativo es descriptivo, empezando con el análisis de publicaciones de centros académicos, revistas, base de datos de organismos internacionales, organizaciones no gubernamentales y sociedad civil que hayan investigado sobre Economía Creativa, especialmente en Ecuador.

Así, se realiza un análisis descriptivo de la Economía Creativa, de manera secuencial, de su evolución en la economía ecuatoriana, de las características y herramientas que permitan estimular su desarrollo dentro de Ecuador. También se recaba información del aporte por impuestos de la Economía Creativa que permita interpretar la importancia del sector en Ecuador y evaluar su potencial como fuente de empleo, desarrollo y progreso.

1.1.3 Justificación práctica

De acuerdo con el informe del Banco Interamericano de Desarrollo (2017) las actividades mercantiles relacionadas a las industrias creativas generan por ingresos más de 2,5 mil millones al año y emplean a casi 29,5 millones de personas en todo el mundo. En Ecuador, de acuerdo con información del Ministerio de Cultura y Patrimonio citado por Cárdenas (2020) este sector representa el 2% de la economía, es decir, \$ 1.400 millones al año. A pesar de estos datos, los estudios relacionados con la economía creativa son escasos.

Es por lo anteriormente mencionado, que esta investigación justifica su importancia al tener como finalidad cubrir una parte de este vacío investigativo y ofrecer un panorama introductorio de la Economía Creativa y su aporte por impuestos en Ecuador.

Este estudio es de utilidad debido a que genera conocimiento sobre el aporte de la economía creativa en Ecuador por impuestos, siendo la base para futuras investigaciones relacionadas con las siguientes áreas de investigación: (Z10) Economía de la cultura y (O4) crecimiento económico y productividad agregada.

1.1.4 Formulación del problema de investigación

¿Cuál es el aporte de la economía creativa en Ecuador por impuestos?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Analizar el aporte de la economía creativa en Ecuador por impuestos mediante un análisis retrospectivo a 10 años para la identificación del potencial de este sector.

1.2.2 Objetivos específicos

- Describir la economía creativa y su evolución en Ecuador durante los últimos 10 años.

- Identificar los impuestos generados por las empresas que pertenecen al sector creativo en Ecuador.
- Determinar la relación entre el valor agregado bruto de la economía creativa y los impuestos generados por el sector.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Revisión de literatura

Los siguientes párrafos se refieren a la investigación existente sobre los temas en los que se basa esta investigación. Estos temas cubren una variedad de áreas que contempla la Economía Creativa, incluido un resumen de los temas, objetivos, metodología y resultados de las investigaciones revisadas:

Primero, el estudio de Mantilla et al. (2017) denominado “La innovación tecnológica de las PYMES manufactures del cantón Ambato. Ecuador” realizado con el objetivo de describir los factores que inciden en la innovación tecnológica de las pymes manufactureras de Ambato. Para ello, se investigó el grado de innovación tecnológica de las pymes que pertenecen al sector manufacturero del cantón Ambato-Ecuador, tomando como objeto de estudio a 111 empresas las cuales representan a una muestra por conglomerados. Los resultados del estudio demuestran que en Ambato las empresas manufactureras por innovación tecnológica destinan el 20% del presupuesto, esto con el fin de crear nuevos productos, teniendo un porcentaje relativamente alto (64,86%) si lo relacionamos con lo invertido en innovación tecnológica a nivel nacional (37,5%).

También, el artículo denominado “La economía creativa: un marco etnográfico para las artesanías en el Alto Solimo región de la Amazonía brasileña”, realizado por Petry (2020) con el objetivo de tomar conceptos de la literatura de economía creativa para presentar una propuesta que conceptualice las industrias creativas desde la perspectiva de las ideas que subyacen a los conceptos de distritos industriales y la triple hélice. El análisis sienta las bases con una revisión de la literatura sobre la economía creativa y se basa en ellos con la terminología de industrias creativas y distritos industriales. Se desarrolla una representación tridimensional, desde una perspectiva en la que las tres dimensiones comprenden universidad, industrias creativas y gobierno, combinadas con siete factores subyacentes que definen el marco arquetípico desde la perspectiva de la economía creativa de las artesanías de la región. Partiendo del

principio de un análisis de los factores subyacentes, el artículo presenta un estudio etnográfico de las potencialidades y obstáculos presentes en el sector artesanal y delinea el trabajo que queda por hacer para posibilitar la construcción de una economía creativa.

Además, en el estudio realizado por Agustina et al. (2020) denominado “Una estrategia de desarrollo de la economía creativa: el caso de Trenggalek Creative Network para Trenggalek Regency, Indonesia” realizado con el objetivo de desarrollar el sector de la economía creativa de las comunidades rurales en Trenggalek Regency, mediante el mapeo de los subsectores de la economía creativa de esta comunidad. Esta investigación cualitativa se realizó durante 60 días hábiles a través de entrevistas en profundidad, discusiones de grupos focales, observación y revisión de literatura. Más precisamente, primero, identificó el potencial de la economía creativa tanto a nivel sectorial como regional. En segundo lugar, identificó los principales subsectores de la economía creativa y compiló una hoja de ruta para el desarrollo económico creativo. Luego de definir y mapear el potencial de la economía creativa, se identificaron cuatro de los dieciséis subsectores de la economía creativa para ser desarrollados a través de un plan estratégico para el crecimiento de la economía creativa utilizando marcas urbanas, centros industriales innovadores y recursos renovables. El estudio concluye que existe la necesidad de mejorar el capital humano, tanto el aparato, los actores económicos innovadores y la cultura, para promover la reactivación de las prácticas locales, que luego tendría un impacto en las actividades regionales.

Asimismo, la investigación titulada “La diplomacia económica de Indonesia para fortalecer el mercado de la industria de la economía creativa en el sudeste de Asia”, de Heryadi et al. (2021), tuvo como objetivo analizar la diplomacia económica llevada a cabo por Indonesia para fortalecer el mercado de la industria de la economía creativa en el sudeste asiático. Al utilizar el estudio de la literatura, los datos relacionados con la economía creativa de Indonesia, como las políticas y las formas de diplomacia económica, se recopilan a partir de informes de investigación, artículos de revistas, libros y sitios web oficiales del gobierno, así como artículos en Internet. Se realizó el análisis de datos para el proceso de recolección de datos. Los resultados del estudio indican que Indonesia ha llevado a cabo una serie de actividades de diplomacia

económica que incluyen la promoción de las exportaciones, la participación en varios foros regionales y mundiales, así como la cooperación bilateral con los países miembros de la ASEAN. Además, la cooperación entre el gobierno y los actores de la industria de la economía creativa a nivel nacional también es una de las estrategias para apoyar las actividades de diplomacia económica.

Resalta también la investigación denominada “El papel de la economía creativa en el bienestar de los miembros Sobat Hidup Berkah en Surabaya visto desde la perspectiva Maqashid Al-Shari'ah”, realizada por Trisnawaty y Faizah (2022) que tuvo como objetivo analizar el papel de la economía creativa en el bienestar de los empresarios musulmanes. Esta investigación utiliza un enfoque cualitativo del tipo de investigación descriptiva de estudio de caso. Los resultados de este estudio son que, a través de actividades comerciales económicas creativas se puede hacer prosperar la economía incluso en medio de la pandemia COVID-19. Aparte de eso, el programa de estudio organizado por la comunidad Sobat Hidup Berkah ayuda a brindar orientación y motivación para superar los problemas comerciales que enfrentan los empresarios musulmanes. Las actividades económicas creativas que se llevan a cabo por ende, mejoran la calidad y la facturación del negocio.

Cabe mencionar también la investigación “El papel del gobierno en el empoderamiento de la comunidad industrial basada en la Economía Creativa en la provincia de Lampung en la perspectiva económica islámica” de Budimansya y Hasimi (2022) realizada con el objetivo de determinar el papel del gobierno en el empoderamiento de la comunidad industrial basada en la economía creativa en la provincia de Lampung. Se utilizó una investigación cualitativa con técnicas de recolección de datos de observación, entrevistas en profundidad y documentación. Los informantes de este estudio son gobiernos locales y empresarios económicos creativos. Los datos utilizados son datos primarios y secundarios obtenidos de observaciones y de los archivos del Departamento correspondiente. Con base en los resultados del estudio, se menciona que la perspectiva económica islámica en la implementación del empoderamiento económico creativo mantiene injusticia en la distribución de la ayuda. Esto no está de acuerdo con los principios de la economía islámica, la justicia distributiva. La conclusión de este estudio es que el empoderamiento de la economía

creativa es suficientemente bueno, pero la supervisión del gobierno en la distribución de la ayuda es muy deficiente.

En la misma línea de investigación, el artículo denominado “Desarrollo de la Economía Creativa hacia la estabilidad de la economía nacional (Indonesia)” de Saleh (2022) realizado con el objetivo de determinar las variables relacionadas con el país Indonesia, para conocer el nivel de desarrollo que afecta a la economía y sus efectos de 2015 a 2019. El estudio del desarrollo de la industria creativa en el sector bancario, que afecta la economía del país, utiliza un enfoque de investigación cualitativa. Los resultados de la investigación con regresión muestran que las variables que inciden en la economía del país tienen un efecto positivo en el crecimiento económico, mientras que el índice de efectividad influye directamente, y la eficiencia directamente no influye significativamente en el crecimiento económico del país. Esto puede afectar la reducción de las tasas de desempleo y la efectividad.

Por último, en el estudio denominado “Prueba de los catalizadores de la economía creativa rumana: un enfoque de análisis de datos de panel” realizado por Florea et al. (2022) con el objetivo de determinar la conexión entre los catalizadores del desarrollo de las CCEs locales como variables independientes, y dos dimensiones económicas, el número de empleados y la rotación, como variables dependientes. La determinación de esta correlación se inició utilizando el método de observación y el método de regresión múltiple, pero fue necesaria una mayor investigación, por lo que el presente trabajo profundiza la investigación acercándose al método de datos de panel. Los resultados prueban una correlación existente entre las variables analizadas, incidiendo algunas de ellas positivamente y otras negativamente. En conclusión, para desarrollar el sector creativo a nivel local, es fundamental atraer estudiantes pero también mantener en la ciudad la mano de obra profesional y experta, que tenga el potencial y el interés por el consumo creativo. Adicionalmente, el gasto público local per cápita favorece a los sectores creativos; estas asignaciones públicas representan formas directas para que las autoridades impacten en la CCE, pero considerando los otros catalizadores confirmados, podemos notar que hay otras formas en las que las autoridades locales o nacionales podrían apoyar el desarrollo de las CCI.

2.2 Fundamentos teóricos

2.2.1 Economía Creativa

El escritor británico John Hawkins, en el año 2001, popularizó el término economía creativa para explicar las formas en que las empresas promueven la creatividad y la convergencia del conocimiento, empleando tecnología científica basada en el aprendizaje, con el objetivo de desarrollar nuevos mercados y crear puestos de trabajo (Sung, 2015). El principio de la economía creativa se basa en la creatividad, las habilidades y el talento individuales. En otras palabras, la economía creativa es una parte integral de una economía basada en el conocimiento (White et al., 2014).

Sin embargo, no existe una definición única, ya que este es un concepto subjetivo que se va formando a medida que evoluciona la comprensión, basado en activos creativos que tienen el potencial de generar crecimiento económico y desarrollo.

Sin profundizar demasiado en los detalles, la economía creativa engloba aspectos económicos, culturales y sociales que interactúan con la tecnología y la propiedad intelectual de los diferentes sectores (UNCTAD, 2008). Sus características organizacionales van desde microempresas, pasando por pequeñas y medianas empresas (PYMES), hasta una relación con las grandes organizaciones con distribución/circulación establecida, promoviendo el crecimiento de las empresas creativas, también conocidas como industrias creativas.

Otros conceptos pueden estar relacionados con la comprensión de los sectores individuales que componen la economía creativa, tales como: productos creativos, clase creativa, ciudades creativas, grupos creativos, industria cultural, industria y distritos creativos (UNCTAD, 2008).

2.2.1.1 Industrias creativas

El significado de las industrias creativas ha cambiado con el tiempo, y ha variado dependiendo de la economía específica bajo consideración (Scott, 2014). La definición ha sido un núcleo y tema sustantivo de debate desde la codificación inicial de las

industrias creativas por parte del Departamento de Cultura, Medios y Deporte de Reino Unido en 1998 (DCMS, 1998). Esta codificación, centrada en la producción y el control de la propiedad intelectual fue objeto de escrutinio académico como resultado de limitaciones teóricas y prácticas percibidas.

El DCMS (1998) define las industrias creativas como aquellas que tienen su origen en la creatividad, habilidad y talento individual y que tienen un potencial para la creación de riqueza y empleo a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual.

Así en un nivel general, las 'industrias creativas' es el término colectivo para aquellos negocios en la economía que se enfocan en crear y explotar productos culturales simbólicos (como las artes, películas y juegos interactivos), o en proveer de negocio a servicios simbólicos o de información en áreas como la arquitectura, la publicidad y el marketing y el diseño, así como el desarrollo web, multimedia y de software.

En un sentido práctico, las industrias creativas se definen mediante una selección de códigos de Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) que se implementan en conjuntos de datos nacionales que abarcan las empresas especializadas que producen bienes o servicios creativos. Un problema con respecto a esto, es la inconsistencia de la clasificación de las industrias creativas. El marco de las actividades económicas incluidas en estas industrias difiere ligeramente de un país a otro, o incluso de una institución a otra, y deja ciertas actividades fuera de la clasificación. En ese sentido, los códigos de referencia utilizados para clasificar las industrias culturales y creativas en sectores no siempre reflejan adecuadamente las actividades en las que realmente participan.

Desde el punto de vista económico, el comercio de bienes y servicios que son producto de las industrias creativas ha representado una proporción rápidamente creciente de las principales balanzas de pagos en los últimos años. Esto puede expresarse como una gama de actividades económicas que emplean la creatividad, las habilidades y los talentos personales para generar riqueza y empleo (Gibón, 2011).

Engloba, por tanto, un amplio abanico de actividades que se pueden resumir en 13 sectores: publicidad, arquitectura, mercado de arte y antigüedades, artesanía, diseño,

moda, cine, software de ocio, música, teatro, editorial, software y televisión y radio. Todas estas actividades intercambian activos en forma de propiedad intelectual (Andrés y Ronda, 2015) o a través de transacciones que involucren derechos de autor, patentes, marcas registradas y diseños (Hawkins, 2007).

Se trata, por tanto, de un proceso a través del cual se incorpora la creatividad como capital motor de la economía (Hartley, 2005), es decir, un motor que promueve el crecimiento y sostiene una economía nacional frente a la feroz competencia global, especialmente en los países en desarrollo (Cantado, 2015). Desde esta perspectiva, el papel del gobierno es estimular la creatividad en el proceso de reorganización industrial, adoptando modelos locales en la expansión de los sistemas de producción

2.2.1.1.1 Industrias creativas: nuevo enfoque

Las industrias creativas producen nuevo valor cultural y económico; por lo tanto, contribuyen al crecimiento del conocimiento humano que es cómo las sociedades y los humanos se adaptan y evolucionan. Como tal, tienen que ver con el crecimiento económico, pero también forman parte de la democratización de la cultura puesta en marcha por la imprenta y acelerada por los medios digitales y la informática en red.

En su redefinición integral de las Industrias Creativas el Centro de Industrias Creativas e Innovación (CCI) de la Universidad Tecnológica de Queensland, presenta dos argumentos estrechamente relacionados. En primer lugar, que el modelo de política de las Industrias Creativas representa una verdadera ruptura con los modelos anteriores de las industrias culturales y de las artes, y ahora se centran en un sistema de innovación que abarca toda la economía. En segundo lugar, que la noción de mercados de redes sociales permite una definición mucho más dinámica de las Industrias Creativas, una que no solo rompe con la noción de "sector industrial" sino que se aleja de los modelos centrados en el productor para centrarse en los mercados y el consumo (O'Connor, 2009).

En ese sentido, la redefinición de las Industrias Creativas puede verse como una extensión bastante directa del argumento de la "importancia económica" hacia la agenda de innovación. Tomando esta línea, la importancia económica de las Industrias

Creativas no reside principalmente en su contribución a la creación de empleo y riqueza como industrias específicas sino en su papel crucial dentro de un sistema de innovación más amplio. Si nos centramos en esto, entonces su impacto económico es mucho mayor de lo que normalmente se afirma. El estudio de Higgs (2008) identifica no solo el empleo creativo y no creativo en Industrias Creativas específicas, sino también aquellas ocupaciones creativas en industrias no creativas. Estos últimos representan el 40 por ciento del empleo creativo total. Es decir, el empleo creativo se extiende mucho más allá de las propias Industrias Creativas.

Por lo tanto, es oportuno abandonar el modelo de Industrias Creativas tradicional que se basa en el desarrollo creciente de industrias específicas, e implementar un nuevo tipo de política de innovación. A la vez, ir más allá en la conceptualización de las Industrias Creativas que como sugiere O'Connor (2009) las Industrias Creativas no son "industrias" en absoluto debido a que la "Industria" sugiere una cadena de valor integrada organizada en torno a la producción de productos funcionales con valores de uso conocidos.

Las Industrias Creativas no producen valores de uso conocidos: existen para la creatividad. Entonces, los IC pueden definirse en términos de una clase de teoría de la elección económica en la que el hecho predominante es que, debido a la novedad e incertidumbre inherentes, las decisiones tanto de producir como de consumir están determinadas por la elección de otros en una red social (Potts, 2008).

2.2.1.1.2 Modelos de clasificación de la industria creativa

En los últimos años se han propuesto alternativas de diversos modelos como medio para proporcionar una comprensión de las características de las industrias creativas. A continuación se revisan cuatro de estos modelos, destacando los diferentes sistemas de clasificación que implican para la economía creativa.

Cada modelo tiene una justificación particular, según los supuestos subyacentes sobre el propósito y el modo de operación de las industrias. Cada uno lleva a una base algo diferente para la clasificación en industrias "centrales" y "periféricas" dentro de la

economía creativa, enfatizando una vez más las dificultades para definir el sector creativo. Los cuatro modelos citados por la UNCTAD (2008) son los siguientes:

Modelo DCMS del Reino Unido: Este modelo deriva del ímpetu a finales 1990 en el Reino Unido para reposicionar la economía británica como una economía impulsada por la creatividad y la innovación en un mundo globalmente competitivo. Las “industrias creativas” se definen como aquellas que requieren creatividad, habilidad y talento, con potencial para la creación de riqueza y empleo a través de la explotación de su propiedad intelectual (United Kingdom Department of Culture, Media and Sport (DCMS), 2001). Prácticamente todos los 13 industrias incluidas en la clasificación DCMS podrían verse como “culturales” en los términos definidos anteriormente; sin embargo, el Gobierno del Reino Unido ha preferido utilizar el término industrias “creativas” para describir este grupo, aparentemente para eludir posibles connotaciones de alta cultura de la palabra “cultural”.

Modelo de textos simbólicos: Este modelo es propio de la aproximación a las industrias culturales derivada de la tradición de los estudios críticos-culturales tal como existe en Europa y especialmente en el Reino Unido. Este enfoque ve las artes “elevadas” o “serias” como competencia del establecimiento social y político y, por lo tanto, enfoca su atención en la cultura popular. Los procesos por los que se forma y transmite la cultura de una sociedad se representan en este modelo a través de la producción industrial, la difusión y el consumo de textos o mensajes simbólicos, que se transmiten a través de diversos medios, como el cine, la radiodifusión y la prensa.

Modelo de círculos concéntricos: Este modelo se basa en la proposición de que es el valor cultural de los bienes culturales lo que da a estas industrias su característica más distintiva. Así, cuanto más pronunciado sea el contenido cultural de un bien o servicio en particular, más fuerte será el reclamo de inclusión de la industria que lo produce (Throsby, 2001). El modelo afirma que las ideas creativas se originan en las artes creativas centrales en forma de sonido, texto e imagen y que estas ideas e influencias se difunden hacia el

exterior a través de una serie de capas o "círculos concéntricos", con una proporción de contenido cultural a comercial decreciendo a medida que uno se aleja más del centro. Este modelo sido la base para clasificar las industrias creativas en Europa en el reciente estudio elaborado para la Comisión Europea (KEA European Affairs, 2006).

Modelo de derechos de autor de la OMPI: Este modelo se basa en industrias involucradas directa o indirectamente en la creación, fabricación, producción, transmisión y distribución de obras con derechos de autor (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, 2003). Por tanto, la atención se centra en la propiedad intelectual como la encarnación de la creatividad que se ha empleado en la elaboración de los bienes y servicios incluidos en la clasificación. Se hace una distinción entre las industrias que realmente producen la propiedad intelectual y aquellas que son necesarias para llevar los bienes y servicios al consumidor. Otro grupo de industrias de derechos de autor parciales comprende aquellas en las que la propiedad intelectual es solo una parte menor de su operación.

No existe un modelo "correcto" o "incorrecto" de las industrias creativas, simplemente diferentes formas de interpretar las características estructurales de la producción creativa. Por lo tanto, el atractivo de los diversos modelos puede ser diferente, según el propósito analítico. Sin embargo, desde el punto de vista de la recopilación de datos estadísticos, se necesita un conjunto estandarizado de definiciones y un sistema de clasificación común como base para diseñar un marco viable para tratar con las industrias creativas dentro de los sistemas de clasificación industrial estándar más grandes que se aplican a toda la economía.

Tabla 1 Sistema de clasificación de las industrias creativas derivados de diferentes modelos

Modelo del Reino Unido	DCMS	Modelo de textos simbólicos	Modelo de círculos concéntricos	Modelo de derechos de autor de la OMPI
Publicidad		Industrias culturales centrales	Artes creativas fundamentales	Industrias centrales de derechos de autor

Arquitectura	Publicidad	Literatura	Publicidad
Mercado de arte y antigüedades	Película	Música	Sociedades de gestión
Artesanía	Internet	Las artes escénicas	Cine y video
Diseño	Música	Artes visuales	Música
Moda	Publicación	Otras industrias culturales fundamentales	Las artes escénicas
Cine y video	Televisión	Película	Publicación
Música	Radio	Museos y bibliotecas	Software
Las artes escénicas	Videojuegos y juegos de computadora	Industrias culturales más amplias	Televisión y radio
Publicación	Industrias culturales periféricas	Servicios patrimoniales	Artes visuales y graficas
Software	Artes creativas	Publicación	Industrias de derechos de autor interdependientes
Televisión y radio	Industrias culturales limítrofes	Grabación de sonido	Material de grabación en blanco
Videojuegos y juegos de computadora	Electrónica de consumo	de Televisión y radio	Electrónica de consumo
	Moda	Videojuegos y juegos de computadora	Instrumentos musicales
	Software	Industrias relacionadas	Papel
	Deporte	Publicidad	Fotocopiadoras, equipo fotográfico
		Arquitectura	Industrias de derechos de autor parciales
		Diseño	Arquitectura
		Moda	Ropa, calzado
			Diseño
			Moda
			Artículos de uso doméstico
			Juguetes

Elaborado por: Autor

2.2.2 Administración tributaria

Por definición, las Administraciones Tributarias administran impuestos, implementan y hacen cumplir las leyes tributarias y reciben sus mandatos por ley. Las Administraciones Tributarias, al igual que las empresas privadas y otras

organizaciones, tienen un negocio central. La actividad principal de las Administraciones Tributarias es la recaudación y recaudación de los impuestos por la ley. Es importante que las Administraciones Tributarias establezcan desde el principio una definición clara de su actividad principal y la den a conocer a sus grupos de interés. Las funciones centrales de una Administración Tributaria incluyen, entre otras (Alink y Kommer, 2016):

- Registro de contribuyentes, incluida la detección de no registro y registro falso
- Tramitación de declaraciones de impuestos, retenciones e información de terceros
- Verificación o examen de la exactitud e integridad de la información recibida (incluidas las actividades de auditoría)
- Liquidación de impuestos adeudados
- Proceso de cobro coactivo de deudas
- Tramitación de reclamaciones y recursos administrativos
- Prestación de servicio y asistencia a los contribuyentes
- Detección y persecución del fraude fiscal
- Imposición de sanciones y pago de intereses

La mayoría de los países tienen una sola Administración Tributaria para los impuestos directos y (la mayoría) indirectos, pero todavía hay países con organizaciones separadas responsables de recaudar impuestos directos e indirectos.

2.2.2.1 Presupuesto General del Estado

El presupuesto General del Estado es el instrumento para la determinación y gestión de los ingresos y egresos del Estado, e incluye todos los ingresos y egresos del sector público, con excepción de los pertenecientes a la seguridad social, la banca pública, las empresas públicas y los gobiernos autónomos descentralizados.

El presupuesto General del Estado está basado en la política económica de conformidad con el Plan Nacional de Desarrollo, debido a que presenta los ingresos que generan todos los contribuyentes del estado e indica el tipo de gastos en los que

incurrirá el gobierno para atender las demandas sociales, adicionalmente se indica cómo se cubrirá el déficit que permanentemente está presente en los presupuestos del Estado Ecuatoriano.

2.2.2.2 Ingresos tributarios

Proviene del poder impositivo ejercido por el Estado, de la venta de bienes y servicios, de la renta del patrimonio y de ingresos sin contraprestación. Están conformados por impuestos; fondos de la seguridad social; tasas y contribuciones; venta de bienes y servicios; renta de inversiones; multas tributarias y no tributarias; transferencias, donaciones; y, otros ingresos (Ministerio de Finanzas, 2016, pág. 1).

2.2.2.2.1 Impuestos

Los impuestos son una parte sustancial de los ingresos públicos. Sin embargo, antes de dar una definición sobre los impuestos hay que aclarar la diferencia entre los conceptos de ingreso público, contribución e impuesto. Cuando nos referimos a ingresos públicos estamos haciendo referencia a todas las percepciones del Estado, pudiendo ser éstas tanto en efectivo como en especie o servicios. En segundo lugar, una contribución es una parte integrante de los ingresos públicos e incluye aportaciones de particulares como, por ejemplo, pagos por servicios públicos, de donaciones, multas, etc. En tercer lugar, los impuestos forman parte de las contribuciones y éstas a su vez forman parte de los ingresos públicos.

En ese sentido, Vitti de Marco (2014) define a los impuestos como una parte de la renta del ciudadano, que el Estado percibe con el fin de proporcionarse los medios necesarios para la producción de los servicios públicos generales. Por otro lado, Luigi Cossa (2015) menciona que el impuesto es una parte proporcional de la riqueza de los particulares deducido por la autoridad, a fin de proveer a aquella parte de los gastos de utilidad general que no cubren las rentas patrimoniales.

2.2.2.2.1.1 Tipos de Impuestos

Impuestos Directos

Para Fuenmayor López (2017) los impuestos directos son aquellos que tienen una influencia directa sobre los ingresos de personas naturales y jurídicas. De esta forma el valor a pagar dependerá de los ingresos obtenidos o la capacidad económica de estos. Son ejemplos de impuestos directos los siguientes:

- Impuesto a la Renta (IR)
- Impuesto a Ingresos Extraordinarios
- Impuesto a los Vehículos Motorizados
- Impuesto a la Salida de Divisas
- Impuesto a Activos en el Exterior
- Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE)
- Regalías
- Patentes
- Utilidades de conservación minera, entre otros.

Impuestos Indirectos

Según Fuenmayor López (2017) los impuestos indirectos recaen sobre los consumidores de los productos o servicios gravados y también por los productores o comerciantes que utilicen en el desarrollo de los servicios o bienes gravados. Son ejemplos de impuestos indirectos los siguientes:

- Impuesto al Valor Agregado (IVA)
- Impuesto a los Consumos Especiales (ICE)
- Impuesto Redimible a Botellas Plásticas no Retornables

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Recolección de la información

3.1.1 Población, muestra y unidad de análisis

Para la definición de la población de este estudio se toma como base al modelo de clasificación de la industria creativa de la UNESCO (2014), donde se detallan las siguientes industrias que pertenecen a este sector:

- Medios audiovisuales
- Artes visuales y plásticas
- Artesanías
- Libros, impresiones y prensa
- Diseño y servicios creativos
- Patrimonio material y cultural
- Artes escénicas y espectáculos
- Formación y difusión cultural en instituciones educativas
- Músicas y conciertos

Con base en lo anterior, se identifica a las actividades mercantiles asociadas a estas industrias haciendo uso de el sistema de Clasificación Ampliada de las Actividades Económicas Rev. 4.0 del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2022), siendo necesario el establecimiento de cada empresa a través del Código Industrial Uniforme Unificado (CIU):

Tabla 2 CIU de las empresas del sector creativo del Ecuador

CIU	Actividades mercantiles asociada a economía creativa
C321	Fabricación de joyas, bisutería y artículos conexos
C322	Fabricación de instrumentos musicales
C3290.39	Fabricación de otros artículos diversos: productos de tagua, artesanías de otros materiales (excepto plástico, porcelana, cerámica y madera), cedazos y cribas manuales; ramilletes y coronas de flores, cestas con

	arreglos florales; flores, frutas y plantas artificiales; maniqués de sastre, gelatinas, materias vegetales o minerales, etcétera
G4773.91	Venta al por menor de recuerdos, sellos, monedas, artículos religiosos y artesanía en establecimientos especializados.
G4773.92	Actividades de galerías de arte comerciales en establecimientos especializados
J58	Actividades de publicación
J59	Actividades de producción de películas cinematográficas, vídeos y programas de televisión, grabación de sonido y edición de música
J60	Actividades de programación y transmisión
J62	Programación informática, consultoría de informática y actividades conexas
M7110.1	Actividades de asesoramiento técnico en arquitectura
M731	Publicidad
M742	Actividades de fotografía
M7490.90	Actividades realizadas por agencias en nombre de particulares para obtener contratos de actuación en películas, obras de teatro y otros espectáculos culturales y deportivos, y para ofertar libros, guiones, obras de arte, fotografías, etcétera, a editores, productores, etcétera
P8542	Enseñanza cultural
R90	Actividades creativas, artísticas y de entretenimiento

Fuente: Sistema Integrado de Consulta de Clasificaciones y Nomenclaturas del INEC

Elaborado por: Autor

De esta forma la población objetivo de esta investigación corresponde a las empresas creativas del Ecuador identificadas dentro de los códigos CIIU de la tabla 1. Este estudio no calcula una muestra debido a que se trabajará con toda la información de la población objetivo

3.2 Fuentes de información

Los datos utilizados en este estudio son de naturaleza secundaria. Se toma como base para los cálculos y análisis de las variables estudiadas los datos del directorio de empresas de la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros con el fin de identificar las empresas que pertenecen al sector creativo y sus impuestos generados. También se usa como base de datos al Banco Central del cual se obtendrá información del VAB generado por las empresas del sector creativo.

3.2.1 Instrumento y método para recolectar la información

Para la recolección de la información se emplea técnicas de revisión documental y consulta a base de datos proporcionados por entes de control como son la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros y el Banco Central del Ecuador, tomando como herramienta la observación. Asimismo, se utiliza como instrumento, la ficha de observación para la recolección de datos.

Tabla 3 Ficha de observación estructurada

Año	VAB Economía Creativa	Impuestos de las empresas del sector creativo
2011		
(...)		
2021		

Elaborado por: Autor

3.3 Tratamiento de la información

3.3.1 Descripción detallada del procesamiento de información

Esta investigación es de corte longitudinal y de alcance exploratorio, debido a la escasez de investigaciones relacionadas sobre el tema en el contexto de aplicación. De acuerdo con los objetivos específicos de la investigación se presentan dos estudios de tipo descriptivo.

En cuanto al procedimiento, se empieza con un análisis de textos relacionadas a la bibliografía de la temática a analizar. Para ello, se toma en cuenta publicaciones de centros académicos, revistas, base de datos de organismos internacionales, organizaciones no gubernamentales y sociedad civil que hayan investigado sobre Economía Creativa, especialmente en Ecuador.

De esta forma, el proceso investigativo consiste en 3 objetivos de tipo descriptivo. A continuación se presenta una descripción detallada de cada uno de ellos:

Para dar cumplimiento al objetivo número 1 se describe al sector de la economía creativa utilizando información del tipo de compañía, actividad económica, región, provincia, tamaño y se analiza la evolución de la cantidad de empleados, los activos, patrimonio, ingresos por ventas y utilidad del ejercicio. Los datos son recolectados del apartado estadísticos de la SUPERCIAS y sus resultados se presentan en gráficos y tablas.

A continuación, para el objetivo número 2 se identifican los impuestos generados por las empresas que pertenecen al sector creativo mediante un análisis de los balances reportados por las empresas a la SUPERCIAS. Una vez obtenido estos datos se presentan en gráficas y tablas. Además se acompaña de un análisis estadístico.

Finalmente, en el objetivo número 3 se determina la relación entre el valor agregado bruto de la economía ecuatoriana y los impuestos generados por el sector mediante un modelo econométrico MCO, el cual se detalla en un inicio de la siguiente forma:

$$VAB = \beta_0 + \beta_1 IR + u$$

Donde

VAB = Valor agregado Bruto

IR = Impuesto a la renta causado

u = error

Con el fin de corregir el modelo se aplican contrastes de acuerdo con los supuesto de GAUSS. A partir de ello, se identifica la especificación del modelo más adecuada a un modelo lineal e insesgado.

3.4 Operacionalización de variables

Variable dependiente: VAB

Conceptualización	Categorías/ Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas/Instrumentos
Macromagnitud económica que mide el valor añadido generado por el conjunto de productores de un área económica, recogiendo en definitiva los valores que se agregan a los bienes y servicios en las distintas etapas del proceso productivo.	VAB economía creativa	- VAB de la economía creativa anual	- ¿Cuál es el VAB de la economía creativa anual en el periodo 2011-2021?	Observación/Guía de observación estructurada a la base de datos del Banco Central
		- Tasa de variación anual del VAB de la economía creativa	- ¿Cuál es la tasa de variación anual del VAB de la economía creativa en el periodo 2011-2021?	

Elaboración por: Autor

Variable independiente: Impuestos

Conceptualización	Categorías/ Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas/Instrumentos
Son aquellos que tienen como finalidad gravar el ingreso, el patrimonio o el capital con afectación directa a un sujeto pasivo.	Impuestos generados por la economía creativa	Impuestos a la renta causado	- ¿Cuál es el valor en dólares del impuesto a la renta causado por las empresas pertenecientes a la economía creativa?	Observación/Guía de observación estructurada a la base de datos de la SUPERCIAS

Elaborado por: Autor

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Resultados

El objetivo de este estudio es analizar el aporte de la economía creativa en Ecuador por impuestos mediante un análisis retrospectivo a 10 años para la identificación del potencial de este sector. Para ello, se parte con una descripción de la economía creativa utilizando información del tipo de compañía, actividad económica, región, provincia, tamaño y se analiza la evolución de la cantidad de empleados, los activos, patrimonio, ingresos por ventas y utilidad del ejercicio. A continuación, se identifican los impuestos generados por las empresas que pertenecen al sector creativo. Posterior a ello, se determina la relación entre el valor agregado bruto de la economía ecuatoriana y los impuestos generados por el sector mediante un modelo econométrico. En este apartado se presentan los resultados obtenidos.

4.1.1 La economía creativa y su evolución en Ecuador durante los últimos 10 años.

A lo largo de los años, la economía del Ecuador ha ido evolucionando y con ello sus principales sectores, orientados cada vez más por un esfuerzo de diversificar la economía mediante nuevas actividades que permitan un desarrollo más inclusivo y pleno. Esto en medio de un panorama en donde las actividades tradicionales han sido afectadas por crisis recientes. Es esencial por ende, analizar nuevos sectores como el de la economía creativa para conocer su potencial.

Por lo antes dicho, en este apartado se describe a la economía creativa y su evolución durante los últimos 10 años. La tabla 4 muestra que al año 2021 las empresas del sector creativo de Ecuador pertenecen mayormente en un 37% al sector J62 que es programación informática, consultoría de informática y actividades conexas donde existen 1557 empresas. Seguido del sector M731 que es de publicidad con 1253 empresas que representan el 28,9%. El sector en donde menos empresas creativas existen con un 0,1% es el C322 de fabricación de instrumentos musicales en donde

existen 5 empresas en todo el Ecuador. En suma al año 2021 existen 4206 empresas creativas en Ecuador.

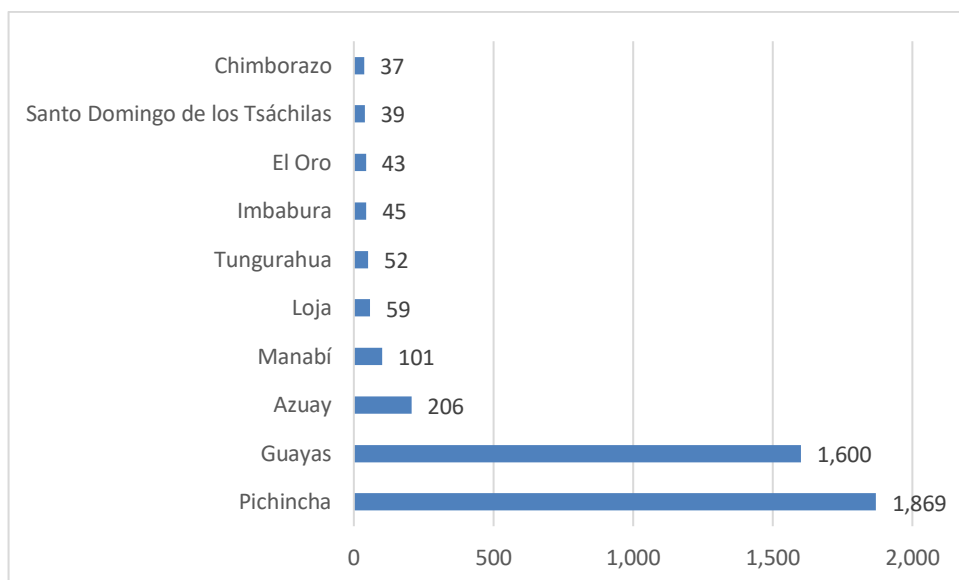
Tabla 4 Sectores con más empresas de economía creativa en Ecuador, año 2021.

Empresas	Número	Porcentaje
J62	1557	37,0%
M731	1253	29,8%
J60	392	9,3%
J58	310	7,4%
M7110.1	242	5,8%
J59	210	5,0%
R90	140	3,3%
C321	21	0,5%
P8542	20	0,5%
M742	19	0,5%
G4773.91	13	0,3%
M7490.90	10	0,2%
G4773.92	8	0,2%
C3290.39	6	0,1%
C322	5	0,1%
Total empresas	4206	100,0%

Elaborado por: Autor

De acuerdo con la figura 1 el sector de las empresas de economía creativa se encuentra concentrado en dos provincias del país. En Pichincha y Guayas están el 82,4% de empresas de economía creativa, siendo estas dos ciudades las más dinámicas y con mayor número de habitantes del Ecuador. Del top 10 de provincias con más empresas creativas en el último puesto se encuentra la provincia de Chimborazo en donde existen 37 empresas.

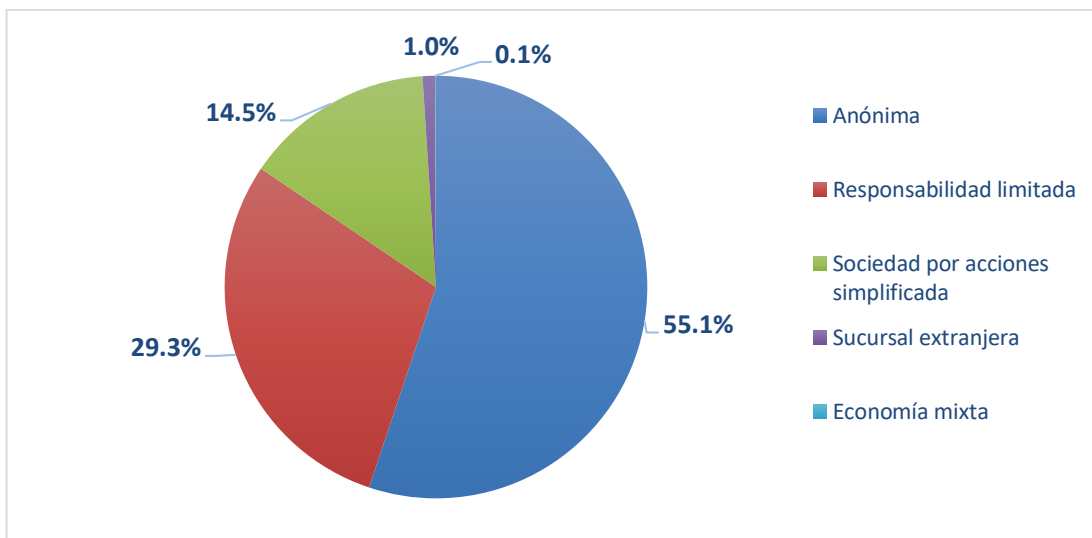
Figura 1 Top 10 provincias con más empresas de economía creativa en Ecuador, año 2021.



Elaborado por: Autor

Con respecto al tipo de empresas de economía creativa. En la figura 2 se observa que el 55% son anónimas, esto permite obtener capital externo de acciones negociables, además, que pueden cotizar en la bolsa de valores. También el 29,3% son de responsabilidad limitada, lo cual limita la responsabilidad que tienen los socios ante imprevistos de acuerdo con el capital aportado. Por otro lado, el 14,5% pertenece a sociedades por acciones simplificadas que son un tipo de empresas con requerimientos mínimos para su constitución que se formalizaron como una empresa. Las empresas de sucursal extranjera y economía mixta representan menos del 1,5% de empresas creativas del Ecuador.

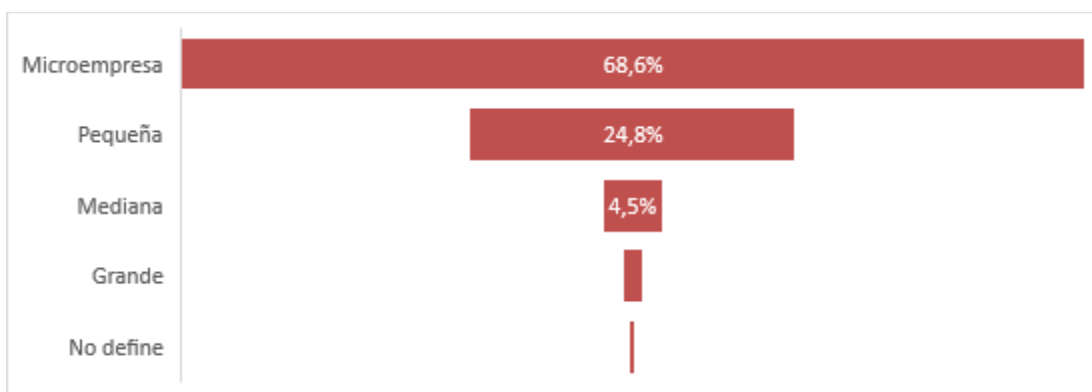
Figura 2 Tipos de empresas de economía creativa en Ecuador, año 2021.



Elaborado por: Autor

En relación con el tamaño de las empresas, en la figura 3 se puede observar que en Ecuador el 68,6% de las empresas creativas al año 2021 pertenecen al sector microempresario. Si a esto se suma las empresas pequeñas que representan el 24,8%, en Ecuador, menos del 5% de empresas creativas son medianas o grandes.

Figura 3 Tamaño de las empresas de economía creativa en Ecuador, año 2021.

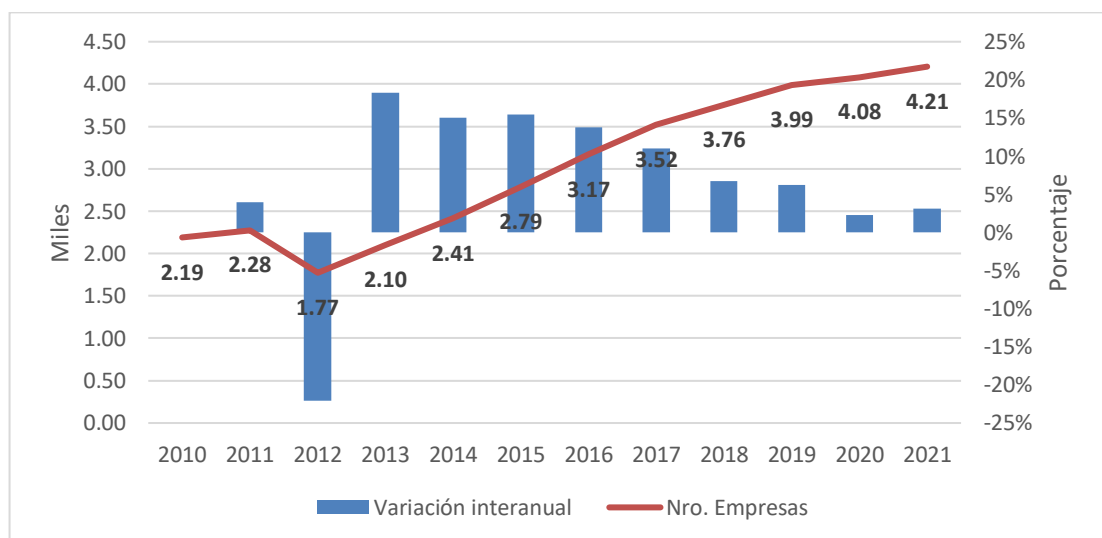


Elaborado por: Autor

Posterior a describir a las empresas de economía creativa al año 2021, este estudio analiza la evolución de estas con el fin de identificar acontecimientos de relevancia que permitan comprender la dinámica del sector. La figura 4 muestra la evolución del número de empresas de economía creativa. Se puede observar que el número de

empresas creativas tiene una tendencia positiva dentro del periodo analizado. Sin embargo, en el año 2012 el número de empresas decrece en un 22,10%. Este decrecimiento de acuerdo con el análisis realizado corresponde a una disminución generalizada en cada uno de los sectores de economía creativa a excepción del sector C322 (fabricación de instrumentos musicales) en donde se mantiene el número de empresas en 5. Posterior a ello, el número de empresas crece en un 18,27% manteniendo niveles de crecimiento altos hasta el año 2018 en donde la variación del número de empresas con respecto al año anterior es de 6,74%. Al año 2021 con un crecimiento promedio del 6,70% existen 4.206 empresas que pertenecen al sector creativo.

Figura 4 Evolución del número de empresas de economía creativa en Ecuador expresado en miles, periodo 2010 - 2021.

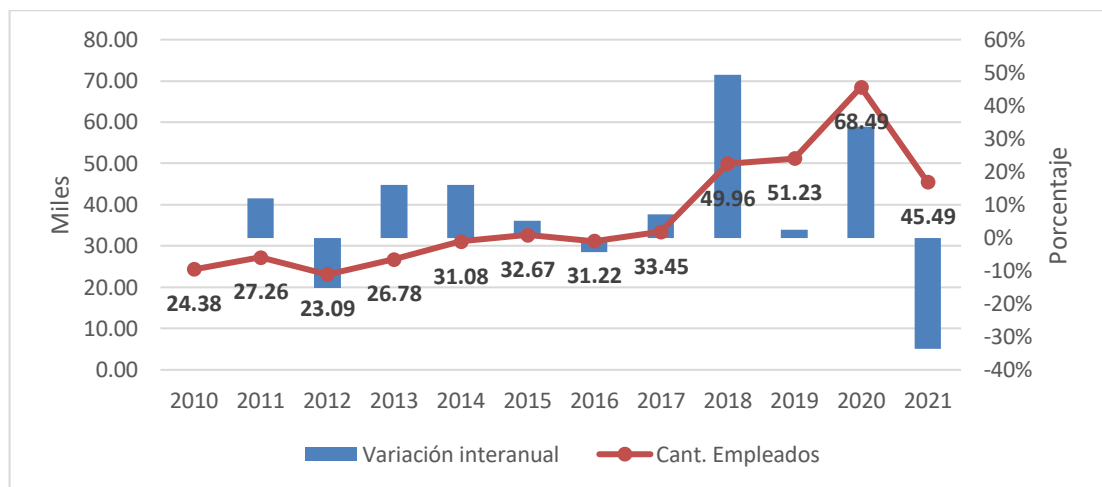


Elaborado por: Autor

Con respecto a la cuenta cantidad de empleados se puede observar que durante los últimos 10 años las empresas creativas han ido contratando cada vez más personal para el desarrollo de sus actividades lo cual se refleja en su tendencia positiva. En la figura 5 se observa decrecimientos en varios años, sin embargo, dos de los más sustanciales suceden en el año 2012 y 2021 en donde la cantidad de personas empleadas decrece en 15,30% y 33,59% respectivamente. Estos dos años son importantes pues se relacionan con el decrecimiento observado en el número de empresas del año 2012 y

el decrecimiento del año 2021 podría estar explicado por un impacto posterior generado por el COVID 2019. Por otro lado, en los años 2018 y 2020 son en donde mayormente crece el número de empleados con variaciones de 49,36% y 33,71%. Al año 2021 con un crecimiento promedio de 8,04% el sector de economía creativa emplea a 45.489 personas.

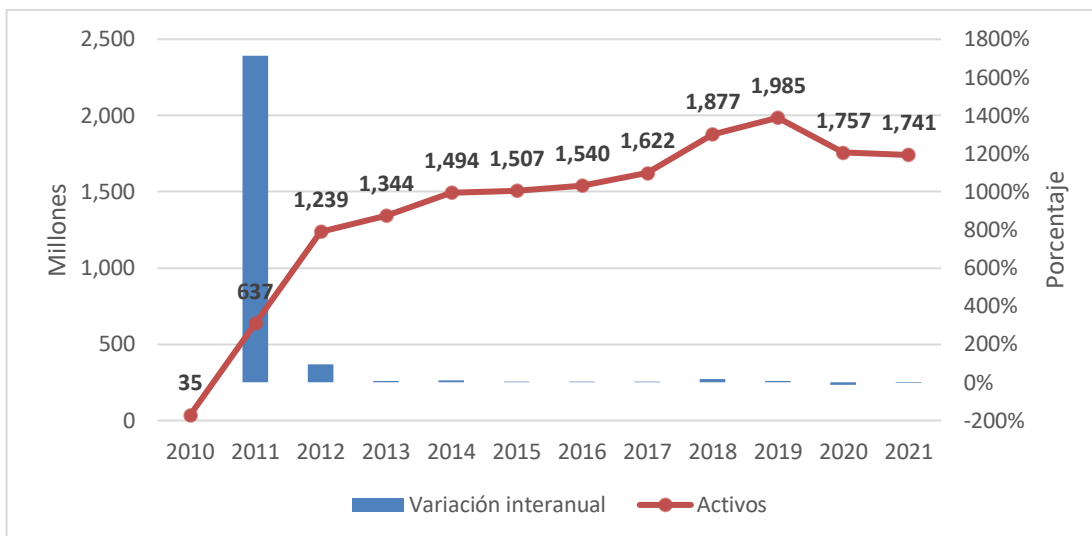
Figura 5 Evolución de la cantidad de personas empleadas en empresas de economía creativa en Ecuador expresado en miles, periodo 2010 - 2021.



Elaborado por: Autor

La evolución de los activos se muestra en la figura 6, se observa que las empresas del sector creativo han mantenido una tendencia positiva a lo largo del periodo. Sin embargo, es en el año 2011 en donde estas empresas crecen a una cifra considerable con una variación interanual de 1713% aproximado, pasando de tener un total de activos de 35 a 637 millones de dólares. Posterior a ello, el sector experimenta un crecimiento en sus activos del 94% y luego las variaciones interanuales son inferiores al 15%. Al final del periodo, con un crecimiento promedio de 168% el sector creativo posee 1.741 millones de dólares en activos.

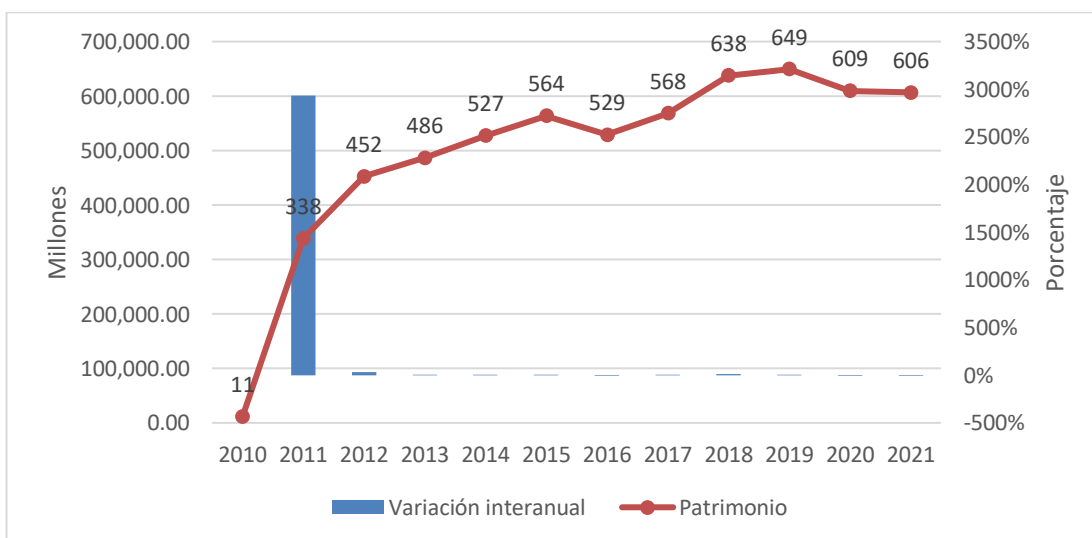
Figura 6 Evolución de los activos de las empresas de economía creativa en Ecuador expresado en millones de dólares, periodo 2010 - 2021.



Elaborado por: Autor

Asimismo, el patrimonio de las empresas de economía creativa de acuerdo con la figura 7 mantiene una tendencia creciente siendo el año 2011 en donde más varía esta cuenta en un 2931%. Posterior a ello, el patrimonio aumenta en un 33,74%. A diferencia del activo, en el patrimonio existen variaciones negativas, tal es el caso del año 2016 y 2020 que tienen reducciones significativas de un 6,14% y 6,13%, respectivamente. Al año 2021 con una variación promedio de 272% las empresas del sector creativo cuentan con un patrimonio de 606 millones de dólares.

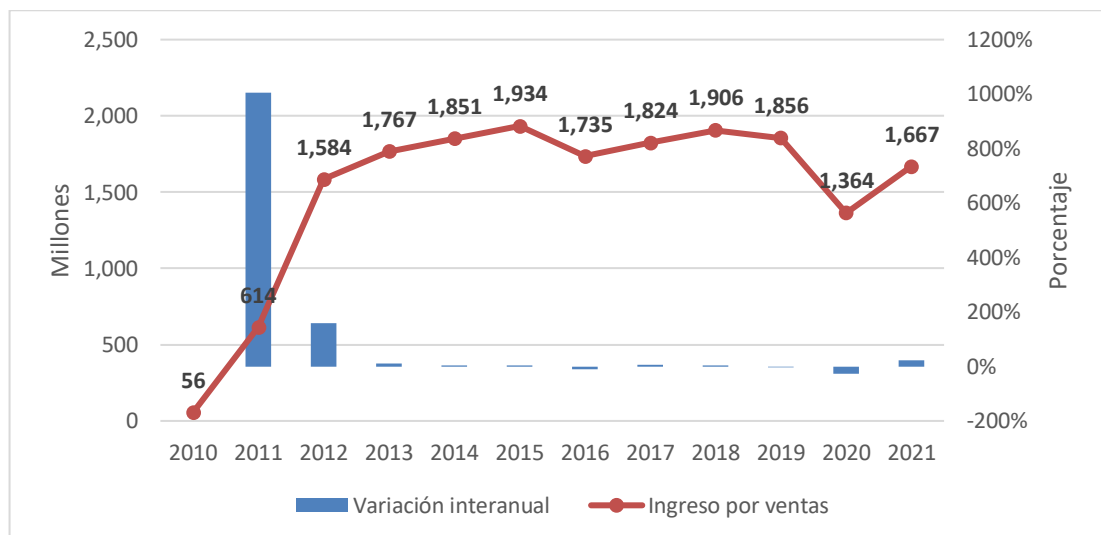
Figura 7 Evolución del patrimonio de las empresas de economía creativa en Ecuador expresado en millones de dólares, periodo 2010 - 2021.



Elaborado por: Autor

La evolución del ingreso por ventas del sector creativo se muestra en la figura 8. De acuerdo con los resultados presentados esta cuenta mantiene una tendencia creciente. Sin embargo existen decrecimientos considerables en el año 2016 y 2020 en donde decrece en un 10,31% y un 26,52% respectivamente. Al igual que los activos y patrimonio en el año 2011 esta cuenta crece de forma considerable en un 1005%. Al año 2021 con un crecimiento promedio de 107% las empresas suman en ingresos un valor de 1.667 millones de dólares.

Figura 8 Evolución del ingreso por ventas de las empresas de economía creativa en Ecuador expresado en millones de dólares, periodo 2010 - 2021.

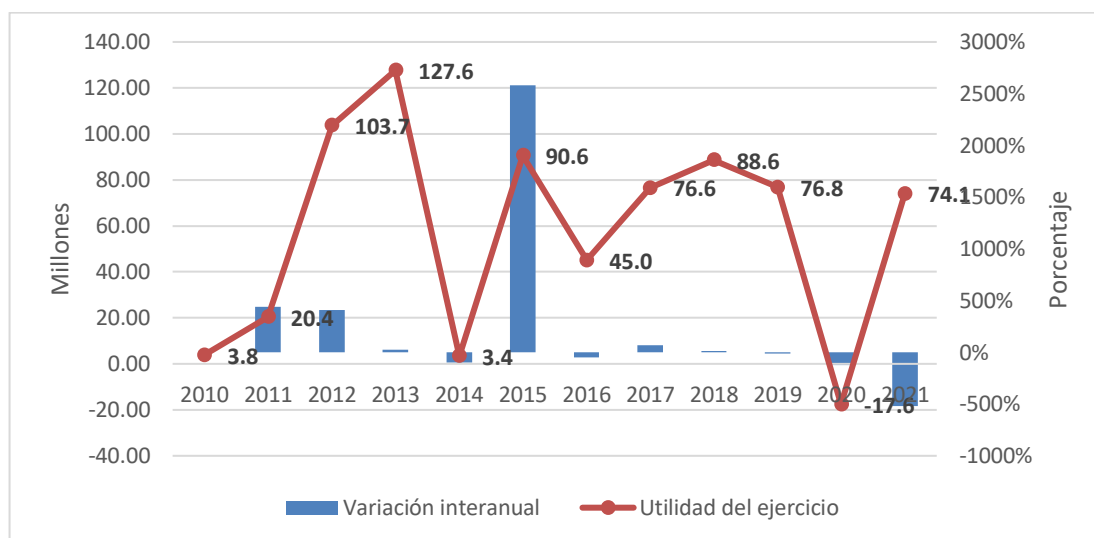


Elaborado por: Autor

Con respecto a la evolución de la utilidad del ejercicio de las empresas de economía creativa. En la figura 9 se observa que los valores obtenidos presentan mayor variabilidad. Así por ejemplo, en los años en donde mayormente crece la utilidad de las empresas creativas es en el año 2011, 2012 y 2015 con variaciones de 431%, 416% y 2580%, respectivamente, siendo el año 2015 en donde las utilidades crecen en mayor medida impulsado por un fuerte decrecimiento en el año anterior del 97%. Por otro lado, las utilidades de las empresas creativas se ven afectadas en el año 2020 con decrecimientos del 123%, con lo cual la pandemia afectó de manera negativa al sector

creativo del Ecuador. Para el año 2021 con un crecimiento promedio de 248% la suma de las utilidades de las empresas de economía creativa es de 74 millones de dólares.

Figura 9 Evolución de la utilidad del ejercicio de las empresas de economía creativa en Ecuador expresado en millones de dólares, periodo 2010 - 2021.



Elaborado por: Autor

Con el fin de ampliar la interpretación de la evolución de las empresas del sector creativo en este estudio se analiza los datos proporcionados por las SUPERCIAS. Los resultados muestran una particularidad que se resume en la tabla 5 y 6. En ese sentido, se observa que las empresas durante los años 2010 y 2011 reportan en su mayoría sus balances en 0, esto de acuerdo con lo observado en las gráficas repercute en los resultados obtenidos mostrando variaciones altas. Así por ejemplo, las cuentas de activo, patrimonio e ingresos por ventas presentan una alta variabilidad en el año 2011 esto debido a que en el año 2010 menos de 10 empresas reportaron información diferente a 0. Asimismo, la utilidad presenta una alta variación en el año 2015 ocasionada principalmente porque cerca del 99% de empresas del sector creativo reportaron sus balances en 0, es decir, de las 2.413 empresas existentes solo 32 empresas reportaron utilidades diferentes a 0. De forma general se puede observar que las empresas del sector creativo mayormente reportan valores en 0 en las cuentas de resultados.

Tabla 5 Porcentaje de empresas de economía creativa que reportaron información en 0, periodo 2010 - 2021.

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Empleados	0,00%	0,00%	0,06%	0,00%	0,04%	0,00%	0,09%	0,60%	1,09%	1,13%	1,13%	0,97%
Activos	99,59%	91,92%	0,11%	0,14%	3,52%	4,31%	4,51%	4,01%	5,01%	6,27%	6,25%	5,35%
Patrimonio	99,59%	92,79%	8,12%	8,06%	8,91%	11,09%	12,87%	13,05%	14,19%	15,17%	16,60%	15,57%
Ingreso por ventas	99,68%	95,12%	18,27%	23,84%	26,69%	25,92%	27,39%	26,26%	27,30%	32,30%	32,16%	30,81%
Utilidad del ejercicio	99,77%	96,31%	33,50%	38,72%	98,67%	40,99%	44,34%	41,50%	41,92%	43,77%	52,19%	45,48%

Elaborado por: Autor

Tabla 6 Número de empresas que reportaron información diferente a 0, periodo 2010 - 2021.

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Cant. Empleados	2.190	2.276	1.772	2.097	2.412	2.786	3.166	3.497	3.714	3.942	4.033	4.165
Activos	9	184	1.771	2.094	2.328	2.666	3.026	3.377	3.567	3.737	3.824	3.981
Patrimonio	9	164	1.629	1.928	2.198	2.477	2.761	3.059	3.222	3.382	3.402	3.551
Ingreso por ventas	7	111	1.449	1.597	1.769	2.064	2.301	2.594	2.730	2.699	2.767	2.910
Utilidad del ejercicio	5	84	1.179	1.285	32	1.644	1.764	2.058	2.181	2.242	1.950	2.293
Total empresas	2.190	2.276	1.773	2.097	2.413	2.786	3.169	3.518	3755	3.987	4.079	4.206

Elaborado por: Autor

4.1.2 Impuestos generados por las empresas que pertenecen al sector creativo en Ecuador.

Con el fin de identificar los impuestos generados por las empresas que pertenecen al sector creativo en Ecuador, en este apartado se recopila información del impuesto a la renta causado proporcionado por la SUPERCIAS. Los resultados obtenidos se muestran a continuación:

De acuerdo con la tabla 7 acerca del impuesto a la renta causado por los sectores de la economía creativa al año 2021, se puede observar que los sectores que más aportan por impuesto a la renta son el sector J62 (programación informática, consultoría de informática y actividades conexas) y el M731 (publicidad). Juntos aportan en total alrededor de 25,5 millones de dólares, lo cual representa el 77,55% del total de impuesto a la renta causado por todos los sectores. Por otro lado, de acuerdo con la figura 10 se observa que los 5 sectores de economía creativa más grandes representan más del 95% de total de impuesto a la renta causado.

Tabla 7 Impuesto a la renta causado por los sectores de economía creativa en Ecuador, año 2021.

Sectores	Nro. empresas	IR causado	Porcentaje
J62	1557	17.089.249	51,77%
M731	1253	8.515.899	25,80%
M7110.1	242	2.659.679	8,06%
J60	392	2.213.558	6,71%
J58	310	1.070.605	3,24%
J59	210	959.756	2,91%
R90	140	312.271	0,95%
C321	21	88.755	0,27%
M7490.90	10	49.424	0,15%
G4773.91	13	26.768	0,08%
M742	19	25.006	0,08%
C322	5	855	0,00%
P8542	20	419	0,00%
C3290.39	6	0	0,00%
G4773.92	8	0	0,00%

En relación con lo anterior se puede afirmar que en promedio el VAB alcanza a 58,2 millones cuando el valor IRcausado es 0. También, que en promedio por cada unidad que aumente el IRcausado (en el periodo anterior) el VAB aumenta en 0,05. La relación entre la constante y el IRcausado con el VAB es directa y existe normalidad en los residuos dado un valor p de 0.002 menor al 5%.

Tabla 12 Modelo MCO con corrección de heterocedasticidad, usando las observaciones 2011-2021

Variable dependiente: VAB

	Coefficiente	Desv. Típica	Estadístico t	valor p	
const	5,82137e+07	1,10762e+06	52,56	1,90e-011	***
IRcausado_1	0,0479765	0,0125071	3,836	0,0050	***
Suma de cuad. residuos		16,06052	D.T. de la regresión		1,416886
R-cuadrado		0,647801	R-cuadrado corregido		0,603776
F (1, 8)		14,71445	Valor p (de F)		0,004976
Log-verosimilitud		-16,55828	Criterio de Akaike		37,11656
Criterio de Schwarz		37,72173	Crit. de Hannan-Quinn		36,45269
Rho		0,166691	Durbin-Watson		1,223646
Contraste de normalidad de los residuos -					
Hipótesis nula: [El error tiene distribución Normal]					
Estadístico de contraste: Chi-cuadrado (2) = 12,3284					
con valor p = 0,00210339					

Fuente: Software Gretl

Elaboración por: Autor

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES

5.1 Conclusiones

En relación con los objetivos planteados se concluye lo siguiente:

- Los hallazgos obtenidos de la descripción de las empresas de economía creativa permiten afirmar que este sector se concentra en 2 actividades principales: programación informática, consultoría de informática y actividades conexas (J62) y publicidad (M731), siendo estas en su mayoría pequeñas y microempresas. Por otro lado, existe una tendencia positiva en las cuentas principales de personas empleadas, activo y patrimonio de las empresas creativas. Sin embargo, aquellas que están relacionadas con la rentabilidad y los ingresos han presentado valores bajos en los últimos años. Es importante recalcar que durante el periodo de estudio se encontró que las empresas de economía creativa reportan sus balances relacionados con ingresos y utilidades en 0, esto ha venido reduciendo con el pasar de los años de acuerdo con el análisis realizado.
- Al determinar el impuesto a la renta causado por los sectores de economía creativa este estudio en sus resultados determinó que los sectores que más impuestos a la renta pagan son el de programación informática, consultoría de informática y actividades conexas (J62) y publicidad (M731). Además los impuestos causados por renta de este sector tienen una tendencia positiva siendo el año 2017 en donde más impuestos pagaron estas empresas.
- El modelo econométrico aplicado permitió determinar que el impuesto a la renta causado es significativo al 10%, 5% y 1%. Además que la relación entre la variable IR causado y el VAB es directa. También, que los resultados del IR causado (del año anterior) explican en un 64% las variaciones del VAB. Siendo el modelo aplicado significativo de acuerdo con el valor p de (F).

5.2 Limitaciones del estudio

- Es necesario considerar que en este estudio los datos fueron tomados de un periodo de 10 años (2011-2021), lo que no puede ser suficiente para llegar a las conclusiones realizadas.
- Para el análisis del aporte por impuestos este estudio considera únicamente el impuesto a la renta, es necesario considerar lo anterior como una limitante para comprender el aporte del sector creativo por impuestos.

5.3 Futuras líneas de investigación

- Se considera como futura línea de investigación analizar el marco normativo de las empresas del sector creativo con el fin de obtener información que permita comprender las variaciones presentadas en las cuentas financieras y de resultados del año 2010 y 2011.
- Se recomienda complementar esta investigación con un análisis financiero de las empresas del sector creativo con el fin de identificar posibles estrategias que permitan impulsar el sector.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agustina, Y., Winarno, A., Pratikto, H., Narmaditya, B., & Filianti, F. (2020). Una estrategia de desarrollo de la economía creativa: el caso de Trenggalek Creative Network para Trenggalek Regency, Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(12), 1111–1122. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO12.1111>
- Alink, M., & Kommer, V. van (Victor). (2016). *Handbook on tax administration*.
- Banco Interamericanos de Desarrollo. (2017). *Economía Naranja: Innovaciones que no sabías que eran de América Latina y el Caribe*. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Econom%C3%ADa-naranja-Innovaciones-que-no-sab%C3%ADas-que-eran-de-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe.pdf>
- Budimansyah, & Hasimi. (2022). El papel del gobierno en el empoderamiento de la comunidad industrial basada en la Economía Creativa en la provincia de Lampung en la perspectiva económica islámica. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 876–881. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4301>
- Cárdenas, N. (2020). *¿Cómo aportar a la industria creativa en Ecuador? | Blog*. <https://noticias.utpl.edu.ec/como-aportar-a-la-industria-creativa-en-ecuador>
- DCMS. (1998). *Creative industries mapping document*. <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2001>
- Florea, A.-G., Sava, D.-C., & Marcu, O. A. (2022). Prueba de los catalizadores de la economía creativa rumana: un enfoque de análisis de datos de panel. *Sustainability*, 14(21), 14658. <https://doi.org/10.3390/su142114658>
- Heryadi, D., Darmastuti, S., & Kusuma, A. (2021). La diplomacia económica de Indonesia para fortalecer el mercado de la industria de la economía creativa en

el sudeste de Asia. *Asia Central y El Cáucaso*, 23(1).
<https://doi.org/10.37178/ca-c.23.1.232>

Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Allen Lane The Penguin Press.

INEC. (2022). *Sistema integrado de consultas de clasificaciones y nomeclanturas*.
<https://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec/SIN/ciiu4.php>

Martínez Olivera, C., Ken Rodríguez, C. A., & Miguel Velasco, A. E. (2021). Economía creativa y rezago social. El caso del estado de Oaxaca, México, 2000-2020. *Economía Creativa*, 16. <https://doi.org/10.46840/ec.2021.16.06>

O'Connor, J. (2009). Creative industries: a new direction? *International Journal of Cultural Policy*, 15(4), 387–402. <https://doi.org/10.1080/10286630903049920>

Ortiz, G. (2019, June 10). *Ecuador, un país con mano de obra joven pero sin trabajo*.
<https://www.planv.com.ec/historias/economia/ecuador-un-pais-con-mano-obra-joven-sin-trabajo>

Petit, B. (2012). Arte y Sociedad: ¿Una relación en crisis? *Razón y Palabra*, 79.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199524411063>

Petry, J. F., Uchôa, A., Mendonça, M., Magalhães, K., & Benchimol, R. (2020). The creative economy: an ethnographic framework for handcrafts in the Alto Solimões region of the Brazilian Amazon. *International Journal of Social Economics*, 47(12), 1651–1667. <https://doi.org/10.1108/IJSE-04-2020-0262>

Potts, J. (2008). Creative industries & cultural science: A definitional odyssey. *Cultural Science Journal*, 1(1). <https://doi.org/doi:10.5334/csci.5>

Púa, L. (2017). *La Economía Creativa como Alternativa para la Promoción del Desarrollo Humano: el Caso de Cartagena de Indias, Colombia* [Tesis de Maestría, FLACSO].

<https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/15631/2/TFLACSO-2018LMPH.pdf>

Saleh, R. (2022). Desarrollo de la Economía Creativa hacia la estabilidad de la economía nacional (Indonesia). *Journal Research of Social, Science, Economics, and Management*, 1(7), 809–817.
<https://doi.org/10.36418/jrssem.v1i7.110>

Scott, A. J. (2014). Beyond the Creative City: Cognitive–Cultural Capitalism and the New Urbanism. *Regional Studies*, 48(4), 565–578.
<https://doi.org/10.1080/00343404.2014.891010>

Sung, T. K. (2015). The creative economy in global competition. *Technological Forecasting and Social Change*, 96, 89–91.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.techfore.2015.04.003>

Trisnawaty, D. M., & Faizah, S. I. (2022). El papel de la economía creativa en el bienestar de los miembros Sobat Hidup Berkah en Surabaya visto desde la perspectiva Maqashid Al-Shari’ah. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9(3), 413–426. <https://doi.org/10.20473/vol9iss20223pp413-426>

UNCTAD. (2008). *Informe sobre Economía Creativa*.
http://www.hab.gov.hk/en/publications_and_press_releases/reports.htm. Concept
oycontextodelaeconomíacreativaTraducidodelinglésaEspañol-
www.onlinedoctranslator.com

UNESCO. (2010). *Políticas para la creatividad: Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas*.
<https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/220384s.pdf>

UNESCO. (2014). *Programa de Acompañamiento de la UNESCO en la ruta del Tren Maya promoverá el fortalecimiento del ecosistema creativo para impulsar a las industrias culturales y creativas de la región*.
https://es.unesco.org/sites/default/files/diario_de_ruta_3_final_1.pdf

White, D. S., Gunasekaran, A., & Roy, M. H. (2014). Performance measures and metrics for the creative economy. *Benchmarking: An International Journal*, 21, 46–61.

ANEXOS

Anexo 1 Número de empresas de economía creativa clasificados por sector, periodo 2010-2021.

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
C321	23	21	14	15	16	19	25	26	26	28	26	21
C322	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
C3290.39	1	1	1	1	1	2	2	4	5	5	5	6
G4773.91	27	25	16	17	18	18	19	21	20	16	16	13
G4773.92	10	10	7	7	7	8	8	8	8	8	7	8
J58	231	235	171	223	255	286	310	446	347	334	327	310
J59	139	145	109	125	142	162	181	350	205	204	202	210
J60	239	234	174	239	284	306	381	590	389	425	421	392
J62	566	585	442	496	612	784	937	839	1256	1386	1468	1557
M7110.1	157	179	166	186	201	218	233	261	241	241	242	242
M731	709	748	599	706	785	868	943	820	1089	1164	1191	1253
M742	16	17	12	12	14	17	18	24	21	22	20	19
M7490.90	4	8	8	9	10	10	11	7	11	10	10	10
P8542	18	16	9	10	11	15	15	59	17	15	15	20
R90	45	47	40	46	52	68	81	58	115	124	124	140
Total	2190	2276	1773	2097	2413	2786	3169	3518	3755	3987	4079	4206

Elaborado por: Autor