



**CIEDES**

Sello editorial

Libro resultado de investigación



# Más Allá de la Idea: Los Determinantes de la Competitividad en PyMEs de Economía Creativa

Estudio desarrollado en Bogotá D.C., Guadalajara y Tlaquepaque

**Fabián Santofimio Vargas - José Gerardo Vaca Lombana**

**Soleyder Paola Castillo Tobón - Paola Cruz Tejada**

**José Joaquín Arias Torres - Ulises Prieto Mora**

**Jair Gilberto Valdez López - María Esther González López**

**Angélica Santofimio Vargas - Wilber Hernando García Gaitán**

**Prólogo**

**Mtro. Luis Cisneros Quirarte**

**ISBN: 978-958-56606-3-2**

Más Allá de la Idea: Los Determinantes de la Competitividad en Pyme de Economía Creativa Estudio desarrollado en Bogotá D.C., Guadalajara y Tlaquepaque © 2025 por Editorial CIEDES está licenciado bajo CC BY-NC-ND 4.0. Para ver una copia de esta licencia, visite <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

 CC BY-NC-ND 4.0

**DOI:** <http://doi.org/10.63667/978-958-56606-3-2>



# **Más Allá de la Idea: Los Determinantes de la Competitividad en Pyme de Economía Creativa**

Estudio desarrollado en Bogotá D.C., Guadalajara y Tlaquepaque

**2025**



## **Autoridades Institucionales**

**Dr. Manuel Alejandro Torres Ortiz**

Vicepresidente Centro de Investigaciones FUNCIEDES

**Padre Fray Nelson Gallego Orozco**

Rector Fundación Universitaria Cervantes San Agustín

**Dr. Ricardo Gómez Giraldo**

Rector Corporación Universitaria Iberoamericana

**Dr. Eduardo Behrentz Valencia**

Rector Fundación Universitaria Colombo Germana

**Ing. Eduardo Daniel Miramontes García**

Director Instituto Tecnológico Mario Molina Enríquez y Pasquel – Campus Tequila

**Dra. Eva María Giner Larza**

Rectora Universidad Internacional de Valencia



## Autores

**Fabián Santofimio Vargas**

Corporación Universitaria Iberoamericana

**José Gerardo Vaca Lombana**

Corporación Universitaria Minuto de Dios

**Soleyder Paola Castillo Tobón**

Fundación Universitaria Cervantes San Agustín

**Paola Cruz Tejada**

Fundación Universitaria Colombo Germana

**José Joaquín Arias Torres**

Fundación Universitaria Cervantes San Agustín

**Ulises Prieto Mora**

Universidad Internacional de Valencia España

**Jair Gilberto Valdez López**

Centro de Investigaciones FUNCIEDES

**María Esther González López**

Instituto Tecnológico Superior de Jalisco – Campus Tequila

**Angélica Santofimio Vargas**

Centro de Investigaciones FUNCIEDES

**Wilber Hernando García Gaitán**

Centro de Investigaciones FUNCIEDES

## Prólogo

**Luis Cisneros Quirarte**

Profesor del Departamento de Estudios Políticos de la Universidad de Guadalajara y  
ex regidor del Ayuntamiento de Guadalajara



## Asistentes de investigación

### Asistentes de la Fundación Universitaria Cervantes San Agustín - UniCervantes

Est. Andrea Valentina Ortegón Ramírez  
Est. Andrés Javier Tinjacá Pinzón  
Est. Angela Patricia Viveros Castro  
Est. Angie Paola Rachen Rachen  
Est. Anji Juliana Campaña Molina  
Est. Camilo Andrés Triana Garzón  
Est. Claudia Mariana Angarita Espinosa  
Est. Cristian Steven Sánchez Romero  
Est. Daian Gabriela Piñeros Castro  
Est. Dehiby Niyereth Bravo Perdomo  
Est. Edalgys Torres Moya  
Est. Edxon Stwer Peña Manjarres  
Est. Esmith Yolima Ostios Acevedo  
Est. Gina Yessenia Patiño Galeano  
Est. Ingrid Moreno Díaz  
Est. John Francis Sánchez Peña  
Est. Josse Ome Anturi  
Est. Juan Pablo Lopez Arias  
Est. Karen Daniela Junca Muñoz  
Est. Karen Lorena Visbal  
Est. Karen Valentina Acevedo Rosero  
Est. Katherine Andrea García Chitiva  
Est. Laura Camila Puentes Alzate

Est. Laura Catalina Vargas Lombana  
Est. Laura Natalia Cabrera Traslaviña  
Est. Leticia Herrera Centeno  
Est. Leydi Dayanna Caicedo Cañón  
Est. Leydi Johana Aponte Escobar  
Est. Lidia Yolanda Delgado Fajardo  
Est. Luz Helena Gordillo Malagón  
Est. Magaly Páez Nieto  
Est. María Fernanda Pachón Castañeda  
Est. Mariana Ruiz Gama  
Est. Nancy Yamile Mosquera Méndez  
Est. Nicol Daniela Arévalo Bolívar  
Est. Nicolas Árdila Ibatá  
Est. Nydia Omaira Medina López  
Est. Paula Andrea Gaitán Castañeda  
Est. Paula Andrea Pulido Varela  
Est. Paula Tatiana Gordillo Ospina  
Est. Rigo Velásquez Domínguez  
Est. Ronaldo Castro Mendoza  
Est. Sandra Briyith Bolaños Lozano  
Est. Valeria Alejandra Pulido Ocampo  
Est. Yerardyn Andrea Fonseca Cruz  
Est. Zuleima Paola Martínez García

### Asistentes de la Corporación Universitaria Iberoamericana

Est. Jessika Tatiana Morera Galindo  
Est. Daniela Valentina Acero Rodríguez

Est. Daiby Julián Oviedo Reyes  
Est. Mishel Stefany León Chaparro



## **Instituciones participantes**

Centro de Investigaciones FUNCIEDES – Colombia

Corporación Universitaria Iberoamericana – Colombia

Universidad Internacional de Valencia – España

Fundación Universitaria Cervantes San Agustín – Colombia

Fundación Universitaria Colombo Germana – Colombia

Instituto Tecnológico Mario Molina – UA. Tequila – México

Ayuntamiento de Guadalajara – México

Ayuntamiento de Tlaquepaque – México



## Datos de Catalogación bibliográfica

Más Allá de la Idea: Los Determinantes de la Competitividad en Pyme de Economía Creativa  
Estudio desarrollado en Bogotá D.C., Guadalajara y Tlaquepaque

**Santofimio, V. Fabián & Otros.**

Editorial CIEDES – 28 de mayo de 2025; Bogotá D.C., Colombia

E - ISBN: 978-958-56606-3-2

Clasificación THEMA: KJH - Emprendimiento y emprendedores / empresas emergentes / «startups» - JPP - Administración pública / Políticas públicas.

Formato: PDF

Páginas: 139



Licenciado bajo: [CC BY-NC-ND 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)  CC BY-NC-ND 4.0

DOI: <http://doi.org/10.63667/978-958-56606-3-2>

Todos los derechos reservados para:

- © Fabián Santofimio Vargas
- © Coinvestigadores
- © Fundación Centro de Investigaciones – FUNCIEDES
- © Corporación Universitaria Iberoamericana
- © Fundación Universitaria Cervantes San Agustín
- © Instituto Tecnológico Mario Molina Enríquez y Pasquel – Campus Tequila
- © Universidad Internacional de Valencia España
- © Ayuntamientos de Guadalajara y Tlaquepaque

E-ISBN: 978-958-56606-3-2

### Dirección Editorial

CIEDES Editorial

Bogotá D.C.

Correo electrónico: [ciedeseditorial@gmail.com](mailto:ciedeseditorial@gmail.com)

### Dirección Administrativa y de Calidad

Fundación FUNCIEDES

© Cides Editorial

### Diseño de portada

© Funciedes

### Edición y diagramación

CIEDES Editorial

Correo electrónico: [funciedes@gmail.com](mailto:funciedes@gmail.com) - Teléfono: 322 9726420

Made in Colombia - Hecho en Colombia

Las opiniones plasmadas en esta obra son de responsabilidad exclusiva de los autores, y no comprometen a la Fundación FUNCIEDES ni determinan su posición o filosofía institucional.

Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida, almacenada o transmitida de manera alguna, ni por ningún medio, ya sea electrónico, químico, mecánico, óptico, de grabación o fotocopia, sin permiso escrito de la Fundación FUNCIEDES.



# Agradecimientos

Los investigadores expresan su profundo agradecimiento a las entidades participantes, con especial mención a los gobiernos municipales de Guadalajara y Tlaquepaque, así como a las agremiaciones que abrieron sus puertas y facilitaron el progreso hacia los objetivos presentes y futuros de este proyecto.

La valiosa participación de los estudiantes como asistentes de investigación merece un agradecimiento especial. Su dedicación permitió explorar a fondo los territorios intervenidos, fomentar el diálogo con los emprendedores, descubrir la riqueza del arte local y comprender la diversidad cultural. Se les desea un futuro profesional lleno de éxitos.

Finalmente, a las entidades aliadas en este proceso, sin ellas no hubiese sido posible superar las expectativas del presente proyecto.

Gracias por la confianza...



Los sucesos de la pandemia por COVID-19 revitalizaron las ideas de la economía creativa, también conocida como "naranja", emergiendo esta como una estrategia relevante para afrontar el desafío de la reactivación económica en Latinoamérica. Diversas publicaciones destacaron a Colombia y México como países que impulsaban este modelo con fuerza, por lo que los investigadores se enfocaron en indagar sobre su estado en algunas zonas destacadas de Bogotá D.C. en Colombia, y otras de Guadalajara y Tlaquepaque en el estado Jalisco de México.

Este libro explora a fondo, mediante un análisis comparativo, los factores que determinan la probabilidad de fracaso en las pequeñas y medianas empresas de las zonas estudiadas. La lupa se centra en cómo la capacidad de cada unidad productiva para generar valor agregado moldea su nivel de competitividad.

Con los datos compilados se utilizó una metodología de indicadores comparados, los cuales permitieron conocer la capacidad de respuesta de las unidades económicas ante eventuales procesos de relacionamiento para la comercialización y el crecimiento económico sostenido.

Finalmente, este producto de investigación trasciende su valor académico al constituirse en una pieza clave para los procesos misionales de educación y el relacionamiento internacional entre los territorios que fueron objeto de nuestro estudio, los cuales serán considerados para una propuesta formal de hermanamiento, en concordancia con las regulaciones pertinentes vigentes en cada ciudad colombiana y mexicana.

**Palabras Clave:** Economía creativa, pueblos originarios, artesanías, sostenibilidad cultural, indicadores comparados, política pública.



The events of the COVID-19 pandemic revitalized the concepts of the creative economy, also known as the "orange economy," which emerged as a relevant strategy to address the challenge of economic reactivation in Latin America. Various publications highlighted Colombia and Mexico as countries strongly promoting this model. Consequently, the researchers focused on investigating its status in selected areas of Bogotá D.C. in Colombia, and others in Guadalajara and Tlaquepaque in the state of Jalisco, Mexico.

This book thoroughly explores, through a comparative analysis, the determinants of the probability of failure in small and medium-sized enterprises (SMEs) within the studied areas. The focus is on how the capacity of each productive unit to generate added value shapes its level of competitiveness.

Using the compiled data, a methodology of comparative indicators was employed. These indicators allowed for the assessment of the economic units' responsiveness to potential engagement processes for commercialization and sustained economic growth.

Finally, this research output transcends its academic value by constituting a key element for the core educational processes and international engagement between the territories under study. These territories will be considered for a formal twinning proposal, in accordance with the relevant regulations in force in each Colombian and Mexican city.

**Keywords:** Creative Economy, Indigenous Peoples, Handicrafts, Cultural Sustainability, Comparative Indicators, Public Policy.



|                                                                                                                                                        |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Prólogo</b>                                                                                                                                         | <b>1</b>   |
| <b>Introducción</b>                                                                                                                                    | <b>4</b>   |
| Ámbitos de justificación                                                                                                                               | 4          |
| Contexto de la economía creativa (naranja)                                                                                                             | 4          |
| Justificación desde el impacto en la educación superior                                                                                                | 8          |
| Elementos del contexto problémico                                                                                                                      | 10         |
| Elementos de contexto problémico en el territorio de Guadalajara, México                                                                               | 11         |
| Elementos de contexto problémico en el territorio de Bogotá D.C., Colombia                                                                             | 19         |
| <b>Capítulo 1 – Fundamentación conceptual y teórica</b>                                                                                                | <b>29</b>  |
| Referentes teóricos                                                                                                                                    | 29         |
| Variables de categoría endógena al emprendedor                                                                                                         | 44         |
| Endógenas de la unidad económica                                                                                                                       | 47         |
| Antecedentes y elementos conceptuales                                                                                                                  | 52         |
| <b>Capítulo 2 - Aplicación y Desarrollo</b>                                                                                                            | <b>60</b>  |
| Tipo y Diseño de Investigación                                                                                                                         | 60         |
| Población o entidades participantes                                                                                                                    | 63         |
| Definición de Variables o Categorías                                                                                                                   | 64         |
| Procedimiento e Instrumentos                                                                                                                           | 66         |
| Consideraciones éticas                                                                                                                                 | 67         |
| <b>Capítulo 3 - Resultados</b>                                                                                                                         | <b>69</b>  |
| Nivel de competitividad a través de la dotación de factores exógenos                                                                                   | 69         |
| Nivel endógeno de análisis desde el desarrollo del capital humano involucrado en las actividades productivas desarrolladas por las empresas estudiadas | 74         |
| Nivel de competitividad endógeno a través de la generación de valor agregado en cada una de las unidades que integran la muestra de estudio            | 81         |
| <b>Capítulo 4 - Discusión</b>                                                                                                                          | <b>85</b>  |
| <b>Capítulo 5 - Conclusiones</b>                                                                                                                       | <b>91</b>  |
| Categoría de variables de orden exógeno                                                                                                                | 91         |
| Categoría de variables endógenas de orden personal al emprendedor                                                                                      | 101        |
| Categoría de variables endógenas de orden empresarial                                                                                                  | 103        |
| <b>Anexos</b>                                                                                                                                          | <b>109</b> |
| <b>Referencias</b>                                                                                                                                     | <b>113</b> |



|                                                                                                                          |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabla 1. Aspectos metodológicos del proyecto de investigación. ....                                                      | 61 |
| Tabla 2. Variables de orden personal .....                                                                               | 64 |
| Tabla 3. Variables relacionadas con la unidad de negocio .....                                                           | 65 |
| Tabla 4. Percepción de Infraestructura para el desarrollo de las actividades económicas .....                            | 69 |
| Tabla 5. Dotación de unidades económicas para la productividad y la competitividad .....                                 | 71 |
| Tabla 6. Nivel educativo .....                                                                                           | 74 |
| Tabla 7. Acceso a alimentación .....                                                                                     | 75 |
| Tabla 8. Necesidades básicas insatisfechas .....                                                                         | 75 |
| Tabla 9. Dependencia económica .....                                                                                     | 76 |
| Tabla 10. Recreación .....                                                                                               | 76 |
| Tabla 11. Seguridad social .....                                                                                         | 77 |
| Tabla 12. Ítems de percepción .....                                                                                      | 77 |
| Tabla 13. Índice de autogestión del bienestar poblacional - ABIP .....                                                   | 78 |
| Tabla 14. Índice de Amartya Sen .....                                                                                    | 80 |
| Tabla 15. Aspectos no financieros .....                                                                                  | 81 |
| Tabla 16. Aspectos financieros .....                                                                                     | 83 |
| Tabla 17. Agregados de análisis .....                                                                                    | 85 |
| Tabla 18. Coeficiente de competitividad .....                                                                            | 86 |
| Tabla 19. Medida preliminar de elasticidad de intercambio .....                                                          | 86 |
| Tabla 20. Índice y elasticidad de intercambio .....                                                                      | 87 |
| Tabla 21. Efectos marginales para las variables que explican la probabilidad de fracaso de las unidades estudiadas ..... | 87 |



La economía creativa, un campo vibrante impulsado por el ingenio humano, se ha consolidado como un motor fundamental para el desarrollo en la actualidad. Empero, para que una idea creativa se traduzca en una empresa sostenible y competitiva, se requiere mucho más que talento inicial. Es fundamental adentrarse en la compleja red de factores que realmente determinan su viabilidad y potencial de crecimiento a largo plazo.

Este libro, fruto de una investigación rigurosa y colaborativa, se embarca en un viaje para desentrañar precisamente esos determinantes. Se centra en el dinámico contexto de las pequeñas y medianas empresas (Pyme) de la economía creativa ubicadas en Bogotá D.C. en Colombia, y en las ciudades de Guadalajara y Tlaquepaque en México. Estas ciudades emergen como centros clave de actividad creativa en América Latina, albergando una diversidad de empresas.

La investigación que da origen a esta obra se enmarca en un macroproyecto de mayor alcance, titulado "México y Colombia unidos en la lucha contra la pobreza y la vulnerabilidad", impulsado desde 2016 por el Centro de Investigaciones FUNCIEDES y respaldado por diferentes Instituciones de Educación Superior, entes territoriales y empresas privadas. Este esfuerzo prolongado ha buscado mejorar las condiciones de vida, particularmente en poblaciones en situación de vulnerabilidad, y ha incluido estudios previos sobre determinantes de fracaso empresarial en Bogotá.

"Más Allá de la Idea" aborda la competitividad desde una perspectiva amplia, considerando tanto los factores exógenos, aquellos externos a la empresa que influyen significativamente en su operación y sostenibilidad (como la seguridad, la infraestructura o la gestión pública), como los factores endógenos, inherentes al emprendedor y a la unidad de negocio (como la autoestima, la convivencia en el hogar, la pertenencia territorial o la planificación estratégica). El estudio identifica así una compleja interacción de factores socioeconómicos, de gestión interna y de mercado que influyen en la sostenibilidad de estas empresas. Este enfoque trasciende los estudios tradicionales que a menudo se centran solo en indicadores



macroeconómicos o contables de las empresas, buscando integrar el contexto social de quienes las lideran. La investigación resalta que variables como la formalización, la gestión financiera y la competitividad internacional son pilares cruciales para la sostenibilidad económica a largo plazo. Además, se identificaron variables específicas que explican la probabilidad de éxito/fracaso, destacando que algunas dependen directamente de los emprendedores, mientras que otras requieren una intervención activa de política pública.

La obra se fundamenta en una amplia revisión teórica, explorando diversas corrientes del pensamiento económico, social y empresarial. Sin embargo, el libro busca trascender el ámbito puramente académico para convertirse en una pieza útil en la provocación de procesos educativos y, fundamentalmente, para el relacionamiento internacional y el desarrollo territorial. Los hallazgos aquí presentados pretenden servir de insumo para la acción, la formulación de herramientas de política pública y la exploración de oportunidades de intercambio y colaboración entre Bogotá y Guadalajara/Tlaquepaque, e incluso con otros territorios.

Este libro es producto de la colaboración entre diversas instituciones de Colombia, México y España, y del esfuerzo conjunto de un equipo de autores e investigadores, con el apoyo de asistentes de investigación. Su compromiso con la investigación aplicada y la generación de conocimiento que sirva para transformar realidades sociales y económicas se refleja en las páginas que siguen.

Invitamos al lector a sumergirse en este análisis, a comprender los desafíos y oportunidades que enfrentan las Pyme de economía creativa en Bogotá, Guadalajara y Tlaquepaque, y a reflexionar sobre cómo, más allá de la idea inicial, la sostenibilidad y la competitividad se construyen sobre cimientos complejos y multifacéticos que demandan la acción coordinada de emprendedores, la academia y el sector público.

**Mtro. Luis Cisneros Quirarte**

Profesor del Departamento de Estudios Políticos de la Universidad de Guadalajara y ex regidor del Ayuntamiento de Guadalajara.



# Introducción



En esta sección se presentan elementos específicos de la estructura fundamental de la investigación, tales como planteamiento del problema con elementos de contexto en los territorios, la justificación del proyecto y los objetivos. Al referirse el proceso investigativo a un elemento de comparación entre dos territorios, la presentación se desarrolla en principio de forma individual para cada ciudad, y luego se genera un análisis comparado.

## Ámbitos de justificación

El proyecto de investigación sustentó su justificación en dos ámbitos, el primero desde el contexto del fenómeno y aspectos metodológicos, como el ciclo del proceso científico, la temporalidad y el contraste de información en la línea del tiempo, como base para la evaluación de las propuestas y acciones en el marco de la ciencia, y segundo, el aporte que hace para el avance y desarrollo de la academia y los actores involucrados en este ámbito.

## Contexto de la economía creativa (naranja)

La Economía Creativa ha venido ganando espacio a nivel global, en especial luego de que el Banco Interamericano de Desarrollo -BID- la denominara como “Economía Naranja” y fuese considerada impulsadora de desarrollo sobre todo para la población vulnerable. Su importancia radica en tres aspectos principalmente: La generación de valor y riqueza, de empleos y su impacto social (Luzardo y otros, 2017), por lo que la investigación pretendió establecer el potencial de esta economía en zonas vulnerables de las ciudades de Guadalajara y Tlaquepaque en México y Bogotá D.C. en Colombia, buscando en principio elementos diferenciales en la generación de valor agregado y sus propios determinantes en la probabilidad de éxito o fracaso.

La economía naranja es un tema abordado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) desde hace varios años, pero toma fuerza en 2013 cuando publican “La Economía Naranja – Una Oportunidad Infinita”, escrito por Felipe Buitrago



Restrepo e Iván Duque Márquez de la oficina de relaciones exteriores, donde según los autores, era necesario generar un debate acerca de la economía creativa, la cual se mostraba como una generadora de oportunidades para el desarrollo de América Latina y el Caribe que no se podían perder. (2013, pp. 8).

Al revisar los aportes de Buitrago y Duque (2013), los investigadores y autores del presente libro estimaron que era necesario implementar estrategias que permitieran incentivar el desarrollo económico y social de las poblaciones vulnerables, entendiendo que para ello era necesario identificar las zonas que permitieran comprender en la práctica el contexto del sector productivo de la economía creativa.

Así se estableció que, en la zona sur de la capital colombiana, se ubica un foco de potencial cultural que puede ser formalizado y exportado, ayudando a mitigar problemas de pobreza, desempleo y calidad de vida. Lo mismo sucede en Guadalajara y Tlaquepaque ubicados en el estado Jalisco de México, considerado por algunos autores como Robles y Martínez (2018, p. 3) como un estado atrasado desde el punto de vista empresarial y de generación de empleo en los últimos años.

Uno de los impactos más fuertes, y del cual seguramente hacia el futuro se tendrán mayores rezagos sociales, es el aumento de la pobreza por cuenta las acciones contra la pandemia y la misma en sí, “Se estima que la pandemia de COVID-19 empujará a entre 88 millones y 115 millones de personas a la pobreza extrema este año, mientras que la cifra total llegará a los 150 millones para 2021, según la gravedad de la contracción económica” (Banco Mundial, 2020). Y es que la pobreza involucra dentro de su condición, problemas para el desarrollo empresarial, desde la producción, el consumo y el empleo, entre otras; la sostenibilidad de la salud física y mental de las personas, en términos de alimentación, nutrición, deporte, recreación, relaciones socio afectivas, entre otras; el delito y una serie de variables que terminan por determinar el futuro de corto y mediano plazo de una o varias generaciones de humanos.



Sin embargo, el desarrollo científico ha sido determinante en la superación de la crisis, desde el hallazgo de las vacunas contra el virus y la rápida respuesta de la ciencia de la salud, hasta los estudios de otros campos, como la mecánica, la ingeniería y desde luego, las ciencias sociales y empresariales. El arte y la creación fueron la ocupación de muchos durante las jornadas de cuarentena, y el instituto de supervivencia hizo que muchos seres humanos buscaran alternativas de ingreso a través de actividades de economía creativa.

A esto están llamadas todas las áreas del conocimiento, a indagar en nuevas formas de revolucionar las cosas, mejorar los procedimientos heredados a través de la Transdisciplinariedad y sobre ellos avanzar a mayor velocidad, esquema que le ha funcionado muy bien a la humanidad, pues no se ha avanzado tanto en materia científica y tecnológica en la historia del mundo, como en los últimos 100 años.

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID), ha preparado un documento en el que se destaca la importancia de desarrollar procesos de investigación que permitan conocer elementos de análisis a la hora de implementar medidas frente al COVID 19. Desde aquí se destaca entonces, la importancia de unir la ciencia con la política y la empresa es esencial avanzar a una “velocidad vertiginosa” indica el informe, sobre todo en temas de:

1. “Equilibrio entre intervenciones de urgencia de apoyo a las empresas y otras necesarias para generar el crecimiento futuro.
2. Capacidades locales para poder dar una respuesta adaptada.
3. Ecosistemas de innovación más maduros y capacidades institucionales más desarrolladas.
4. Oportunidades para impulsar agendas transformativas y nuevos modelos de negocios.
5. Reformular políticas e intervenciones y redefinir las primeras”.

(BID, 2020)



En esta línea de reflexión, investigadores de la Universidad de Northwestern publicaron en Science a principios de 2021, el artículo titulado: “Coevolution of policy and science during the pandemic”, en el que hace un análisis sobre el estado de la política apoyada en la ciencia, resaltando que con la pandemia, el número o porcentaje de políticas generadas con sustento científico, aumentaron de manera significativa, profundizando en aquellos artículos indexados en los primeros cuartiles. En este estudio, según Yin y Otros (2021), autores del citado documento, se tomaron en cuenta 37.725 documentos de política publicada, publicados por OIG y gobiernos de 114 países, con una cobertura del 66% aproximadamente de la población mundial. Además, indicaron que entre enero y mayo de 2020, se publicaron más de 40 mil artículos relacionados con el coronavirus a nivel mundial, y varios de estos fueron incorporados como referente de diagnóstico para los programas y proyectos de política pública emprendidos en pro de mitigar el impacto de la pandemia.

En este sentido, el gobierno del Estado de Jalisco ha pedido al departamento de protección civil y bomberos Jalisco, lidere un acercamiento con la comunidad para validar alternativas que propendan por la construcción y sostenibilidad de unidades productivas, a fin de minimizar los focos de inseguridad y vulnerabilidad en el área de Guadalajara. De aquí que dadas las investigaciones desarrolladas con anterioridad en esta ciudad, y en Tonalá, ciudad del mismo Estado, se ha conformado esta relación para avanzar en el propósito gubernamental.

Y justamente este ha sido el interés de los investigadores que proponen este proyecto, donde parte de sus investigaciones, desarrolladas en la Iberoamericana, han servido de fundamento para la formulación de instrumentos de política pública, como el plan de desarrollo municipal de Altamira Huila 2016 - 2019; Plan de desarrollo de Chía Cundinamarca (Gobierno de Chía, 2019), Plan de acción del Instituto Mexicano del Seguro Social - Estado Tlaxcala, México (Quadratin - Tlaxcala, 2019); y diagnóstico municipal de Zacatecas, México (NTR Noticias, 2019); utilizado en la planeación municipal, entre otros. Los mencionados aportes, han sido objeto de reconocimiento como se mencionó en el aparte de antecedentes, por su rigor y elementos metodológicos transferidos a los resultados de la gestión pública. Situación



que se pretende, siga creciendo a otros territorios que estén interesados en involucrarse ciencia al desarrollo de los territorios.

## Justificación desde el impacto en la educación superior

Las investigaciones internacionales, permiten a las instituciones y comunidad académica, ampliar las miradas sobre culturas y problemáticas sociales que se viven en el entorno de una sociedad cada vez más globalizada. Permitir a los estudiantes, enriquecer su conocimiento mediante este tipo de proyectos, como alternativa de grado, es sembrar en diversos ámbitos, la semilla de la curiosidad y el afán por generar soluciones.

El Ministerio de Educación de Colombia, en relación a la internacionalización establece: “El fenómeno de internacionalización lleva más tiempo del que las nuevas tendencias nos hacen creer. La modernización de los medios de transporte y el desarrollo de los medios de comunicación en el siglo XX influyeron en que las distancias se acortaran, lo que propició un mayor conocimiento de otras culturas y formas de vida. A la vez, promovió la creación de alianzas y organismos que reunían cada vez más países en torno a objetivos e intereses comunes y para zanjar las grandes diferencias en un mundo cada vez más pequeño” (Cardoso, 2024).

En este sentido, fortalecer la investigación y la internacionalización, más que un quehacer institucional, es una ventana para el desarrollo profesional y personal de las comunidades académicas, que permite a las sociedades integrarse en busca de soluciones conjuntas o individuales con apoyo externo. “Para que un proceso de internacionalización tenga bases firmes y sea eficiente es necesario que sus promotores tengan muy claro qué significa y qué implicaciones tiene éste. En el contexto de la Educación Superior, la internacionalización es un fenómeno multifacético omnipresente en toda la institución universitaria, que toca cada aspecto de sus directrices” (Cardoso, 2024).



Adicional a lo expuesto anteriormente, el ejercicio que promueve esta investigación, sienta un precedente a la facultad frente a otras instituciones y facultades de la ciudad y el país. Pues la introduce en el campo de la investigación de orden social, con enfoque económico y administrativo, situación que sobre sale frente a la posición de las universidades en esta materia. “Parece que no hay una cultura de la investigación y que sólo nos quedamos participando en una de las tres funciones de la universidad, la Docente (aunque con actitudes de profesor tradicional) y dejamos rezagadas las otras como la investigación y la extensión. Si bien investigar no es una acción privilegiada para sabios, y que, al contrario, está al alcance de quien tenga voluntad de emprender búsquedas para solucionar problemas, no podemos quedarnos en las meras consultas bibliográficas y cibergráficas” (Sierra, 2024).

Sierra agrega a lo presentado anteriormente, argumentos que afianzan la débil acción y alcance de la investigación universitaria colombiana.

“Necesitamos concienciarnos de la necesidad de adquirir métodos y técnicas que ayuden a dar rigurosidad científica. Y aquí no interesa que esa orientación investigativa sea formativa o institucional, pues como bien se sabe, son los fines los que diferencian una de otra y no tanto el procedimiento de adquisición. Esa falta de cultura en Latinoamérica, y en particular en Colombia, ha generado exclusión en el ámbito mundial. Según aparece publicado en la Universidad de Antioquia en el sitio web de la Sede de Investigación Universitaria, SIU, que cita cifras del científico Rodolfo Llinás, hay rezagos en nuestro país en la participación científica internacional: Algunas cifras comparativas de la situación de Colombia en el concierto latinoamericano y mundial son tan conocidas como inquietantes. De cada 10.000 científicos que hay en el mundo 9.400 son de los países industrializados, 100 son latinoamericanos y apenas 1 es colombiano. Mientras que a mediados de la década de los años 80 Estados Unidos y Japón dedicaron a la inversión en ciencia y tecnología alrededor del 2.8% del PIB, Chile dedicó aproximadamente el 0.5%, Brasil el 0.4% y Colombia sólo el 0.1%. Mientras que Chile en 1991 produjo alrededor de 80.000 publicaciones científicas por cada millón de habitantes, para Brasil el índice fue de 20.000, para Venezuela alrededor



de 30.000, y para Colombia fue de 5.000. Para lograr un nivel competitivo apropiado en ciencia y tecnología, y de acuerdo con los estándares internacionales, se requieren 1.000 científicos e ingenieros por cada millón de habitantes. Colombia necesitaría de al menos 36.000 científicos e ingenieros y sólo tiene alrededor de 5.000”.

(Sierra, 2024)

Finalmente, el Ministerio de educación mediante la Ley 30 de 1992, que rige la Educación Superior en Colombia, como también las normas con miras a la acreditación universitaria, explicitan la exigencia del componente investigativo e internacional en la formación de los futuros profesionales colombianos.

En el marco de los proyectos mencionados, y gracias a esta línea de trabajo, la Iberoamericana ha movilizó cerca de 80 estudiantes y 6 docentes a nivel internacional (México y Brasil), se ha publicado más de una decena de libros resultado de investigación y los hallazgos se han presentado en espacios internacionales como en entidades públicas y unidades académicas de México, la Asociación mundial de Ciencias Sociales en Estados Unidos y el Congreso de la República de Colombia.

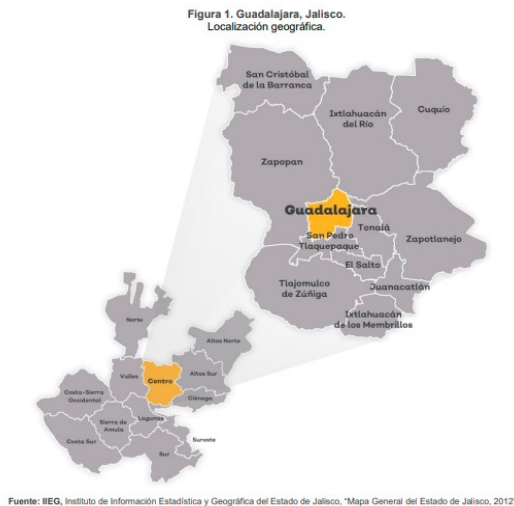
Se espera entonces, que esta sea una investigación que aporte al desarrollo del territorio intervenido de manera directa, y se convierta además, en insumo de consulta y actuación en otros territorios en México y Colombia.

## Elementos del contexto problémico

Para la presentación del análisis de contexto problémico, la investigación toma en cuenta elementos de orden geográfico, económico y social en los territorios, en principio de manera general y para cerrar entorno a la economía creativa de manera específica.



## Elementos de contexto problémico en el territorio de Guadalajara, México



Guadalajara es una de las ciudades más importantes de México, algunas fuentes la consideran entre las más importantes económicamente hablando para el país (Statista, 2021).



Fuente: IIEG, Instituto de Información Estadística y Geográfica del Estado de Jalisco, "Mapa General del Estado de Jalisco, 2012"

“El municipio de Guadalajara se localiza en la región Centro del estado de Jalisco. Sus municipios colindantes son Ixtlahuacán Del Río, Zapotlanejo, Tonalá, Zapopan y San Pedro Tlaquepaque (ver mapa), siendo este último, parte de la zona metropolitana de Guadalajara que aquí se caracteriza. Tiene una extensión territorial de 150.36 kilómetros cuadrados. Su cabecera municipal se localiza en las coordenadas 20°40'7.68" latitud norte y -103°20'53.16" de longitud oeste, a una altura de 1,541 metros sobre el nivel del mar (msnm). El territorio municipal, tiene alturas entre los 970 y 1,711 msnm; y una pendiente predominantemente plana menor a 5 grados. La mayor parte del municipio tiene un clima semicálido semihúmedo. La temperatura media anual es de 21.7°C, y su temperatura mínima y máxima promedio oscila entre los 9.9°C y 32.0°C. La precipitación media anual es de 998.0 milímetros (mm) mientras que la precipitación promedio acumulada es de 598.38 mm.” (IIEG, 2023, p. 8).

Guadalajara, la capital del estado de Jalisco y la segunda ciudad más grande de México, se erige como un centro económico, industrial, tecnológico y cultural de gran relevancia a nivel nacional. Su ubicación estratégica en el occidente del país, su sólida infraestructura y su capital humano calificado han impulsado un crecimiento económico diversificado y sostenido a lo largo de las últimas décadas, mismo que se ve reflejado con su participación en el **PIB estatal y nacional** (INEGI, 2024); (Banco de México, 2024); (Secretaría de Desarrollo Económico de Jalisco, 2024).



De acuerdo con las fuentes consultadas, la economía de Guadalajara se distingue por su diversificación, con sectores que aportan significativamente al PIB y al empleo:

- **Manufactura:** Tradicionalmente fuerte en la producción de alimentos, bebidas, textiles y calzado, el sector manufacturero de Guadalajara ha evolucionado hacia industrias de mayor valor agregado, como la electrónica, las autopartes y los dispositivos médicos. La presencia de parques industriales y la mano de obra calificada son factores clave de este dinamismo.
- **Tecnología de la Información (TI):** Guadalajara se ha consolidado como un importante centro de la industria de TI en México, a menudo denominada el "Silicon Valley mexicano". La presencia de universidades de prestigio, centros de investigación y un ecosistema emprendedor dinámico han fomentado el crecimiento de empresas de software, desarrollo de aplicaciones, servicios de consultoría y manufactura electrónica de alta tecnología.
- **Comercio y Servicios:** Como un importante centro urbano, Guadalajara alberga una vasta red de comercio minorista y mayorista, así como una amplia gama de servicios, incluyendo financieros, turísticos, educativos y de salud. El sector terciario es un importante generador de empleo en la ciudad.

Diversos factores macroeconómicos a nivel nacional e internacional influyen de manera significativa en el desempeño económico de Guadalajara, entre ellos la **inflación** que para la fecha de trabajo de campo en la ciudad (2023), se ubicaba arriba del 8% (IIEG, 2024, pág. 1), mientras para el año 2024 mostró mejoría ubicándose en el 5,2% (Romo, 2024); evento que, desde luego, como en casi en todo el mundo, fue desarrollado por el impacto de la pandemia COVID 19, y las medidas de política monetaria para controlar los efectos inflacionarios, terminaron afectando el poder de compra de los tapatíos.

En esta línea, para el año 2023 la **tasa de interés interbancaria**, fijada por el Banco de México, se mantuvo sin modificación sobre los 11 puntos porcentuales, mientras



que para el año 2024, dada la disminución estable en la inflación, descendió durante el año en 1.25 puntos base, logrando con esto revitalizar la economía para el entrante 2025 (Banco de México, 2024).

Por las características productivas de la ciudad de Guadalajara, revisar el comportamiento del **tipo de cambio** de la moneda mexicana frente al dólar se hace relevante, toda vez que, a este grado de industrialización, los niveles de transacciones internacionales son voluminosos y por tanto inciden de manera importante en la masa circulante de dinero en el territorio.

Lo que se logra observar a partir de las consultas en la página oficial del Banco de México, es que para el año 2023, cuando se desarrolló la fase de campo, el peso mexicano presentaba una apreciación importante frente a la divisa de referencia, cerrando el año 2023 a niveles significativamente más bajos que al inicio del año, pasando de 20,19 pesos por dólar al cierre de 2022, a 17.74 pesos mexicanos por dólar al cierre de 2023.

Para el año 2024, etapa analítica de la investigación, el peso mexicano presentó un revés en su cotización a partir de los meses mayo - junio, pasando del promedio ya presentado en 2023, a un promedio de 18,31 pesos mexicanos por dólar en 2024, cifra que es minimizada por el buen comportamiento de la moneda durante el primer semestre, pero que se opaca al observar que, dada la tendencia, al cierre de 2024, el precio promedio de la moneda fue de 20.86 pesos mexicanos por dólar.

Sin duda, estas fluctuaciones del tipo de cambio también incidieron en el manejo de la política pública, desde la **intervención monetaria** y fiscal principalmente, sumado a esto los procesos electorales en México y Estados Unidos, y los mensajes que desde cada una de las campañas se ofrecían al público y a los mercados.

En esta línea, la **política fiscal** fue diferencial entre el contexto nacional mexicano y el contexto local de la ciudad y su zona metropolitana, esto desarrollado en un momento preelectoral y bajo las perspectivas de lo nacional y lo territorial.



Por ejemplo, consultados los datos e informes de instituciones reconocidas, como el Fondo Monetario Internacional, a través del informe “México: Consulta-Comunicado de Prensa e Informe del Personal del Artículo IV 2023”, se pudo establecer que a nivel nacional, durante el año 2023, la economía nacional creció por encima del 3%, cifra que se ubicó arriba de la expectativa de las autoridades fiscales, y se logró contener el déficit fiscal con un gasto de capital prudente, priorizando el gasto público sobre programas sociales clave (FMI, 2023). Para el año 2024, la situación cambió y su comportamiento podría pensarse, fue el esperado con relación a las jornadas electorales, allí se expandió notablemente el déficit fiscal, ubicándose según las fuentes en tal vez el más alto desde 1990 (FMI, 2024), esto impulsado principalmente por un incremento significativo en el gasto corriente (corto plazo) (Secretaría de Hacienda y Crédito Público de México, 2023), lo que condujo a algunas instituciones financieras como el BBVA, a reclamarle al gobierno la preparación de una regla fiscal para garantizar la sostenibilidad de la economía nacional y la estabilidad de los mercados y la confianza inversionista (BBVA, 2023).

A nivel local, en Guadalajara, para el año 2023 el municipio de Guadalajara aprobó un presupuesto de egresos de alrededor de 10.602 millones de pesos (Gobierno de Guadalajara, 2023), elevándolo en 2024 a 11.897 millones de pesos (Secretaría de Hacienda de Guadalajara, 2024). El enfoque del gasto también cambio en los dos años, y esto principalmente se cree por los asuntos electorales, mientras en 2023, como lo indica el presupuesto de egresos, se focalizó el gasto en obras públicas, seguridad pública, desarrollo social y servicios públicos, para el 2024, se priorizaron asuntos sociales como la educación y la inversión social, moviendo de renglón la seguridad y la protección civil, así como las obras de infraestructura, e incorporando dentro de los renglones de relevancia, la cultura y el deporte.

Estos movimientos, tanto en temas de política como en las dinámicas económicas de la oferta y la demanda, incidieron también en el comportamiento de la **inversión extranjera**, considerada como uno de los renglones que más impulsan la economía mexicana, esta desde sus enfoques directa e indirecta y las remesas.



A nivel nacional, según las fuentes consultadas, si bien hay elementos relevantes que destacan la credibilidad de la economía mexicana en contextos globales, otras variables de sostenibilidad deberían analizarse a profundidad, más cuando el enfoque de la investigación que conduce al desarrollo de este libro es la posibilidad de que se haga como insumo de procesos de intercambio que desde luego entrarían en este renglón de inversión extranjera.

De esta manera, a nivel nacional México se consolidó como un receptor importante de IED a nivel global. Según el informe sobre las inversiones en el mundo 2024, desarrollado por Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), se ubicó como el noveno receptor a nivel mundial (UNCTAD, 2024).

Entre tanto, las cifras de la Secretaría de Economía (SE) indicaron que la IED en 2023 alcanzó los 36.1 mil millones de dólares, lo que representó un aumento del 2.3% en comparación con las cifras preliminares de 2022; así como la reinversión de utilidades por parte de empresas ya establecidas en el país fue un componente significativo de la IED.

Según la misma Secretaría, los principales países inversores fueron Estados Unidos, España, Canadá, Japón y Alemania y el sector manufacturero fue el principal receptor de la IED, seguido por los servicios financieros y la minería (Secretaría de Economía - México, 2024).

Para el año 2024, México registró un nuevo máximo histórico en IED, alcanzando los 36.872 mil millones de dólares según datos preliminares del Banco de México. Esto representó un aumento del 2.3% con respecto a las cifras preliminares de 2023 y un 1.1% más que las cifras finales ajustadas de ese año (Gobierno de México, 2024).

En la misma línea de los datos de gobierno, se pudo establecer que la reinversión de utilidades continuó siendo el principal motor de la IED, representando el 77.9% del total, indicando una fuerte confianza de las empresas ya establecidas en el entorno



empresarial mexicano. Sin embargo, la nueva inversión experimentó una contracción del 34% en comparación con las cifras preliminares de 2023, lo que genera cierta preocupación a pesar del récord general (Banco de México, 2024)

Los principales países inversores se mantuvieron similares a 2023, con Estados Unidos como el principal contribuyente (45%), seguido por Japón, Alemania y Canadá. El sector manufacturero se mantuvo como el principal receptor de la IED (54%), especialmente en las industrias automotriz, electrónica y de producción industrial. La Ciudad de México fue la entidad federativa que más IED recibió (39%), impulsada por los sectores financiero, de telecomunicaciones y las inversiones corporativas (Banco de México, 2024).

A nivel Guadalajara, la información es menos densa que en términos nacionales, sin embargo, los datos ubicados permiten observar que para el año 2023, la ciudad tuvo una balanza comercial deficitaria, y que sus principales clientes fueron Estados Unidos, Canadá y Guatemala, mientras que los principales proveedores, fueron Estados Unidos, China e Italia (Gobierno de México, 2024).

Para el año 2024, al revisar el comportamiento de la inversión extranjera en el Data Set de consulta, se pudo inferir que para el periodo enero-diciembre de 2024, el estado de Jalisco recibió 1.1 mil millones de dólares en IED, siendo Estados Unidos el principal país inversor en Jalisco durante este periodo, con 426 millones de dólares, de los cuales, si bien no existe un dato exacto sobre la ciudad de Guadalajara, si es posible inferir que buena parte se estableció allí, dada la relevancia del territorio en la economía estatal y federal.

Finalmente, se presenta una revisión al estado de algunas variables de **condiciones de vida** en Guadalajara. Para el caso del mercado laboral Bienestar Subjetivo, Empleo e Ingresos, sustentados en los datos entregados por INEGI a través de su encuesta BIARE Básico (Bienestar Autorreportado), específicamente para la zona occidente, se encontró que, para enero de 2024, a nivel nacional urbano, la satisfacción con la vida se ubicó en un promedio de 8.4 en una escala de 0 a 10. La



mayoría de la población adulta (48%) se reportó satisfecha (calificación de 9 y 10); el balance anímico general, que mide la diferencia entre estados de ánimo positivos y negativos, mostró un promedio de 6.5 a nivel nacional urbano en enero de 2024 (en una escala de -10 a 10).

Al evaluar dominios específicos, la seguridad ciudadana consistentemente se ubicó como uno de los ámbitos con menor satisfacción. En enero de 2024, la satisfacción con la seguridad ciudadana a nivel nacional urbano fue de 5.4. La satisfacción con la ciudad en la que habita resultó en 7.6 (INEGI, 2024)

En materia de empleo e Ingresos, el Data México de la Secretaría de Economía ofrece datos sobre el mercado laboral a nivel estatal (Jalisco) y municipal (Guadalajara), mostró que, para el tercer trimestre de 2024, Jalisco registró una tasa de desocupación del 2.63%, mientras la población ocupada en el estado fue de 3.91 millones de personas.

Las ocupaciones con mayor número de trabajadores en Jalisco fueron Empleados de Ventas, Despachadores y Dependientes en Comercios (272k), Comerciantes en Establecimientos <sup>1</sup> (206k) y Albañiles, Mamposteros y Afines (132k); teniendo un salario promedio mensual en Jalisco para el tercer trimestre de 2024 fue de \$6,510 MXN (Gobierno de México, 2024).

En materia de pobreza y acceso a derechos sociales, la medición de la pobreza multidimensional, realizada por el CONEVAL, considera no solo el ingreso sino también el acceso a derechos fundamentales. Según las estimaciones de pobreza multidimensional a 2022 (último dato disponible a nivel municipal con esta metodología), el 31.8% de la población de Guadalajara se encontraba en situación de pobreza. De este porcentaje, el 4.1% se encontraba en pobreza extrema (CONEVAL, 2024) (CONEVAL, 2024).

En materia de algunos derechos sociales, al revisar el anexo estadístico del informe de CONEVAL para el año 2022, se puede observar que, en Guadalajara, las



principales carencias sociales se concentraron en el acceso a los servicios de salud (32.1% de la población), la seguridad social (52.8%) y la calidad y espacios de la vivienda (11.5%). Estos datos proporcionan una base para entender las áreas donde la población enfrenta mayores desafíos en el acceso a derechos fundamentales.

En materia de seguridad, uno de los asuntos que más preocupa a la población, se pudo establecer conforme a la Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública (ENVIPE) del INEGI, que para 2023 en el estado de Jalisco, el 29.1% de los hogares experimentaron al menos una víctima de delito. La tasa de prevalencia delictiva fue de 24,793 víctimas por cada 100,000 habitantes de 18 años y más; dato que es coherente con la percepción de inseguridad en Jalisco en 2023, la cual mostró que el 74.6% de la población de 18 años y más, consideraban que vivir en su entorno cercano era inseguro. (INEGI, 2024)

Además de los estudios oficiales del INEGI y CONEVAL en materia de calidad de vida, el Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO) realiza análisis que incluyen indicadores de calidad de vida. Al respecto, el informe de 2024 ubicó a Guadalajara en el séptimo lugar a nivel nacional en la categoría de Sociedad, que considera aspectos como educación, salud e inclusión (García, 2024).

De esta manera, en términos agregados se puede sustentar que Guadalajara se consolida como un centro económico clave en México, con una economía diversificada y un fuerte potencial de crecimiento. Si bien enfrenta desafíos importantes en áreas como infraestructura, seguridad y desigualdad, las perspectivas a largo plazo son positivas, impulsadas por su sector tecnológico en expansión, su potencial turístico, las oportunidades derivadas del nearshoring y el comportamiento empresarial de la zona que se corresponde con el comportamiento económico de diversos sectores económicos.

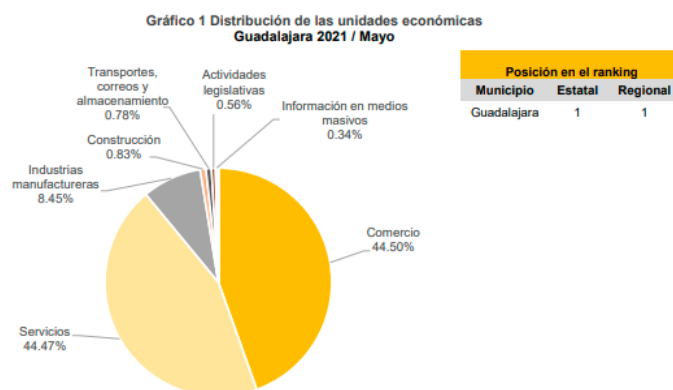
La economía de la ciudad se mueve principalmente entorno a la prestación de servicios y el comercio, mismos que representan cerca del 80% de la actividad productiva de la ciudad (IIEG, 2023, p. 39).



De igual forma, el municipio ha venido trabajando en torno al fortalecimiento de las actividades de economía creativa, reconociendo la importancia que puede tener para la ciudad y el estado, tal como lo indicó la coordinadora

de desarrollo social en 2021: “En Jalisco tenemos el ecosistema creativo cultural más fuerte del país debido a la diversidad de disciplinas con las que contamos, pero también somos reconocidos por el trabajo en la profesionalización del sector cultural y creativo, en la formación y la implementación de nuevas formas de trabajo y de nuevos modelos de negocio” (Quadratin Jalisco, 2021).

El mismo artículo indica que: “Las economías creativas representan hasta el dos por ciento del Producto Interno Bruto de Jalisco debido a su diversidad y liderazgo nacional, afirmó la Coordinadora de Desarrollo Social, Anna Bárbara Casillas quien lo destacó como un nuevo modo de trabajar y un nuevo modelo de negocio” (Quadratin Jalisco, 2021).



## Elementos de contexto problémico en el territorio de Bogotá D.C., Colombia

Con relación al producto y el crecimiento, se logró establecer que el **Producto Interno Bruto (PIB)** de la ciudad para el año 2023 presentó una variación de -1.3% en comparación con el año anterior. Este decrecimiento estuvo influenciado por una desaceleración general de la economía colombiana y por el comportamiento particular de algunos sectores en la ciudad (Observatorio de turismo de Bogotá, 2024).

Para 2024, la economía de Bogotá mostró una recuperación significativa, con un crecimiento estimado del 1.9% respecto a 2023. Este repunte superó el crecimiento a nivel nacional (1.7%). El cuarto trimestre de 2024 presentó un crecimiento del 2.8% respecto al mismo periodo de 2023. Los sectores que impulsaron este crecimiento

fueron principalmente las actividades artísticas (13.8%), la construcción (9.4%) y las actividades financieras y de seguros (4%) (Cámara de Comercio de Bogotá, 2024).

En esta línea de variables macroeconómicas, se ubica la variación en el **índice de precios al consumidor**, dato que para el año 2023 experimentó una alta inflación, cerrando el año con una variación anual del 9.43% en diciembre (Miranda, 2025). Para el año se observó una tendencia descendente en la inflación de la ciudad, cerrando el año en 5.69%. Esta reducción de 3.74 puntos porcentuales benefició el poder adquisitivo de los hogares bogotanos. La inflación de diciembre de 2024 fue de 0.37%, inferior al 0.48% del mismo mes en 2023. Los mayores incrementos anuales se registraron en educación (11.42%), alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (8.07%), y restaurantes y hoteles (7.70%) (Miranda, 2025).

Estos elementos de comportamiento general de la macroeconomía efectivamente guardan relación con el comportamiento del **mercado laboral**, que para el año 2023 mostró una tasa de desempleo relativamente alta, aunque mostrando una convergencia con la tasa nacional. Para el trimestre móvil marzo-mayo de 2024 (que refleja una parte importante de la dinámica de 2023), la tasa de desempleo en Bogotá fue del 10.1%, ligeramente inferior al 11.2% a nivel nacional (Cámara de Comercio de Bogotá, 2024). Ya para el año 2024 El mercado laboral en Bogotá mostró una mejora significativa con una tasa de desempleo que se redujo al 9.7%, el nivel más bajo desde 2017. La tasa de ocupación también alcanzó su nivel más alto desde 2019, situándose en 64.1%. Adicionalmente, la formalidad laboral aumentó, con un 64.2% de las personas empleadas con un trabajo formal (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2025). Para el periodo noviembre 2024 - enero 2025, la tasa de desempleo se ubicó en 9.3%, mostrando una disminución de un punto porcentual frente al año anterior (Observatorio económico de Bogotá, 2025).

Los años 2023 y 2024 representaron un periodo crucial para la economía de Bogotá D.C., marcado por la persistencia de una elevada inflación a nivel nacional y global, y por la implementación de estrategias tanto a nivel nacional (política monetaria) como distrital (política fiscal) para navegar este complejo panorama. La política monetaria,



liderada por el Banco de la República, se centró en contener las presiones inflacionarias mediante el incremento de las tasas de interés, afectando directamente el costo del crédito y la dinámica de la inversión y el consumo en la capital. Por otro lado, la política fiscal distrital, gestionada por la Alcaldía Mayor y la Secretaría Distrital de Hacienda, buscó equilibrar la necesidad de reactivación económica y la inversión social con la sostenibilidad de las finanzas públicas.

La principal herramienta de la política monetaria del Banco de la República durante 2023 y 2024 fue la **tasa de interés de política monetaria**. Esta tasa se elevó progresivamente hasta alcanzar un pico de 13.25% en abril de 2023 (Banco de la República de Colombia, 2025). El objetivo primordial de esta medida fue encarecer el crédito en todas sus formas, desincentivando así el gasto de los consumidores y la inversión de las empresas, lo que a su vez buscaría moderar la demanda agregada y, por ende, las presiones sobre los precios.

Los efectos de la política monetaria sobre Bogotá produjeron incrementos significativos en las **tasas de interés** para créditos de vivienda, consumo, lo que pudo haber postergado decisiones de compra importantes y limitado la capacidad de las empresas para financiar nuevos proyectos o expandir sus operaciones.

Al focalizarse las acciones monetarias en toda forma de consumo e inversión, se produjo una desaceleración de la **Inversión**, esto debido al mayor costo del capital, desincentivando la inversión en sectores clave para la economía bogotana, como la construcción y la industria. Las empresas pudieron haber optado por posponer o reducir sus planes de expansión ante la incertidumbre y el mayor costo del financiamiento.

En el **consumo** se apreció un encarecimiento del crédito y la menor disponibilidad de ingresos reales debido a la inflación, lo cual pudo haber afectado el consumo de los hogares bogotanos, especialmente en bienes durables y servicios de mayor valor.



A medida que la inflación comenzó a mostrar signos de moderación a lo largo de 2024, el Banco de la República inició un ciclo de reducción gradual de la **tasa de interés**, cerrando el año en 11.75%. Esta flexibilización de la política monetaria buscó reactivar la economía sin generar nuevas presiones inflacionarias.

En contraposición a la política monetaria de alcance nacional, Bogotá D.C. implementó su propia **política fiscal**, definida por la Alcaldía Mayor y ejecutada principalmente a través de la Secretaría Distrital de Hacienda. Durante 2023 y 2024, la política fiscal distrital se centró en varios ejes clave. En principio, la administración distrital gestionó presupuestos anuales significativos, con una priorización de la inversión en sectores considerados estratégicos para el desarrollo y el bienestar de la ciudad. Áreas como la salud, la educación, la infraestructura (incluyendo proyectos de gran envergadura como el Metro), la movilidad sostenible y los programas de desarrollo social recibieron una parte importante de los recursos públicos (Secretaría de Hacienda de Bogotá, 2024)

Otro componente importante en materia de política fiscal fue el **recaudo tributario**, el cual se enfocó en la gestión y el fortalecimiento del recaudo de los impuestos locales, principalmente el Impuesto Predial Unificado (IPU) y el Impuesto de Industria y Comercio (ICA) (Secretaría de Hacienda de Bogotá, 2025). La eficiencia en el recaudo permitió financiar una parte importante de los gastos e inversiones del distrito, reduciendo la dependencia del endeudamiento.

Finalmente, la política fiscal de la ciudad, a través del endeudamiento como una herramienta para financiar inversiones de gran magnitud, ha mantenido una gestión prudente de la deuda, buscando no comprometer la sostenibilidad fiscal futura. Los indicadores de endeudamiento han sido monitoreados de cerca para asegurar el cumplimiento de los límites legales y la capacidad de pago del distrito.

La **política monetaria** restrictiva a nivel nacional generó un entorno de mayor costo del crédito y una desaceleración económica que afectó a Bogotá. La política fiscal distrital, a través de la inversión pública, los programas sociales y el impulso a la



infraestructura, buscó contrarrestar parcialmente estos efectos, actuando como un motor de demanda local y un amortiguador de los impactos negativos.

En cuanto a la **interacción entre las políticas fiscal y monetaria**, se puede inferir que la recuperación del crecimiento del PIB de Bogotá en 2024 (1.9%) y la mejora en el mercado laboral (tasa de desempleo del 9.7% en 2024), pueden atribuirse a una combinación de factores, incluyendo la moderación de la inflación y el inicio de la reducción de tasas por parte del Banco de la República, así como la continuidad de la inversión y el gasto a nivel distrital.

En cuanto a la **inversión extranjera** en la ciudad, según Invest in Bogotá, durante el primer semestre de 2023, la Bogotá-Región atrajo 100 proyectos de inversión nueva y de expansión, lo que representó un aumento del 44.9% en comparación con el mismo periodo del año anterior. Si bien este dato incluye la región, Bogotá concentra una parte significativa de esta inversión (Invest in Bogotá, 2024). Bogotá se consolidó como un destino importante, alojando el 64,7% de la inversión extranjera que recibió el país en 2022 (dato que da una indicación de la tendencia para 2023). En ese año, se llevaron a cabo 143 proyectos de IED nueva y de expansión en la Bogotá Región, valorados en USD 1.539 millones (Alcaldía de Bogotá, 2023). Invest in Bogotá también señaló en agosto de 2023 que, en los últimos 5 años, la capital ha recibido una inversión extranjera importante que ha generado más de 89 mil empleos. La región había recibido 720 proyectos de IED nueva y de expansión desde 2018 (Alcaldía de Bogotá, 2024).

De otro lado, en los mismos términos de inversión extranjera, en el primer semestre de 2024, la Bogotá-Región alojó 42 proyectos de inversión extranjera directa nueva y de expansión, estimados en USD 418 millones, generando alrededor de 3.751 empleos nuevos. Bogotá recibió el 83,3% de estos proyectos (Invest in Bogotá, 2024).

Para todo el año 2024, Invest in Bogotá reportó un crecimiento de la inversión del 11,7% en comparación con 2023, gracias a la llegada de 105 proyectos de inversión y de expansión nuevos en la Bogotá-Región. Se estima que estos proyectos



generarán 12.000 nuevos puestos de trabajo y representan una inversión de USD 2.400 millones. Los sectores más dinámicos en la atracción de IED a Bogotá-Región durante 2024 fueron retail y productos de consumo, software y servicios TI, y servicios corporativos, concentrando el 50% de los proyectos (Alcaldía de Bogotá, 2025).

Los principales países de origen de la inversión en Bogotá-Región durante 2024 fueron Estados Unidos, España y México (De Los Rios, 2025).

Con relación a las **condiciones de vida** de los bogotanos, uno de los datos a revisar es la **pobreza monetaria**, cuya incidencia para el año 2023 se ubicó en 29,5%, cifra que representó una disminución de 2.1 puntos porcentuales en comparación con el 31.6% registrado en el año 2022. Para el año 2024, la pobreza monetaria en Bogotá se ubicó en 28.8%, si bien esta cifra continúa la tendencia a la baja observada en 2023, la reducción es más moderada (0.7 puntos porcentuales) (Secretaría de Planeación de Bogotá, 2024). Esto podría reflejar la persistencia de la inflación, especialmente en rubros esenciales como alimentos y servicios públicos, que impacta el poder adquisitivo de los hogares, limitando un descenso más pronunciado de la pobreza monetaria.

Otra variable de interés es la **pobreza Multidimensional** (IPM) que para el año 2023 reveló que la incidencia de la pobreza multidimensional en Bogotá fue de 13.8%. Esto representa una disminución de 1.4 puntos porcentuales con respecto al 15.2% registrado en 2022 (Observatorio fiscal de Bogotá, 2024). Esta reducción sugiere mejoras en el bienestar de los hogares bogotanos en diversas áreas más allá del ingreso. Para el año 2024, el IPM en Bogotá se situó en 13.2%. Al igual que con la pobreza monetaria, se observa una continuación de la tendencia descendente, aunque con una ligera desaceleración en el ritmo de la mejora.

De lo anterior, Bogotá D.C. es la ciudad más importante en términos económicos de Colombia: "... como capital de Colombia, es la ciudad en la que se concentra la mayor y más variada oferta de educación superior. Los más importantes centros de pensamiento y las oficinas de consultoría más reconocidas están ubicados en este



centro urbano” (Parra, 2012). Así mismo, dentro del informe de Confecámaras, 2012 “...se resaltó que regiones como Bogotá, Antioquia, Valle del Cauca, Santander, Atlántico y Cundinamarca siguen marcando el paso en la creación de empresas en el ámbito nacional. Solo entre estas regiones, se encuentra más del 50% de todo el territorio” (Molina, 2012).

Por su parte, el diario el tiempo publicó que: “...en Bogotá está el 27 por ciento del total de las empresas de Colombia y de cada 100 registradas, 87 son micro, 12 son pymes y una es grande. En la ciudad el principal motivo que tienen las personas para crear empresa es "independizarse". También pesan el conocimiento del negocio y las ganas de construir una fuente de ingresos. Además, se destaca que, desde el 2003, se redujo el número de trámites para crear empresas (de 17 a 2)” (El Tiempo, 2009).

La ciudad de Bogotá D.C. cuenta con 11.110 empresas dedicadas a las industrias creativas, que representan el 92 % de la producción de este tipo de empresas a nivel nacional. Los tradicionales y nuevos escenarios de promoción buscan reafirmar a Bogotá como cuna de la creatividad en Latinoamérica. Aportan el 3,3 % del Producto Interno Bruto (PIB) nacional. Además, la exportación de las industrias creativas y culturales aumentó 10,8 % en 2016 (en comparación con el 2015), al alcanzar ventas cercanas a los US\$41 millones (Mincultura, 2019).

Los sectores económicos que conforman las Industrias Creativas en la capital según el ODEB, son: juguetería; artes visuales, escénicas y espectáculos artísticos; música, audiovisual y radio; educación cultural, libros y publicaciones, y publicidad, diseño y creación (Mincultura, 2019).

La Cámara de Comercio realizó un estudio donde se encuestaron 1.374 empresarios, divididos en nueve grupos focales de los cinco sectores, según la industria a la que pertenecían. Luego se desarrolló un proceso de fortalecimiento empresarial con 153 organizaciones seleccionadas y que asistieron a 50 jornadas. Allí, las empresas definieron su estrategia corporativa y su plan de producción (Portafolio, 2018).



Sin embargo, a pesar del buen empuje que tienen la creación de empresa en la capital colombiana, uno de los principales temas que permitirán delimitar el problema, es la falta de investigación, innovación y desarrollo en las empresas registradas, pues la mayoría de ellas se dedica a la intermediación de bienes finales nacionales o importados, y otras a la comercialización de materias primas con poco valor agregado en la cadena productiva de cada sector. En entrevista por parte del periodista Javier Molina Castillo al presidente ejecutivo de la Cámara de Comercio de Bucaramanga, Juan Camilo Beltrán (2012), se manifestó: “Según los datos de la organización, el sector de comercio al por mayor y por menor es el que representa la mayor participación en la creación de empresas al cierre de septiembre, con el 47%. Le siguen hoteles y restaurantes, y las actividades inmobiliarias y de alquiler” (Molina, 2012).

Lo expuesto anteriormente, unido a la ampliación de las fronteras y relaciones comerciales del país, con otros lugares del mundo, hace que la competencia para quienes desean ser empresarios sea cada vez más compleja en términos de sostenibilidad económica; pues el valor agregado, que poco hace presencia en sectores como el comercio al por menor, hoteles y restaurantes, relega al empresarismo bogotano, y lo pone en alta condición de vulnerabilidad frente a productos y servicios de economías internacionales que viven a merced de hacer cada vez más productivos sus factores, incorporándose en el angosto terreno de las economías a escala y grandes superficies, impulsado esto por la generación de valor agregado, la creatividad, la innovación y la investigación.

Con base a lo anterior, la pregunta problémica que se plantea es: **¿Qué elementos determinan la probabilidad de fracaso a través de la generación de valor agregado en pequeñas y medianas unidades productivas de economía creativa ubicadas en algunas zonas de Guadalajara, Estado Jalisco, México y Bogotá D.C. Colombia?**

Para dar respuesta a esta pregunta problémica, se plantearon los siguientes objetivos de investigación.



## Objetivo general

Analizar los determinantes de la probabilidad de fracaso a través de la generación de valor agregado en pequeñas y medianas unidades productivas de economía creativa ubicadas en algunas zonas de Guadalajara, Estado Jalisco, México y Bogotá D.C. Colombia.

## Objetivos específicos

1. Diagnosticar multidimensionalmente las condiciones del contexto productivo de las unidades económicas objeto de estudio.
2. Establecer el nivel de desarrollo del capital humano involucrado en las actividades productivas desarrolladas por las empresas estudiadas.
3. Determinar el nivel de competitividad a través de la generación de valor agregado en cada una de las unidades que integran la muestra de estudio.



# Capítulo 1

## Fundamentación Conceptual y Teórica



Este capítulo presenta a los lectores, en primera medida una revisión a diferentes referentes teóricos que sirven de sustento a las variables que fueron objeto de estudio en la investigación que condujo al presente resultado de investigación. Posteriormente se muestran algunas investigaciones que se estimaron como antecedente con abordaje al fenómeno de estudio.

## Referentes teóricos

El marco teórico de la investigación se fundamentó en diversas corrientes que convergen para analizar la complejidad de las pequeñas y medianas empresas (pymes) de economía creativa. En primer lugar, se exploraron las teorías de la competitividad aplicadas específicamente a este sector, lo que implicó la revisión de modelos que explican cómo estas unidades productivas, a menudo caracterizadas por su innovación, creatividad y flexibilidad, logran diferenciarse y prosperar en mercados dinámicos.

De igual manera, se analizaron enfoques que consideran la generación de valor agregado, la adopción de tecnologías creativas, la gestión del talento humano con perfiles especializados y la capacidad de establecer redes de colaboración como elementos clave para alcanzar y mantener una ventaja competitiva sostenible.

Posteriormente se abordó la literatura relacionada con las condiciones de vida del emprendedor y la situación general de las unidades económicas tipo pyme. Este análisis permitió comprender el contexto socioeconómico en el que operan estas empresas, considerando factores como el acceso a financiamiento, el entorno regulatorio, la infraestructura disponible y el capital social. Asimismo, se exploraron estudios sobre el impacto de las condiciones de vida del emprendedor – incluyendo su bienestar, nivel educativo y redes de apoyo – en el desempeño y la sostenibilidad de sus emprendimientos creativos. La integración de estas perspectivas proporcionó una visión holística de los desafíos y oportunidades que enfrentan las pymes de economía creativa en los territorios estudiados.

**Seguridad ciudadana:** La **teoría del entorno institucional** (North, 2012) subraya cómo las reglas formales e informales, incluidas las relacionadas con la seguridad y el estado de derecho, influyen en los costos de transacción y la certidumbre para las empresas. Un entorno inseguro eleva los costos operativos (seguridad privada, seguros, pérdidas por robo), reduce la confianza de los inversores y puede limitar la movilidad de los trabajadores y clientes.

La literatura reciente sobre resiliencia urbana y empresarial destaca la importancia de la seguridad como un factor clave para la continuidad operativa y la **confianza de los stakeholders** (Newman & Jennings, 2017). En el ámbito digital, la ciberseguridad se ha convertido en un componente esencial de la **gestión de riesgos** (Kshetri, 2006).

La inseguridad en el entorno operativo de las empresas creativas en Bogotá y Guadalajara, tal como lo describe el autor referenciado, conlleva un incremento sustancial en los costos de protección. Esto se manifiesta en la necesidad de invertir en seguridad privada robusta, sistemas de vigilancia de última generación y seguros integrales que mitiguen los riesgos de robo y vandalismo. Esta problemática, a su vez, genera un efecto adverso en la capacidad de las empresas para atraer y retener talento creativo, ya que los profesionales suelen priorizar entornos laborales y residenciales seguros y estables para su desarrollo personal y profesional, mostrando reticencia hacia áreas con altos índices de criminalidad.

Adicionalmente, la inseguridad impone limitaciones operativas significativas, restringiendo los horarios de funcionamiento de las empresas como medida preventiva y complicando la logística del transporte seguro de equipos y materiales valiosos, elementos fundamentales para la producción creativa. En última instancia, la persistencia de un clima de inseguridad en el entorno urbano puede deteriorar la imagen y la reputación de la ciudad en su conjunto, afectando negativamente su percepción como un centro creativo dinámico y atractivo, tanto para la inversión como para el florecimiento de la cultura y la innovación.



En el contexto actual, la ciberseguridad, sobre todo en el ámbito de la creatividad cobra un renglón importante, dada la creciente digitalización de las operaciones creativas (gestión de propiedad intelectual, comercio electrónico, marketing digital), la cual expone a las empresas a riesgos de ciberataques, robo de datos y fraude, lo que puede generar pérdidas económicas y dañar la reputación (OECD, 2019).

**Infraestructura vial y medios de transporte:** La infraestructura de transporte emerge como un factor crítico en la dinámica de las empresas de economía creativa, tal como lo anticipó la **teoría de la localización** de Weber (1909), al destacar la influencia significativa de los costos de transporte en las decisiones de ubicación empresarial. Una infraestructura vial deficiente, en este sentido, no solo incrementa los costos de transporte, sino que también genera retrasos considerables y dificulta el acceso crucial a proveedores, clientes y mercados.

Por otro lado, la **teoría de la aglomeración** de Marshall (2005) subraya los beneficios de la concentración empresarial en un área geográfica, generando externalidades positivas a través de la facilidad de movimiento de personas e ideas. Un sistema de transporte eficiente se convierte en un facilitador clave de estas interacciones, reduciendo los costos asociados al desplazamiento y fomentando la colaboración y la innovación. En línea con esto, la **teoría de la infraestructura de transporte** de Hoyle y Knowles (1994) resalta cómo la variedad y la eficiencia de las opciones de transporte impactan directamente en la conectividad, la accesibilidad y los costos logísticos tanto de las regiones como de las empresas, ofreciendo flexibilidad y resiliencia ante diversas necesidades de movilidad.

La literatura reciente sobre planificación urbana y transporte sostenible aboga por enfoques integrados que consideren los impactos ambientales, sociales y económicos de los sistemas de transporte (Banister D., 2005; 2016). El concepto de "**ciudades de 15 minutos**" también ha ganado relevancia, promoviendo la proximidad de servicios y oportunidades.



La literatura reciente sobre sistemas de transporte integrados y movilidad como servicio (MaaS) destaca la importancia de conectar diferentes modos de transporte a través de plataformas digitales y políticas públicas que fomenten su uso coordinado (Kamargianni et al., 2016).

En el contexto contemporáneo, la literatura reciente sobre movilidad urbana sostenible (Banister, 2016) enfatiza la urgencia de integrar diversos modos de transporte, priorizando el transporte público y la movilidad activa, y aprovechando tecnologías inteligentes para optimizar el flujo de tráfico. La implementación de estas estrategias no solo busca mitigar los desafíos de la congestión y la contaminación, sino también fortalecer la eficiencia y la sostenibilidad del entorno operativo para las empresas de la economía creativa, permitiéndoles prosperar en un contexto urbano en constante evolución.

Un sistema de transporte eficiente y que integre diversas modalidades se revela como un elemento vital para el dinamismo de las empresas creativas, facilitando el acceso a un talento diverso distribuido en distintas zonas, mejorando significativamente la movilidad de los clientes hacia tiendas y eventos, y fomentando la colaboración y el *networking* entre los profesionales del sector. No obstante, una infraestructura de transporte deficiente puede acarrear un aumento considerable en los costos operativos, generar retrasos perjudiciales en la cadena de valor y, en última instancia, limitar el potencial de crecimiento y expansión de estas empresas.

La disponibilidad de una amplia gama de opciones de transporte, que abarca desde el transporte público y privado hasta las plataformas de movilidad por aplicación y los modos activos, resulta crucial para garantizar la movilidad laboral de los equipos, la logística eficiente de las mercancías y la accesibilidad para los clientes. Si bien la competencia entre estas diversas alternativas puede contribuir a controlar los costos, la persistente congestión vehicular en ciudades como Bogotá y Guadalajara, sumada a la calidad variable de la infraestructura vial, continúan representando desafíos importantes que impactan negativamente la eficiencia y generan costos adicionales para el sector creativo.

Asimismo, la creciente conciencia sobre la importancia de la movilidad sostenible se erige como una consideración cada vez más relevante en la formulación de las estrategias empresariales a largo plazo. Para mejorar la situación, se destaca la necesidad de la integración multimodal, la promoción de la logística urbana sostenible con vehículos de bajas emisiones y la inversión en infraestructura para la movilidad activa (ciclorrutas y espacios peatonales).

**Telecomunicaciones y medios de comunicación:** La **teoría de las redes** de Castells (2009) proporciona un marco fundamental para comprender cómo las sociedades y economías contemporáneas se estructuran en torno a flujos de información y comunicación. Para las empresas de la economía creativa, esta perspectiva subraya la importancia crítica del acceso a una infraestructura de comunicación robusta. Dicha infraestructura no solo facilita la colaboración interna y externa, sino que también potencia la investigación, el desarrollo de estrategias de marketing digital efectivas, la expansión a través del comercio electrónico y la participación en redes globales que son esenciales para su crecimiento y competitividad.

En este contexto de una sociedad en red, la **teoría de la comunicación de masas** de McQuail (2010) y la **teoría del marketing digital** (De Bruyn et al., 2020; Kannan & Hongshuang, 2017) convergen al destacar la necesidad de utilizar una variedad de canales de comunicación para alcanzar a las audiencias de manera efectiva. La selección estratégica de los medios más adecuados se vuelve crucial y debe basarse en una comprensión profunda de las características del público objetivo y en la alineación con los objetivos específicos de la comunicación, ya sea la construcción de marca, la promoción de productos o la fidelización de clientes.

La **teoría de la sociedad red**, que Castells continuó desarrollando (2012), sigue siendo profundamente relevante al enfatizar cómo las redes digitales constituyen la infraestructura fundamental de la economía y la sociedad contemporáneas. En este sentido, la brecha digital – la disparidad en el acceso y la calidad de la conectividad – emerge como un tema crucial que puede generar desigualdades significativas en las



oportunidades de las empresas creativas. Asegurar una conectividad de alta calidad y accesible para todos se convierte, por lo tanto, en un imperativo para fomentar un ecosistema creativo inclusivo y dinámico.

En la actualidad, se resalta en materia de comunicación digital y marketing de contenidos la importancia de construir relaciones auténticas con las audiencias, crear contenido relevante y valioso, y utilizar estrategias de marketing de influencia (Lieberman & Blythe, 2016).

Un acceso robusto a la infraestructura de telecomunicaciones, incluyendo internet de alta velocidad (UIT) y redes móviles confiables, facilita el acceso a información y conocimiento crucial para la investigación y el seguimiento de tendencias. Permite la colaboración virtual y el trabajo remoto con equipos distribuidos globalmente. En el ámbito del marketing y la promoción digital, las plataformas en línea amplían el alcance a audiencias locales, nacionales e internacionales, impulsando el comercio electrónico y la participación en redes creativas globales. La utilización de múltiples canales digitales y tradicionales aumenta la conciencia de marca, facilita la interacción con el cliente y permite estrategias de marketing segmentadas y personalizadas.

Sin embargo, la asequibilidad de los servicios de comunicación puede representar una barrera, especialmente para pequeñas empresas y profesionales independientes. Superar esta limitación es fundamental para garantizar una participación equitativa en el ecosistema digital y maximizar los beneficios que la conectividad ofrece a la economía creativa.

Las empresas creativas emplean el marketing de contenidos (blogs, videos, podcasts) para construir marca, atraer audiencias y generar clientes potenciales. Utilizan redes sociales para crear comunidades, interactuar con clientes, promocionar su oferta y generar conversaciones sobre la marca. La publicidad digital segmentada permite llegar a audiencias específicas con mensajes personalizados, mientras que el marketing de influencia busca aumentar la visibilidad y credibilidad de la marca a través de colaboraciones con líderes de opinión del sector.



**Servicio de paquetería:** La **teoría de la cadena de suministro**, propuesta por Mentzer y otros (2011), subraya la importancia de una gestión integrada de los flujos de bienes, información y finanzas a lo largo de toda la cadena de valor. Para las empresas de la economía creativa, una logística de envíos eficiente se traduce en una reducción de costos operativos, una mejora significativa en los tiempos de entrega y, en última instancia, un aumento en la satisfacción del cliente, elementos todos ellos cruciales para asegurar la sostenibilidad a largo plazo de sus operaciones.

En el contexto contemporáneo, la literatura reciente sobre logística sostenible y gestión de la cadena de suministro verde ha puesto de relieve la necesidad imperante de minimizar el impacto ambiental de los procesos de envío, lo que implica la optimización de rutas de transporte y la adopción de prácticas de embalaje sostenibles (Abu, 2012). Adicionalmente, la integración de tecnologías avanzadas, como los sistemas de seguimiento en tiempo real y la inteligencia artificial, está transformando radicalmente la logística, permitiendo una mayor eficiencia, transparencia y capacidad de respuesta en la gestión de los envíos (Abu, 2012; Himabindu y otros, 2022; Y. Liu y otros, 2023). Esta evolución tecnológica y la creciente conciencia ambiental configuran un nuevo panorama para la logística en la economía creativa.

Un servicio de paquetería eficiente permite a las empresas creativas alcanzar mercados amplios, tanto a nivel local como internacional, y facilita la logística de pequeña escala en sus operaciones diarias. Contribuye a una gestión eficiente de inventarios, al cumplimiento de plazos de entrega cruciales para la satisfacción del cliente, y a la participación efectiva en el comercio electrónico.

El auge del comercio electrónico demanda servicios de envío confiables a nivel global, haciendo de la logística inversa una parte integral de la cadena de suministro. Adicionalmente, la creciente conciencia ambiental impulsa la adopción de prácticas de envío sostenibles por parte de las empresas.

**Tamaño del mercado (demanda):** La teoría del mercado de Adam Smith (1776) postula que la extensión del mercado actúa como un factor determinante que limita la



división del trabajo y, por consiguiente, el grado de especialización y productividad que pueden alcanzar las empresas. Desde esta perspectiva, una demanda robusta y diversa se convierte en un catalizador fundamental, ofreciendo mayores oportunidades para que las empresas creativas se especialicen en nichos específicos, experimenten un crecimiento sostenido y logren economías de escala que mejoren su eficiencia y competitividad.

En el panorama contemporáneo, la literatura reciente sobre comportamiento del consumidor digital y marketing cultural (Yousafzai y otros, 2018) profundiza en la manera en que las plataformas en línea, las redes sociales y el marketing de contenidos ejercen una influencia significativa en la formación de preferencias y en las decisiones de compra de los consumidores. Paralelamente, la economía de la experiencia (Pine, 2019) resalta la creciente importancia de ofrecer a los consumidores experiencias inmersivas y altamente personalizadas, que van más allá de la mera transacción comercial y buscan generar una conexión emocional duradera con la marca y sus productos o servicios creativos. La comprensión y la adaptación a estas dinámicas del mercado actual son esenciales para el éxito de las empresas de la economía creativa.

Un mercado local con una población considerable y un buen poder adquisitivo genera una demanda interna robusta para la economía creativa. Las preferencias culturales locales y las tendencias de consumo influyen en la demanda de productos específicos, mientras que el turismo cultural y creativo puede generar una demanda significativa de artesanías, arte y experiencias. El acceso a mercados nacionales e internacionales amplía aún más la base de demanda.

Una porción creciente de la demanda se canaliza digitalmente, exigiendo estrategias de comercio electrónico y marketing digital efectivas. Los consumidores buscan personalización y experiencias únicas, además de valorar productos y servicios que reflejen la identidad cultural local y promuevan el patrimonio.



**Infraestructura física de las unidades económicas:** La **teoría de los costos de producción** de Marshall (2005) subraya la relevancia del costo del espacio como un factor determinante en la competitividad de las empresas. Desde esta perspectiva, la disponibilidad de espacios inadecuados o con costos excesivamente elevados puede impactar negativamente los gastos operativos de las empresas de la economía creativa, limitando significativamente su capacidad de crecimiento y expansión.

En el panorama contemporáneo, la literatura reciente sobre **espacios de coworking y hubs creativos** (Mendez & Garcia, 2017) ha resaltado el papel fundamental que estos entornos colaborativos desempeñan en el fomento de la colaboración interdisciplinaria, la estimulación de la innovación y el fortalecimiento del desarrollo comunitario dentro del sector creativo. Adicionalmente, se ha prestado una atención creciente a la **sostenibilidad de los edificios y a la adopción de prácticas de construcción verde** (Farr, 2018), reconociendo la importancia de minimizar el impacto ambiental de la infraestructura física y de crear espacios de trabajo que sean tanto eficientes como responsables desde una perspectiva ecológica.

El auge de espacios flexibles y colaborativos como el *coworking* y los laboratorios creativos ofrece soluciones asequibles y fomenta la colaboración y el *networking*, especialmente para empresas emergentes y profesionales independientes. La disponibilidad de infraestructura creativa especializada (estudios, talleres, laboratorios digitales) es crucial para sectores específicos.

La creciente conciencia ambiental impulsa la demanda de espacios sostenibles y energéticamente eficientes. Contar con talleres bien equipados y bodegas funcionales optimiza la eficiencia operativa, mientras que espacios atractivos y bien ubicados mejoran la imagen profesional. La disponibilidad de espacios asequibles facilita la escalabilidad de las empresas a medida que crecen.

**Vitrina comercial y marketing:** La **teoría del marketing** de Kotler y Armstrong (2019) enfatiza la importancia fundamental de la comunicación y la distribución estratégica para alcanzar eficazmente a los clientes objetivo. En este proceso, una



"vitrina" efectiva, ya sea en el espacio físico tradicional o en el entorno virtual contemporáneo, juega un papel crucial al facilitar la conexión entre la oferta de las empresas creativas y su demanda potencial.

Complementariamente, la **teoría de los clústeres** de Porter (1998) argumenta que la concentración geográfica de empresas interconectadas, junto con proveedores especializados, instituciones de apoyo y otras entidades relevantes en un campo específico, genera ventajas competitivas significativas. Estas ventajas se manifiestan a través de una mayor eficiencia operativa, la estimulación de la innovación y la proliferación de nuevas empresas dentro del ecosistema.

En el contexto actual, la **literatura reciente sobre marketing digital y comercio electrónico** (Brynjolfsson et al., 2019) profundiza en la creciente importancia de establecer una sólida presencia en línea, optimizar la experiencia del usuario en plataformas digitales, desarrollar estrategias de marketing de contenidos atractivas y lograr una integración fluida entre los canales de venta en línea y fuera de línea. De manera paralela, la literatura reciente sobre **clústeres creativos y desarrollo urbano** (Lazzeretti et al., 2016) destaca cómo la aglomeración geográfica de empresas creativas, instituciones culturales y servicios de apoyo no solo fomenta la innovación y la colaboración, sino que también impulsa el crecimiento económico en las áreas urbanas donde se concentran estos ecosistemas dinámicos.

La proximidad a universidades y centros de formación facilita el acceso al talento, mientras que la cercanía a otras empresas creativas y proveedores especializados fomenta la colaboración, el *networking* y el intercambio de conocimientos. La ubicación estratégica en áreas con alta concentración creativa y buena conectividad es una consideración clave para las empresas. Los espacios físicos atractivos aumentan la visibilidad de la marca, facilitan la interacción con los clientes, generan ventas y construyen comunidad.

En el entorno digital, una presencia en línea robusta y una plataforma de comercio electrónico funcional son esenciales para un mayor alcance. El marketing digital y las



redes sociales son herramientas cruciales para la construcción de marca y la interacción con los clientes, siendo cada vez más importante la omnicanalidad. La participación en ecosistemas y distritos creativos, así como la proximidad a polos de innovación, impulsa la colaboración, el intercambio de conocimientos y la adopción de nuevas tecnologías.

**Titularidad de los espacios físicos de operación:** La **teoría de los costos de transacción de Coase (1937)** postula que los costos asociados a la definición y el cumplimiento de los derechos de propiedad ejercen una influencia significativa en la organización económica. Desde esta perspectiva, la existencia de regulaciones complejas o costos elevados relacionados con la titularidad de la tierra y los espacios puede traducirse en un aumento de los costos operativos y en una mayor incertidumbre para las empresas, afectando su viabilidad y potencial de crecimiento.

En el contexto contemporáneo, la literatura reciente sobre **derechos de propiedad y desarrollo económico sostenible** (De Soto, 2016) subraya la importancia crucial de establecer marcos legales transparentes y eficientes que sean capaces de garantizar la seguridad de las inversiones a largo plazo y promover un crecimiento económico inclusivo. La claridad y la predictibilidad en las regulaciones de titularidad se erigen, por lo tanto, como pilares fundamentales para fomentar un entorno empresarial estable y atractivo para la inversión, especialmente en sectores dinámicos como la economía creativa.

En el ámbito de la titularidad de la infraestructura, unos costos operativos elevados, especialmente en lo referente a alquileres e impuestos inmobiliarios onerosos, pueden ejercer una presión considerable sobre las finanzas de las empresas creativas, particularmente en el caso de las pequeñas y medianas. Asimismo, la incertidumbre jurídica en la tenencia de la tierra y la inestabilidad de las regulaciones pueden desalentar la realización de inversiones a largo plazo en infraestructura y mejoras necesarias para el desarrollo del sector.



Por otro lado, la existencia de una titularidad clara y bien definida de los activos inmobiliarios se revela como un factor facilitador para el acceso a diversas fuentes de financiamiento y crédito. La estabilidad y la predictibilidad de las regulaciones se tornan cruciales para permitir a las empresas planificar su crecimiento y expansión con mayor certidumbre. Finalmente, la seguridad jurídica que emana de leyes de propiedad y uso del suelo claras y transparentes contribuye a reducir la incertidumbre y a fomentar la inversión en infraestructura creativa esencial, como estudios, talleres y galerías, mientras que regulaciones complejas y procesos burocráticos onerosos pueden incrementar significativamente los costos de transacción asociados al establecimiento y la expansión de las empresas en el sector.

**Manejo de técnicas:** La **teoría del aprendizaje organizacional** de Argyris y Schön (1978) subraya el papel fundamental de la adquisición, el procesamiento y la retención de conocimientos como pilares para la adaptación y el éxito de las organizaciones en cualquier sector. En el contexto dinámico de la economía creativa, el dominio de técnicas específicas, que abarcan tanto las prácticas tradicionales consagradas como las metodologías de vanguardia emergentes, se erige como un factor esencial para la creación de valor distintivo y la excelencia en la producción.

En la actualidad, la **teoría reciente sobre gestión del conocimiento y aprendizaje organizacional** (Chesbrough, 2017) enfatiza la creciente importancia de la innovación abierta, que implica la colaboración con actores externos a la organización, la colaboración intersectorial, que fomenta la fertilización cruzada de ideas y enfoques, y la adaptación proactiva a las nuevas tecnologías disruptivas. Estas estrategias se presentan como elementos clave para que las empresas de la economía creativa puedan mantener su competitividad en un entorno globalizado y en constante evolución, asegurando así su sostenibilidad a largo plazo.

En el ámbito teórico de la técnica, el dominio de metodologías apropiadas se erige como el cimiento para asegurar la calidad intrínseca de los productos y servicios creativos. La fructífera unión entre enfoques tradicionales, que aportan una rica profundidad y herencia cultural, y la adopción de prácticas innovadoras, impulsadas



por los avances tecnológicos, no solo cataliza la creación de propuestas únicas y originales, sino que también optimiza la eficiencia productiva, permitiendo una gestión más efectiva de los recursos y los tiempos de producción.

Para mantener este dinamismo esencial, resulta crucial la disponibilidad de programas de formación de talento que sean relevantes y estén constantemente actualizados, nutriendo así el capital humano con las habilidades necesarias en un entorno de evolución tecnológica continua. Finalmente, la implementación de mecanismos efectivos para la transferencia de conocimiento, a través de iniciativas de mentoría y una colaboración activa entre instituciones educativas y las empresas del sector, se presenta como un pilar fundamental para fomentar el crecimiento sostenido y la viabilidad a largo plazo de la vibrante economía creativa.

**Nivel de tecnificación:** La **teoría de la difusión de innovaciones** de Rogers y otros (2009) ofrece un marco valioso para comprender cómo las nuevas tecnologías son adoptadas y se propagan dentro de una población o un sistema social determinado. En el contexto de la economía creativa, la adopción temprana y efectiva de tecnologías relevantes puede proporcionar a las empresas una ventaja competitiva significativa, permitiéndoles optimizar procesos, alcanzar nuevos mercados y ofrecer propuestas de valor innovadoras.

En la actualidad, las **teorías sobre la transformación digital y la Cuarta Revolución Industrial** (Schwab, 2016) profundizan en el impacto disruptivo que las tecnologías emergentes están generando en diversos sectores económicos, incluyendo de manera destacada a las industrias creativas. Esta transformación abarca la integración de la inteligencia artificial, el internet de las cosas, la realidad aumentada y virtual, la cadena de bloques y otras tecnologías avanzadas, que están redefiniendo las formas de producción, distribución y consumo en el ámbito creativo, exigiendo una adaptación proactiva por parte de las empresas para mantener su relevancia y competitividad en el mercado.



La adopción estratégica de la tecnificación impulsa la eficiencia operativa en las empresas creativas a través de la automatización y el uso de software especializado, optimizando los procesos de producción y gestión. Simultáneamente, las nuevas tecnologías abren un abanico de posibilidades creativas, permitiendo el desarrollo de productos y servicios innovadores que responden a las demandas de un mercado en constante evolución. La distribución y el alcance se expanden significativamente gracias a las plataformas digitales, facilitando la comercialización a audiencias globales, mientras que las herramientas digitales potencian estrategias de comunicación y marketing más efectivas y personalizadas, fortaleciendo la conexión con los consumidores.

La tecnificación también cataliza la aparición de nuevas formas de creación y distribución de contenidos artísticos y de diseño, así como la exploración de modelos de negocio innovadores, tales como plataformas de suscripción, mercados en línea y experiencias inmersivas. La adopción de software especializado y herramientas de automatización no solo optimiza los flujos de trabajo y reduce costos operativos, sino que también libera recursos para la inversión en la innovación y la exploración de nuevas oportunidades en el dinámico panorama de la economía creativa.

**Gestión pública para impulsar el emprendimiento: La teoría del Estado emprendedor** (Mazzucato, 2013) argumenta que el sector público juega un papel activo y crucial en la promoción de la innovación y el crecimiento económico, especialmente en sectores emergentes como la economía creativa. Políticas públicas bien diseñadas pueden corregir fallas de mercado y estimular la actividad empresarial.

El apoyo gubernamental se manifiesta de diversas formas cruciales para el florecimiento de la economía creativa. El acceso a financiamiento público ya sea a través de subvenciones, créditos blandos o capital semilla, se erige como un pilar fundamental para la supervivencia y el crecimiento de las empresas, especialmente en sus etapas iniciales, permitiéndoles superar las barreras de entrada y consolidar sus proyectos. Asimismo, la provisión de asistencia técnica y programas de capacitación especializada, que incluyen mentoría y apoyo técnico, resulta esencial



para mejorar las capacidades de gestión y la competitividad de estas empresas en un mercado dinámico y exigente.

Un marco regulatorio inteligente, adaptado a las particularidades del sector creativo y que fomente la formalización sin imponer cargas administrativas excesivas, es vital para crear un entorno propicio para el desarrollo empresarial. La eficiencia burocrática, caracterizada por procesos administrativos ágiles y transparentes, facilita la operación cotidiana de las empresas y reduce significativamente los costos de cumplimiento. Finalmente, las iniciativas públicas de promoción y difusión, tanto a nivel local como internacional, desempeñan un papel clave al aumentar la visibilidad de la economía creativa, estimular la demanda de sus productos y servicios, y abrir nuevas y valiosas oportunidades de mercado.

**Brecha de ingreso en el mercado:** La **teoría de la desigualdad económica** (Piketty, 2014) y los estudios sobre el impacto de la desigualdad en el consumo (Bertrand & Morse, 2013) sugieren que una alta brecha de ingreso puede segmentar el mercado y limitar el acceso a ciertos bienes y servicios a una porción reducida de la población.

Una marcada brecha de ingreso en el mercado impacta directamente el tamaño del público potencial para las empresas creativas, especialmente para aquellos productos y servicios considerados de mayor valor o con precios más elevados, restringiendo su alcance a un segmento limitado de la población. Esta disparidad económica también puede dificultar significativamente el acceso de una parte importante de la sociedad a experiencias culturales y bienes creativos, limitando así el impacto social y la democratización de la cultura que el sector podría generar en un contexto más equitativo.

Ante esta realidad, las empresas creativas se ven en la necesidad de adaptar estratégicamente sus modelos de negocio y diversificar su oferta para poder atender a los diferentes segmentos de ingresos presentes en el mercado. Esto puede implicar la creación de líneas de productos o servicios con distintos rangos de precios, la



exploración de modelos de suscripción o membresía con diferentes niveles de acceso, o la implementación de estrategias de segmentación de mercado que permitan llegar a una audiencia más amplia y heterogénea, maximizando así su potencial de crecimiento y su contribución al tejido social y económico.

**Desigualdad social:** La **teoría de la justicia social** (Rawls, 1971) y los estudios sobre el impacto de la desigualdad en el desarrollo humano (Sen, 1999) resaltan cómo las disparidades en el acceso a la educación, la salud y las oportunidades pueden limitar el potencial creativo y el crecimiento económico inclusivo.

La desigualdad social y económica impone serias limitaciones al acceso de talento diverso y creativo proveniente de diferentes estratos sociales al sector de la economía creativa. Esta situación genera barreras significativas para que emprendedores y profesionales con orígenes socioeconómicos desfavorecidos puedan acceder a financiamiento crucial, establecer redes de contacto valiosas y participar plenamente en los mercados existentes, restringiendo así la riqueza y variedad de perspectivas que podrían enriquecer el panorama creativo.

Un sector creativo marcado por la desigualdad corre el riesgo de no reflejar adecuadamente la rica diversidad cultural y social de la población, perdiendo la oportunidad de conectar auténticamente con audiencias amplias y heterogéneas. Por el contrario, la implementación de estrategias que busquen reducir la desigualdad y fomentar la inclusión dentro del sector creativo no solo promueve una mayor equidad de oportunidades, sino que también contribuye significativamente a fortalecer la cohesión social, construyendo un tejido comunitario más resiliente y representativo.

## Variables de categoría endógena al emprendedor

**Nivel de autoestima del emprendedor:** La **teoría de la autoeficacia** de Bandura (1997) y la literatura sobre **psicología del emprendimiento** (Hmieleski & Baron, 2008) destacan cómo la confianza en las propias habilidades influye en la toma de decisiones, la perseverancia ante los obstáculos y la búsqueda de oportunidades. Un



alto nivel de autoestima empresarial se asocia con una mayor propensión a la innovación y al crecimiento.

En el intrincado camino del emprendimiento creativo, una elevada autoestima empresarial se erige como un baluarte de resiliencia, permitiendo a los líderes mantener la motivación y superar los inevitables desafíos. Esta profunda confianza en las propias capacidades facilita la toma de decisiones estratégicas audaces y la asunción de riesgos calculados, elementos esenciales para el crecimiento y la expansión de sus iniciativas en el dinámico sector de la economía creativa.

Asimismo, los líderes que cultivan una sólida autoestima inspiran confianza y seguridad en sus equipos de trabajo, demostrando ser más efectivos al guiar a sus organizaciones hacia la sostenibilidad y el éxito a largo plazo. Finalmente, la firme creencia en la propia capacidad creativa actúa como un motor impulsor para la exploración de nuevas ideas y la implementación de soluciones innovadoras, diferenciando a las empresas y permitiéndoles destacar en el competitivo panorama de la economía creativa.

**Convivencia en el hogar del emprendedor: La teoría del equilibrio trabajo-vida** (Greenhaus & Beutell, 1985) y la investigación sobre el **estrés del emprendedor** (Cardon et al., 2009) sugieren que el conflicto entre las demandas del trabajo y la vida personal puede generar estrés, agotamiento y afectar negativamente el desempeño empresarial. Un entorno doméstico de apoyo puede mitigar estos efectos.

El bienestar del emprendedor, íntimamente ligado a un ambiente familiar armonioso, ejerce una influencia significativa en su capacidad de liderazgo y la sostenibilidad de su empresa creativa. Un entorno doméstico comprensivo reduce el estrés y mejora el bienestar emocional, lo que se traduce directamente en una toma de decisiones más acertada y una mayor resiliencia ante los desafíos inherentes al emprendimiento. Este apoyo emocional actúa como un amortiguador crucial en los momentos de incertidumbre y presión.



Además, el apoyo familiar efectivo puede liberar valioso tiempo y energía para que los emprendedores se concentren con mayor dedicación en el crecimiento estratégico de sus negocios creativos. Fomentar un equilibrio saludable entre la vida laboral y personal, facilitado por la comprensión y la colaboración en el hogar, resulta fundamental para prevenir el agotamiento y asegurar la sostenibilidad a largo plazo tanto del emprendedor como de su empresa, promoviendo así un ciclo virtuoso de bienestar y productividad.

**Pertenencia y arraigo territorial:** La **teoría del capital social** (Putnam, 2000) y la literatura sobre el **desarrollo territorial** (Vázquez-Barquero, 2017) sugieren que las redes sociales, la confianza y las normas de reciprocidad dentro de un territorio pueden facilitar la colaboración, el acceso a recursos y el apoyo comunitario a las empresas.

El arraigo y la conexión con el contexto territorial local infunden a las empresas creativas una identidad distintiva, permitiéndoles diferenciarse en un mercado globalizado a través de la singularidad de su cultura. Este sentido de pertenencia actúa como un catalizador para la colaboración fructífera con otras empresas creativas, instituciones culturales y diversas organizaciones comunitarias presentes en el territorio, fortaleciendo así el tejido del ecosistema creativo local.

Además, las sólidas redes territoriales facilitan un acceso privilegiado a recursos locales valiosos, que incluyen proveedores especializados, talento con conocimiento específico del contexto y saberes únicos que enriquecen la oferta creativa. Un fuerte vínculo con la comunidad local fomenta la lealtad y el apoyo constante por parte de los consumidores y otros actores clave del territorio, creando un entorno propicio para el crecimiento sostenible y el florecimiento de la economía creativa con una profunda raíz local.



## Endógenas de la unidad económica

**Dotaciones para la competitividad de las unidades:** La teoría de la ventaja competitiva (Porter, 1998) y la literatura sobre **innovación y estrategia empresarial** (Afuah, 2003) destacan la importancia de desarrollar capacidades distintivas, proteger la propiedad intelectual y adaptarse a las dinámicas del mercado global.

En el dinámico escenario de la economía creativa, la innovación constante se erige como un motor fundamental para mantener la relevancia y la competitividad en el mercado. La habilidad para generar nuevas ideas, productos, servicios y modelos de negocio permite a las empresas diferenciarse y captar la atención de audiencias cada vez más exigentes. Esta capacidad de innovación, intrínsecamente ligada a la creatividad, impulsa la evolución del sector y abre nuevas oportunidades de crecimiento y desarrollo.

Asimismo, ofrecer propuestas de valor únicas, que se distingan claramente de la competencia, resulta esencial para atraer y fidelizar clientes en un entorno saturado de opciones. La excelencia en la calidad y el diseño de los productos y servicios creativos se constituyen como factores clave de competitividad, generando confianza y lealtad en los consumidores. Finalmente, la agilidad para comprender y responder eficazmente a las cambiantes necesidades y preferencias del mercado es crucial para la adaptación y la sostenibilidad a largo plazo de las empresas creativas en un mundo en constante transformación.

**Grado de formalización y cumplimiento de aspectos legales:** La literatura sobre **economía informal y desarrollo empresarial** (De Soto, 2000) y los estudios sobre los **beneficios de la formalización** (Perry et al., 2007) sugieren que operar dentro del marco legal facilita el acceso a financiamiento, a mercados formales, a la protección legal y a programas de apoyo gubernamental.

La formalización empresarial se presenta como un factor determinante para el crecimiento y la sostenibilidad de las empresas creativas. Al operar dentro del marco



legal establecido, estas empresas adquieren una mayor facilidad para acceder a diversas fuentes de financiamiento, como créditos bancarios y otras líneas de apoyo financiero, elementos cruciales para impulsar su desarrollo y expansión. Asimismo, la formalización abre las puertas a la participación en mercados formales, permitiéndoles competir en licitaciones públicas y establecer relaciones comerciales sólidas con grandes empresas, ampliando así sus oportunidades de negocio.

Además de los beneficios económicos, la formalización otorga una importante protección legal a la propiedad intelectual y a los activos de la empresa, salvaguardando su valor y fomentando la innovación. El estatus formal también facilita el acceso a una amplia gama de programas de apoyo gubernamentales y de desarrollo, diseñados específicamente para impulsar el crecimiento del sector empresarial formal. Finalmente, la formalización genera un clima de mayor confianza entre clientes, proveedores y socios comerciales, fortaleciendo las relaciones y consolidando la reputación de la empresa en el mercado.

**Carga tributaria en las actividades de las empresas:** La **teoría de la tributación óptima** (Mirrlees, 1971) y la literatura sobre el **impacto de los impuestos en el crecimiento empresarial** (Klapper et al., 2006) sugieren que sistemas tributarios justos, eficientes y adaptados a las características de los diferentes sectores económicos son fundamentales para el desarrollo sostenible.

Una carga fiscal excesiva puede erosionar significativamente la rentabilidad de las empresas creativas, limitando su capacidad esencial para la reinversión en el negocio y, por consiguiente, su potencial de crecimiento a largo plazo. Esta situación se agrava al considerar que sistemas tributarios más favorables implementados en otros países o regiones pueden generar desventajas competitivas directas para las empresas locales, dificultando su posicionamiento en mercados nacionales e internacionales.

Además, la complejidad o la falta de claridad en los sistemas tributarios pueden aumentar considerablemente los costos asociados al cumplimiento de las obligaciones fiscales, desincentivando la formalidad y favoreciendo la economía



informal dentro del sector creativo. En contraste, la implementación estratégica de incentivos fiscales específicamente dirigidos a la economía creativa puede actuar como un poderoso estímulo para la inversión, la innovación y el desarrollo sostenible de este importante sector.

**Generación de empleo decente:** La **agenda de Trabajo Decente** de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y la literatura sobre **gestión del talento y capital humano** (Collings et al., 2018) resaltan la importancia de condiciones laborales dignas para la productividad, la innovación y la retención del talento.

La oferta de empleo decente se erige como un factor fundamental para la atracción y retención de profesionales creativos talentosos, quienes valoran condiciones laborales justas y oportunidades de crecimiento. Un entorno laboral que promueve estas condiciones, además de ofrecer perspectivas de desarrollo profesional, tiene un impacto directo en la motivación, la creatividad y, en última instancia, la productividad de los trabajadores del sector.

Más allá de los beneficios individuales y empresariales, un sector creativo comprometido con la generación de empleo decente fortalece su reputación general, volviéndose más atractivo para nuevas generaciones de talento y consolidando su imagen como un motor de desarrollo positivo. En un plano más amplio, la creación de empleo decente dentro de la economía creativa contribuye significativamente al desarrollo social y a la reducción de la desigualdad, generando un impacto positivo en el tejido socioeconómico de la comunidad.

**Implementación de sistemas de planeación estratégica:** La **teoría de la planificación estratégica** (Mintzberg et al., 2009) y la literatura sobre **gestión estratégica en pequeñas y medianas empresas** (Grant, 2016) destacan la importancia de la formulación e implementación de estrategias claras para la supervivencia y el éxito a largo plazo.



Un plan estratégico sólido se erige como la brújula que guía a las empresas creativas, proporcionando una dirección clara y ayudando a enfocar de manera efectiva sus valiosos esfuerzos y recursos hacia la consecución de metas definidas. Este marco estratégico facilita la toma de decisiones coherentes con los objetivos a largo plazo de la organización, asegurando que cada acción contribuya al panorama general de crecimiento y sostenibilidad.

Además, un plan estratégico bien elaborado ayuda a las empresas creativas a identificar y asegurar de manera proactiva los recursos necesarios para su expansión y viabilidad a largo plazo. Su flexibilidad inherente permite a la organización adaptarse ágilmente a los cambios dinámicos del entorno empresarial. Finalmente, el plan estratégico establece un marco esencial para la evaluación del progreso y el control de las acciones, posibilitando la realización de ajustes oportunos cuando sea necesario para asegurar el cumplimiento de los objetivos y la adaptación continua al mercado.

**Manejo de estrategias de marketing:** La **teoría del marketing digital** (Kotler & Keller, 2016) y la literatura sobre **marketing de contenidos y redes sociales** (Holliman & Rowley, 2014) resaltan la importancia de comprender el comportamiento del consumidor en línea y utilizar las herramientas digitales para llegar a las audiencias de manera efectiva.

La implementación de estrategias de marketing efectivas se revela como un pilar fundamental para la generación de demanda en el sector creativo, creando conciencia sobre los productos y servicios ofrecidos y estimulando el interés del público objetivo. Más allá de la mera promoción, el marketing desempeña un papel crucial en la construcción de una identidad de marca sólida y distintiva, fomentando la lealtad y el reconocimiento entre los clientes.

Además, el marketing permite comunicar de manera clara y persuasiva el valor único y diferenciador de la oferta creativa, resaltando sus atributos y beneficios para el consumidor. En el entorno digital actual, las herramientas y estrategias de marketing



digital facilitan un acceso sin precedentes a mercados locales, nacionales e incluso internacionales, ampliando significativamente el alcance potencial de las empresas creativas y abriendo nuevas oportunidades de crecimiento y expansión.

**Participación en ruedas de negocio:** La **teoría de redes y el capital relacional** (Burt, 1997) sugieren que las conexiones y las relaciones estratégicas pueden proporcionar acceso a recursos, información y oportunidades que de otra manera serían inaccesibles.

La participación activa en ruedas de negocio se presenta como una estrategia eficaz para la generación de nuevas oportunidades comerciales, de inversión y de colaboración dentro del sector creativo. Estos espacios de encuentro facilitan el establecimiento de contactos valiosos con otros actores clave de la industria, promoviendo el *networking* y la creación de relaciones profesionales duraderas.

Además, las ruedas de negocio actúan como plataformas eficientes para el intercambio de información relevante sobre las últimas tendencias del mercado, la aparición de nuevas tecnologías y las oportunidades de financiamiento disponibles. En muchos casos, estos eventos pueden constituir el punto de partida para la formación de alianzas estratégicas significativas, que permitan a las empresas creativas expandir su alcance, diversificar sus servicios y fortalecer su posición en el competitivo panorama actual.

**Aproximación a ejercicios de comercio exterior:** La **teoría del comercio internacional** (Krugman et al., 2018) y la literatura sobre **internacionalización de pequeñas y medianas empresas** (Johanson & Vahlne, 2009) destacan los beneficios de la expansión a mercados internacionales para el crecimiento y la competitividad.

La incursión en el comercio exterior abre las puertas a la exploración de nuevos y vastos mercados, permitiendo a las empresas creativas diversificar significativamente sus fuentes de ingresos y reducir su dependencia del mercado local. La exposición a la competencia en los mercados internacionales actúa como un catalizador para el



aprendizaje continuo y la adaptación ágil, impulsando la innovación y la mejora constante de la calidad de los productos y servicios ofrecidos.

Además, la producción destinada a mercados de mayor escala puede generar valiosas economías de escala, optimizando los costos y mejorando la eficiencia operativa. En el ámbito de los insumos, la posibilidad de importar facilita el acceso a materiales especializados y tecnologías avanzadas que pueden no estar disponibles localmente, enriqueciendo así la capacidad creativa y productiva de las empresas.

**Situación financiera de las organizaciones:** La **teoría financiera y la contabilidad de gestión** proporcionan los marcos conceptuales y las herramientas para analizar el desempeño financiero y tomar decisiones informadas (Ross et al., 2019).

El riguroso seguimiento de los indicadores financieros se revela como una herramienta esencial para la evaluación precisa del desempeño de las empresas creativas, permitiendo analizar su rentabilidad y eficiencia operativa. Este monitoreo constante facilita la identificación y la gestión proactiva de riesgos financieros, a través del seguimiento de la liquidez y el nivel de endeudamiento de la empresa.

Además, los indicadores financieros proporcionan información crucial y objetiva que fundamenta la toma de decisiones estratégicas en áreas clave como la inversión, la financiación y la gestión operativa del negocio. Finalmente, la presentación de indicadores financieros sólidos y consistentes puede ser un factor determinante para facilitar la atracción de inversores interesados en respaldar el crecimiento y la expansión de la empresa creativa.

## Antecedentes y elementos conceptuales

Parte del equipo que propone este proyecto de investigación, ha venido trabajando en el desarrollo de la línea “desarrollo económico y social”, fortaleciendo el macroproyecto de investigación “México y Colombia unidos en la lucha contra la



pobreza y la vulnerabilidad”, el cual fue impulsado por el Centro de Investigaciones FUNCIEDES, y apoyado por la Iberoamericana desde el año 2016, desarrollando investigaciones centradas en el mejoramiento de condiciones de vida, especialmente dirigidas a poblaciones con condición de pobreza y/o vulnerabilidad. Es así como las propuestas de herramientas de política pública de emprendimiento, para el mejoramiento de condiciones de vida, no han parado desde el año 2014, cuando se hizo el primer proceso a través de la Iberoamericana y otras instituciones aliadas en Rio de Janeiro, Brasil; posteriormente y año tras año, en otros lugares como en los municipios de Tequila, Ahualulco del Mercado, Tonalá, Zacatecas, Tlaxcala, León Guanajuato y Amatitán en México. También en lugares de Colombia, como zonas del sur de Bogotá, Altamira en el departamento del Huila y Chía Cundinamarca.

Los procesos desarrollados, han permitido el reconocimiento de diversas entidades, como el Instituto Mexicano del Seguro Social – IMSS, delegación Tlaxcala, quien reconoció a manera de innovación organizacional uno de los productos del proyecto ejecutado allí en 2019; también la Alcaldía Municipal de Ahualulco de Mercado en 2017, la Universidad Autónoma de Zacatecas en el mismo año, la Alcaldía municipal de Altamira Huila en Colombia.

En todos los lugares mencionados, se ha indagado sobre el nivel de condiciones de vida de la población, se han identificado sus necesidades, sus dotaciones y se han presentado propuestas para el fortalecimiento y puesta en marcha de unidades económicas para la generación de ingresos y superación de la pobreza y la vulnerabilidad, logrando algunas cifras que benefician al cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible – ODS, por destacar algunas: 1.411 hogares en México y 561 hogares en Colombia, han superado la línea de pobreza y una porción de ellas supera la línea de bienestar; cerca de 800 personas en México y 500 personas en Colombia han sido ubicadas laboralmente, bien con sus propias unidades económicas o vinculadas laboralmente a otras existentes, agregando que dichas acciones se han ejecutado en observancia de las metas de trabajo decente y reducción de brechas de género. También se han impactado variables de alimentación, salud, saneamiento básico entre otras.



En esta línea de trabajo, el primer proceso que buscó encontrar determinantes de fracaso empresarial, adelantado por el equipo proponente, se adelantó en la ciudad de Bogotá D.C., para el año 2015, sobre unidades económicas ubicadas en la ciudad, y cuyos propietarios presentaban condiciones de vulnerabilidad social. Posteriormente, el equipo replicó este proceso en el municipio de Amatitán, Estado Jalisco, México, para el año 2020, proyecto que derivó en el impulso a actividades de economía circular en 14 unidades productivas para atender los requerimientos de la pandemia COVID 19, y permitió incrementar los niveles de productividad del municipio.

No obstante, durante el año 2019, se desarrolló una investigación que a la fecha registra una cadena de intercambio de productos artesanales entre comunidades productivas del municipio de Zacatecas en México, y artesanos residentes en la zona sur de Bogotá D.C., sustentados en la política pública que, para el año de la investigación promovieron los gobiernos en materia de economía naranja.

El desempeño del equipo en el ámbito empresarial a través de procesos de investigación también ha conllevado al abordaje de importantes organizaciones en México, tal es el caso de la tequilera José Cuervo, donde para el año 2018 se adelantó un proceso de investigación que conllevó a mejoras sustanciales en los canales de distribución y comercialización de tequila de origen artesanal. Lo propio se hizo en el Instituto mexicano del seguro social, delegación Tlaxcala.

Fuera de los proyectos desarrollados por el equipo investigador, si bien es cierto y no se ubican investigaciones idénticas a la que se propone en el territorio para esta convocatoria, principalmente en el uso de herramientas metodológicas, si se ubican investigaciones que han abordado sistemas de análisis econométrico para ubicar variables que se relacionan de forma directa o indirecta con variables de valor agregado y fracaso empresarial.



## **Informe del banco mundial: “el emprendimiento en américa latina: muchas empresas y poca innovación”**

Lederman junto con otros investigadores (2014), pertenecientes al Banco Mundial, expresan mediante un documento denominado: “El emprendimiento en América Latina: muchas empresas y poca innovación”, que el futuro de la región dependerá de alcanzar un número mayor de emprendedores “transformacionales” que en la actualidad.

Este informe coincide con la posición de los autores del presente documento, con relación a que la empresa que se genera en Bogotá es similar a la de los citados autores en América Latina, son unidades con bajo o nulo valor agregado, de tipo familiar, y que poco o ningún empleo generan; y cuando lo hacen, no son realmente de calidad en términos de condiciones laborales y salariales.

En pocas palabras, son básicamente, tiendas de barrio y comercio al por menor de artículos varios, que carecen de estudios de viabilidad y en varios casos se ubican más por la posibilidad de abrir un negocio en casa o locales atractivos en términos de canon de arrendamiento.

Entre otros aspectos destacables, el informe encuentra que la realidad empresarial en América Latina se ve entorpecida por la baja innovación.

- Las empresas latinoamericanas introducen productos nuevos a un ritmo menor que las empresas de otras regiones en desarrollo. Países como Ecuador, Jamaica, México y Venezuela introducen o desarrollan productos nuevos a un ritmo que es menos de la mitad que en países como Tailandia o Macedonia.
- Con la excepción de Brasil, que invierte el 1 por ciento de su PIB en Investigación y Desarrollo (I+D), en promedio la región invierte mucho menos (por debajo del 0,5 por ciento), es decir un tercio el nivel de China y un cuarto



el nivel de los países de ingreso alto. Más aun, el gobierno, en contraste con el sector privado, lleva a cabo la mayor parte de la inversión latinoamericana en este ámbito.

No sorprende entonces que la región vaya a la zaga de otras en términos de patentes. En Bolivia, Paraguay, El Salvador, Honduras, Guatemala y Perú, el número de patentes por millón de habitantes es menor a uno, muy por debajo de lo que debería ser para su nivel de desarrollo.

Una nueva investigación patrocinada por el Banco Mundial respecto a prácticas de gestión halló que las empresas que emplean 100 personas o menos no utilizan los sistemas más actualizados de gestión de talento basado en desempeño. Los datos de la encuesta revelan que la proporción de empresas familiares (que en promedio tienden a estar peor gestionadas que las empresas que se comercializan públicamente) en América Latina prácticamente duplica a la de Estados Unidos.

(Lederman & Otros, 2014)

Quizás lo más sorprendente sea que incluso las empresas más grandes de América Latina sufren de esta falta de innovación, según el informe. Incluso en las principales naciones exportadoras de la región, como Chile, Colombia y México, el porcentaje de empresas que eligen exportar es mucho menor que lo esperado dado su nivel de desarrollo.

### **América Latina: la falta de innovación dificulta la creación de empleos de calidad**

El Banco Mundial (2013), presenta su opinión frente a diferentes boletines del banco mundial, entre los cuales se obtiene como conclusión principal que: “Esto debería hacer sonar las alarmas. En los últimos diez años, América Latina se benefició enormemente de los vientos favorables de la economía global, permitiéndole reducir



la pobreza extrema, mejorar la igualdad y catapultar a 50 millones de personas a la clase media. Sin embargo, a medida que estos vientos favorables se diluyen, el crecimiento tendrá que surgir de adentro, y la innovación y el dinamismo serán la clave para que la región pueda aprovechar los avances sociales de los últimos años” (Banco Mundial, 2013).

De la investigación en términos de revisiones bibliográficas, y páginas web de entidades relacionadas directa e indirectamente con el desarrollo empresarial del país y los territorios mundiales, se encontraron diversas investigaciones que en principio pareciesen ir en la misma dirección de la que atañe al presente proyecto de investigación, no obstante, la principal diferencia entre otras, es que la mayoría de los estudios se desarrollan cuando ya las unidades de negocio están en marcha, razón por la cual el fracaso ya implica pérdidas económicas y temporales a quienes deciden iniciarse como emprendedores. Otra diferencia, es que la mayoría de los estudios parte de indicadores macroeconómicos del país donde se han desarrollado los estudios, y en el caso de incorporarse en la zona micro, se concentran en los indicadores contables y económicos de las empresas, más no en el entorno social de quienes lideran la empresa sin distinción de su tamaño.

### **Modelo probabilístico de quiebra para pequeñas y medianas empresas mexicanas. Una herramienta para la toma de decisiones.**

Jaramillo e Isaac (2013), entregan un modelo a partir de metodología econométrica, específicamente, logit probit, mediante el cual se pueden ubicar variables netamente macroeconómicas, tales como PIB sectorial, IPC e IPP, entre otras, las cuales inciden en las decisiones de cierre de pequeñas y medianas empresas mexicanas.

Otros antecedentes, que si bien es cierto no expresan de manera explícita el uso de técnicas econométricas, para presentar probabilidades de fracaso o éxito en empresas o unidades productivas, han sido desarrollados por entidades no gubernamentales o entes estatales de diversas partes del mundo, en los que muestran la situación de la empresa actual.



**Modelo probabilístico de quiebra de la pequeña y mediana empresa española.  
Evidencia empírica. Un modelo econométrico**

Los doctores Jaramillo e Isaac (2012), desarrollan un modelo logit probit, para explicar de qué manera las pequeñas y medianas empresas españolas, fracasan frente al comportamiento de variables cuantitativas y cualitativas, principalmente financieras y de motivación del personal. Entre las variables de mayor impacto, se ubican el capital de trabajo, los pasivos de corto plazo, el nivel de estrés de los empleados, entre otros.



# Capítulo 2

## Aspectos Metodológicos



Con base a la revisión teórica, la naturaleza de las variables a indagar y las características de las poblaciones objeto de estudio, a continuación, se presentan los principales aspectos metodológicos que facilitaron el desarrollo de la investigación.

## Tipo y Diseño de Investigación

Cada uno de los objetivos se desarrolló como se muestra a continuación y los elementos metodológicos, se presentan en la tabla No. 1.

**Objetivo específico No. 1: Diagnosticar multidimensionalmente las condiciones del contexto productivo de las unidades económicas objeto de estudio:** Este objetivo fue ejecutado utilizando la metodología FUNCIEDES, entidad que puso a disposición el instrumento de investigación y el recurso tecnológico para la recolección de la información (Aplicativo EncuestApp); y el software (Multipob 5.1) para el análisis de los resultados, entregando información de tipo descriptivo en materia empresarial y gubernamental. La situación de las unidades productivas fue analizada en los términos de la herramienta utilizada en la investigación “Propuesta de una herramienta para identificar los determinantes del fracaso en unidades productivas jóvenes en condición de vulnerabilidad de Bogotá D.C.” adelantada también por investigadores de FUNCIEDES y otras instituciones en 2015.

**Objetivo específico No. 2: Establecer el nivel de desarrollo del capital humano involucrado en las actividades productivas desarrolladas por las empresas estudiadas:** A través del Índice de Autogestión del Bienestar Poblacional – IABIP, la investigación recolectó información sobre aquellos aspectos que involucran la realización del ser humano, medida desde la relación entre lo que saben hacer y lo que están haciendo; para luego combinarla con una dimensión del ser, que propende por establecer el nivel individual de bienestar de la población y finalmente la capacidad para convivir y participar democráticamente en las decisiones del territorio.



Este índice, también evalúa las condiciones de dotación territorial en materia de infraestructura para la movilidad, la salud, la educación, el desarrollo de actividades derivadas de la economía creativa, entre otros, que facilitaron la inserción de la población estudiada.

**Objetivo específico No. 3: Determinar el nivel de competitividad a través de la generación de valor agregado en cada una de las unidades que integran la muestra de estudio:** Para este objetivo se tomó como referente el modelo del diamante competitivo de Porter, tomando como base el ejercicio de aplicación de Rojas y Botero (2012). De igual manera, con base a la experiencia de los investigadores, se introdujeron algunos aportes propios del equipo de trabajo.

**Tabla 1.** Aspectos metodológicos del proyecto de investigación.

|                    |                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|--------------------|--------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Propósito</b>   | Aplicada                       | De acuerdo con Best (1970); citado en (Tamayo, 1999); “La investigación aplicada, movida por el espíritu de la investigación fundamental, ha enfocado la atención sobre la solución de teorías. Se refiere a resultados inmediatos y se halla interesada en el perfeccionamiento de los individuos implicados en la investigación”.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Alcance</b>     | Explicativo de fase Evaluativa | Conforme a las exposiciones de Hernández, Fernández, & Baptista (2010), el proyecto que se propone tiene un alcance explicativo, dado que “están dirigidos a responder a las causas de los eventos, sucesos y fenómenos físicos o sociales”. Pretenden explicar “por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da éste, o por qué se relacionan dos o más variables”. De otro lado, bajo la metodología holística (Mixta), dentro del ciclo holístico la investigación se enmarca en la fase evaluativa, dado que “se llegará hasta la sustentación y difusión de los resultados del proyecto” (Hurtado, 2004).                                                                     |
| <b>Metodología</b> | Holística - Mixta              | La investigación que se propone involucra el estudio de hechos económicos y sociales en un territorio, donde se desarrollará el análisis de variables cuantitativas y cualitativas consideradas necesarias para la robustez y coherencia de los resultados. Estos dos métodos de investigación (Cuantitativo y cualitativo), se logran combinar en la metodología holística como lo expresa Mario Tamayo y Tamayo (1999) cuando advierte: “Conviene anotar que los tipos de investigación difícilmente se presentan puros; generalmente se combinan entre sí y obedecen sistemáticamente a la aplicación de la investigación”. (Tamayo, 1999, p. 42). Bajo este argumento, se reconoce a |

|                              |                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|------------------------------|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                              |                  | la investigación holística como la metodología apropiada para desarrollar el proyecto que se propone.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Obtención de datos</b>    | Directos         | Desde la obtención de datos, el proyecto asume a “las condiciones de vida” como un fenómeno social y como tal reconoce su dinámica cambiante. En este sentido, se llevará a cabo un proceso de trabajo de campo en la zona, que permitirá obtener de fuente primaria la información requerida para el desarrollo del proyecto, elemento declarado como esencial para que constituya la obtención de datos como de fuente directa, según Hernández, Fernández, & Baptista, (2010).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Medios</b>                | Trabajo de Campo | El trabajo de campo se constituye en uno de los medios más efectivos metodológicamente, cuando de recolección de datos de orden social se trata, esto se sustenta en lo expuesto por Gouveia y Otros (2011). En este sentido, para la obtención de información, en primera instancia se desarrollarán grupos focales, donde se indagará en líderes comunales y funcionarios públicos, sobre las situaciones que afectan sus condiciones de vida, y con ello, se abrirá el espacio para el ingreso a las zonas de estudio. Posteriormente, mediante trabajo de campo se llegará a cada una de las zonas del casco urbano del municipio, donde aleatoriamente se abordarán los hogares requeridos por la muestra. En otros apartes, la investigación tendrá como medio de recolección la técnica documental, a fin de establecer los proyectos existentes en el municipio y su estado de ejecución. |
| <b>Intervención de datos</b> | No experimental  | La presente investigación será no experimental, dado que cada uno de los sujetos involucrados en el proyecto de investigación, serán abordados y analizados en su estado natural, por lo que no se tendrán en cuenta variables específicas para la selección de los sujetos, salvo aquellas de orden paramétrico. Al respecto se tiene que, según la intervención de los datos, este tipo de investigación “se sustenta en el uso de técnicas que permiten al investigador adquirir información por medio de la observación directa y el registro de fenómenos, pero sin ejercer ninguna intervención” (Müggenburg & Pérez, 2007, p. 36).                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Enfoque</b>               | Inductivo        | Teniendo en cuenta que los datos sobre el fenómeno serán recolectados sobre una muestra significativa estadísticamente, para luego inferir sobre la población total, el método bajo el cual se ampara el presente proyecto será el inductivo. Esto corresponde a argumentos, como que “El método o razonamiento inductivo implica la determinación de las características generales de toda una población, a partir del estudio de lo específico, es decir de la muestra. Muchas veces se explica esto diciendo que el método inductivo va de lo particular a lo general, definición poco clara si no se analizan antes los conceptos de población, muestra y error” (Vargas, 2014, p. 88).                                                                                                                                                                                                       |

|               |             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|---------------|-------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Tiempo</b> | Transversal | La investigación en línea de tiempo es transversal, por cuanto no se tienen datos recolectados bajo la misma metodología en otro espacio de tiempo. “se recolectan datos en un momento específico del tiempo, con el fin de desarrollar análisis descriptivo o correlacional entre una o más variables...” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010, p. 159). |
|---------------|-------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**Fuente:** Elaboración propia

## Población o entidades participantes

La población tomada para este proyecto de investigación se condensó en 272 artesanos registrados ante la oficina de pueblos originarios de Guadalajara, ubicados en zonas de Tlaquepaque y Guadalajara centro. En Bogotá, se tomaron como población 233 artesanos reportados por la oficina de cultura y pueblos ancestrales del distrito capital, ubicados principalmente en los sectores de Usaquén y Centro (Chorro de Quevedo).

Las muestras para cada zona son estadísticamente significativas al 10%, con margen de error del 5%.

Las entidades que apoyaron el proceso de indagación se relacionan a continuación:

- Centro de Investigaciones FUNCIEDES - Colombia
- Corporación Universitaria Iberoamericana - Colombia
- Universidad Internacional de Valencia - España
- Fundación Universitaria Cervantes San Agustín – Colombia
- Fundación Universitaria Colombo Germana - Colombia
- Instituto Tecnológico Mario Molina – UA. Tequila - México
- Ayuntamiento de Guadalajara - México
- Ayuntamiento de Tlaquepaque – México



## Definición de Variables o Categorías

Sustentados en investigaciones anteriores, y el acervo teórico y conceptual compilado, se establecieron las siguientes **categorías** de estudio.

**Fracaso en unidades productivas:** Resultado del ejercicio económico hasta la fecha de recolección de la información, es decir, pérdida o ganancia.

**Vulnerabilidad, pobreza y pobreza extrema:** De los elementos propios del entorno personal del emprendedor, se establece entonces el estado de las condiciones de vida del líder de la unidad económica.

**Competitividad:** Por su parte, los elementos propios de la unidad de negocio definirán el nivel de competitividad de esta, siendo este el referente para validar el nivel probabilidad de fracaso.

En cuanto a las **variables**, el primer elemento es definir las características que permitirán determinar el estado de las condiciones de vida.

**Tabla 2.** Variables de orden personal

| No. | Variable                          | Opciones | Sigla    | Opción 1     | Opción 2     | Opción 3       | Opción 4         | Opción 5     |
|-----|-----------------------------------|----------|----------|--------------|--------------|----------------|------------------|--------------|
| 1   | Género                            | M o F    | Genero   | 0 = Mujer    | 1 = Hombre   |                |                  |              |
| 2   | Edad                              | Años     | Edad     |              |              |                |                  |              |
| 3   | Nivel educativo                   | Nivel    | Neduc    | 0 = No tiene | 1 = Primaria | 2 = Secundaria | 3 = Licenciatura | 4 = Posgrado |
| 4   | Formación en emprendimiento       | Sí o no  | ForEmpr  | 0 = No       | 1 = Sí       |                |                  |              |
| 5   | Experiencia                       | Años     | Exper    |              |              |                |                  |              |
| 6   | Ingresos del hogar (Fuera de neg) | \$       | Inghog   |              |              |                |                  |              |
| 7   | Dependientes directos             | #        | DepDir   |              |              |                |                  |              |
| 8   | Dependientes con discapacidad     | #        | DepDis   |              |              |                |                  |              |
| 9   | Dependientes indirectos           | #        | DepIndir |              |              |                |                  |              |
| 10  | Deuda personal                    | \$       | Deuda    |              |              |                |                  |              |

**Fuente:** Elaboración propia

Con estos elementos, las variables para definir el nivel pobreza fueron los siguientes:

**Ingresos del hogar:** La rentabilidad de la unidad de negocio, sumado a otros ingresos de otros integrantes del hogar.

**Gastos del hogar:** El nivel de gasto del hogar para satisfacer sus necesidades.

**Utilidad del hogar:** Ingresos del hogar – Gastos del hogar.

**Pobreza y vulnerabilidad:** Se calculó el valor de línea de pobreza del territorio bajo la metodología FUNCIEDES, y posteriormente se aplicó la siguiente fórmula:

Utilidad del hogar – Línea de pobreza territorial: Si el saldo es negativo, se considera pobre.

Utilidad del hogar – Línea de bienestar territorial: Si el saldo es negativo, pero, positivo frente al medida de pobreza, se considera vulnerable.

**Competitividad:** Esta macrovariable, será la encargada en principio, de tomar la forma de variable explicada o dependiente. Tomando como referente los elementos teóricos indagados.

Por otra parte, las variables que se asumen como explicativas, son las siguientes:

**Tabla 3.** Variables relacionadas con la unidad de negocio

| No. | Variable                                   | Opciones  | Sigla    | Opción 1                           | Opción 2                          | Opción 3                          | Opción 4                                |
|-----|--------------------------------------------|-----------|----------|------------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------------|
| 1   | Pérdidas ganancias <sup>o</sup>            | Sí o no   | PoG      | 0 = Pérdida                        | 1 = Ganancia                      |                                   |                                         |
| 2   | Formal o informal                          | Sí o no   | Folnf    | 0 = Informal                       | 1 = Formal                        |                                   |                                         |
| 3   | Infraestructura tipo de venta <sup>-</sup> | Categoría | fijono   | 1 = Ambulante                      | 2 = Semi-estacionarios            | 3 = Estacionario                  | 4 = Fijo                                |
| 4   | Tributa                                    | Sí o no   | Tax      | 0 = No                             | 1 = Sí                            |                                   |                                         |
| 5   | Tipo de actividad (Vr. Agregado)           | Categoría | TipoAct  | 1 = Otros<br>5 = Ropa y accesorios | 2 = Agropecuario<br>6 = Alimentos | 3 = Licor y bar<br>7 = Artesanías | 4 = Tienda y abarrotes<br>8 = Servicios |
| 6   | Antigüedad                                 | Años      | AntAct   |                                    |                                   |                                   |                                         |
| 7   | Acompañamiento del estado                  | Categoría | Asesoría | 0 = Nada                           | 1 = Visita                        | 2 = Asesoría                      | 3 = Asesoría y dinero o especie         |
| 8   | Tiempo pérdidas ganancias <sup>en o</sup>  | Años      | tPoG     |                                    |                                   |                                   |                                         |
| 9   | Negocios alternos                          | Categoría | OtrNeg   | 0 = No                             | 1 = Independiente                 | 2 = Empleado                      |                                         |
| 10  | Desea irse                                 | Sí o no   | Migrar   | 0 = No                             | 1 = Si, pero no                   | 2 = Sí y estoy buscando           |                                         |

|    |                    |          |          |              |            |  |  |
|----|--------------------|----------|----------|--------------|------------|--|--|
| 11 | Empleos constantes | #        | EmpConst |              |            |  |  |
| 12 | Empleos temporales | #        | EmpTemp  |              |            |  |  |
| 13 | Contratación       | Binomial | Cont     | 0 = Informal | 1 = Formal |  |  |

**Fuente:** Elaboración propia

En total se tienen entonces 10 variables de orden empresarial y 13 variables de asuntos generales del emprendedor. Del total de 23 variables, se toma como dependiente principal, aquella que indica el resultado del ejercicio (pérdida o ganancia), bien en su forma cuantitativa continua, o también se podrá utilizar como variable dicotómica, entendiendo si hubo pérdida o ganancia, sí o no.

## Procedimiento e Instrumentos

El procedimiento se desarrolló en cuatro etapas de desarrollo, una de preparación, otra de ejecución en México seguido de Colombia y finalmente la etapa de análisis e informe final.

**Etapas de preparación:** Incorporó la planeación logística del proceso, la gestión de recursos y la formación del equipo de trabajo, tanto en México como en Colombia.

**Ejecución:** Se refiere a los procesos de recolección de información que se adelantaron entre los años 2023 y 2024. La recolección de información se llevó a cabo en México por estudiantes de dicho país y colombianos, utilizando un equipo de 64 encuestadores y 4 coordinadores de campo y un líder de trabajo de campo.

**Análisis:** Corresponde a la evaluación de la información recolectada, extracción de instrumentos defectuosos y la organización de la información para analizar los resultados con respecto al acervo teórico.

**Informe final:** Hace referencia a la redacción de los informes de investigación y el sometimiento de los resultados a consideración de expertos en diversos escenarios a nivel colombiano y en el exterior.



## Consideraciones éticas

El procedimiento de recolección de información se hizo tomando en cuenta la normatividad actual en materia de manejo de datos personales, omitiendo preguntas que comprometieran la integridad de las personas abordadas.

Los instrumentos de indagación fueron previamente diseñados por investigadores de FUNCIEDES bajo plantillas de la misma entidad, herramientas que cuentan con avales de los comités de ética de la Universidad Autónoma de Zacatecas, el Instituto Mexicano del Seguro Social y del Centro de Investigaciones Funciedes.

De igual forma, para el caso particular, se contó con el aval del Gobierno de Guadalajara y su oficina de pueblos originarios, mismo que fue discutido con seis líderes de comunidades originarias que se acogieron al proyecto de investigación.



# Capítulo 3

## Resultados



En concordancia con el objetivo específico número uno, se presenta a continuación un diagnóstico multidimensionalmente las condiciones del contexto productivo de las unidades económicas objeto de estudio.

### Nivel de competitividad a través de la dotación de factores exógenos

Fueron considerados para esta investigación como factores exógenos, aquellos que los referentes teóricos, la experiencia de los investigadores y el equipo de revisión metodológico, interpretaron como explicativos en el nivel de competitividad de las organizaciones, pero cuya intervención poco o nada dependía de los emprendedores, tal como lo muestra la tabla (4).

**Tabla 4.** Percepción de Infraestructura para el desarrollo de las actividades económicas

| Ítem         | Bogotá D.C. | Guadalajara |
|--------------|-------------|-------------|
| Seguridad    | 3.8         | 4.4         |
| Vías         | 4.0         | 3.5         |
| Comunicación | 4.5         | 4.8         |
| Envíos       | 4.6         | 4.4         |
| Transporte   | 3.8         | 4.2         |
| Demanda      | 3.8         | 4.2         |
| Promedio     | 3.96        | 4.04        |

**Fuente:** Elaboración propia con datos recolectados en campo

Los ítems de seguridad que se muestran en la tabla anterior son aquellos considerados de mayor relevancia por la población encuestada.

**Seguridad:** Hace referencia a la percepción que tienen los entrevistados frente a las condiciones de seguridad que prevalecen en las zonas donde llevan a cabo sus actividades comerciales. En el caso de Bogotá, se destaca la calificación promedio de 3.2 que brindan los comerciantes ubicados en el chorro de Quevedo, destacando el



consumo de drogas y el hurto de pertenencias a visitantes del sector, así como poca presencia de la autoridad de forma permanente. En el caso de Usaquén, los comerciantes brindan una mayor calificación a la seguridad de 4.6, manifestando hechos aislados de hurto y fuerte presencia de la fuerza pública.

En las zonas visitadas en Guadalajara Centro y Tlaquepaque, la percepción de seguridad es relativamente buena, principalmente en Tlaquepaque, donde manifiestan ser una zona muy segura; mientras para el centro de Guadalajara la calificación es un poco más baja, los entrevistados manifiestan que la presencia de autoridad es fundamental para que se tenga una buena percepción de seguridad.

**Vías:** Este ítem es importante para la competitividad de los negocios, debido que es importante para el cargue y descargue de mercancías e insumos, así como la llegada de visitantes potenciales compradores. En este sentido los habitantes de Bogotá brindan una mejor calificación frente a la que asumen los entrevistados en Guadalajara y Tlaquepaque, dando estos últimos relevancia al denso tráfico en horas pico y fines de semana.

**Comunicación:** Este ítem fue resuelto por cerca del 82% de los entrevistados en Bogotá y el 66% de los entrevistados en Guadalajara y Tlaquepaque. El motivo principal de este volumen de respuestas es que dichos porcentajes indicaron usar internet, teléfono u otros medios de comunicación para el desarrollo de su negocio. En este sentido, la calidad de la señal para estos medios de comunicación fue la que recibió la calificación mostrada en la tabla anterior.

**Envíos:** Hace referencia a la presencia de empresas transportadoras de mercancías, así como los costos de hacer envíos. Al igual que el ítem anterior, este fue calificado por cerca del 65% de los entrevistados en Bogotá y el 56% de los entrevistados en Guadalajara y Tlaquepaque, quienes manifestaron hacer uso frecuente de este servicio. En esta materia, si bien se estableció la presencia de empresas de este tipo y relativa facilidad para el envío y recepción de mercancías, en



Guadalajara y Tlaquepaque consideran que a veces el costo de usar este servicio es alto con algunos sucesos de pérdida o daño de mercancías.

**Transporte:** En general para los entrevistados en las dos ciudades, la oferta de medios de transporte es variada y suficiente, no obstante, consideran que los medios de transporte masivo son útiles principalmente para la llegada de visitantes y clientes, más no para el transporte de mercancías, para lo que deben recurrir a servicio de taxi, Uber o transporte de acarreos, el cual consideran de alto impacto en su estructura de costos.

**Demanda:** En Guadalajara, los entrevistados consideran que hay una alta presencia de potenciales compradores y en la mayoría de los casos, cuando son abordados por un visitante terminan comprando alguno de sus productos. Para el caso de Bogotá la situación es un poco diferente, por cuanto la variada oferta de bienes y servicios en las zonas entrevistadas, hacen que los visitantes no se dirijan allí exclusivamente por productos creativos, sino también al consumo de bebidas y alimentos. Esta situación según los entrevistados ha venido mejorando en la línea del tiempo.

Con base a los valores de percepción suministrados por los entrevistados, el contexto externo para la productividad de las unidades de negocio entrevistadas se ubica en promedio sobre 3.96 para Bogotá D.C. y 4.04 para Guadalajara, donde 4.42 corresponde Tlaquepaque y 3.66 a Guadalajara centro.

**Tabla 5.** Dotación de unidades económicas para la productividad y la competitividad

| Ítem                         | Bogotá D.C. | Guadalajara |
|------------------------------|-------------|-------------|
| Edificios, talleres, bodegas | 3.4         | 3.8         |
| Vitrina comercial            | 4.2         | 4.0         |
| Ubicación                    | 4.2         | 4.0         |
| Titularidad                  | 4.4         | 4.6         |
| Técnicas                     | 3.2         | 4.2         |
| Tecnificación                | 3.8         | 3.5         |
| Medios de comunicación       | 4.2         | 3.8         |
| Medios de transporte         | 3.2         | 4.0         |

**Fuente:** Elaboración propia con datos recolectados en campo

**Edificios, talleres, bodegas:** La mayoría de los entrevistados coincide en que dotación, adecuación y estado de sus espacios de trabajo no son óptimos, pero si suficientes con cierto grado de limitantes. Para el caso de Bogotá, el 66% de los entrevistados indica que hay un espacio dedicado para almacenar sus mercancías en su propia vivienda; un 22.2% adicional indica que además de guardar productos en sus casas, el local de atención dispone de un espacio para esta acción y un 10% restante, indica que tiene espacios exclusivos y dedicados al negocio.

Por su parte, los entrevistados en Guadalajara en Tlaquepaque, indican en un 31% contar con espacios exclusivos para el negocio, un 51% establece que su casa es el mismo taller.

**Vitrina comercial:** En Bogotá D.C., EL 82% de los entrevistados indicó que sus actividades cuentan con espacios comerciales para poner a la venta sus productos, mientras un 16% indica hacerlo de manera ambulante por diferentes partes de las zonas visitadas. Por otro lado, en Guadalajara, el 78% indica tener un espacio exclusivo para la venta de sus productos, mientras un 18% manifiesta tener un punto fijo y además contar con otros espacios en ferias ambulatorias para presentar y comercializar sus productos.

**Ubicación:** En cuanto a la ubicación de los puntos de venta, en Bogotá D.C. los entrevistados se siente más satisfechos con su establecimiento que en Guadalajara y Tlaquepaque. La razón principalmente obedece a la sensación de estabilidad.

**Titularidad:** Tanto en Bogotá D.C. como en Guadalajara, la mayoría de las personas entrevistadas es propietaria y está directamente vinculada/o con el propietario/a.

**Técnicas:** En Bogotá la mayoría de los entrevistados es intermediario o desarrolla artesanías modernas, principalmente aquellos ubicados en Usaquén, mientras en el chorro de Quevedo predominan algunas artesanías indígenas y otras de arte moderno. Por su parte en Guadalajara, la mayoría de los negocios entrevistados se



dedica a la fabricación de artesanías originarias que aún conservan alto valor de tradición. Por esta razón, la producción en Guadalajara y Tlaquepaque presenta una importante ventaja frente a la comercialización de Bogotá D.C.

**Tecnificación:** Por la naturaleza de la producción, Bogotá D.C. presenta un mayor nivel de tecnificación y uso de maquinarias y equipos que permiten un mayor volumen de producción. Este nivel de tecnificación es similar al observado en Tlaquepaque, mientras las comunidades originarias, principalmente ubicadas en Guadalajara centro y parte del chorro de Quevedo, conservan aún técnicas originarias.

**Medios de comunicación:** La mayoría de los entrevistados 86% en Guadalajara y Tlaquepaque y 81% en Bogotá D.C., cuentan con un equipo celular con datos y minutos; siendo relevante además la presencia de computadores en cerca del 70% de los entrevistados en Bogotá D.C. y 41% en Guadalajara y Tlaquepaque.

**Medios de transporte:** El 12% de los entrevistados en Bogotá, indicó contar con un vehículo exclusivo para la unidad de negocio, mientras en Guadalajara y Tlaquepaque, así lo manifestó el 20% de los entrevistados. En este sentido, otro 32% en Bogotá D.C., indicó contar con un medio de transporte personal que también utiliza para el negocio, mientras esta misma razón indicó el 41% de los entrevistados en Guadalajara y Tlaquepaque.

De esta manera, se tiene que, en cuanto a aspectos internos, el nivel de contexto productivo interno en las organizaciones es similar, siendo en promedio de 3.83 para Bogotá D.C. y 3.99 para Guadalajara, derivado de 4.2 para Tlaquepaque y 3.78 para Guadalajara centro.

En cuanto a los factores externos que inciden en la operatividad de las organizaciones estudiadas, los resultados sugieren que el contexto productivo, en lo referente a dotaciones externas, se puede calificar como medianamente bueno.



### Nivel endógeno de análisis desde el desarrollo del capital humano involucrado en las actividades productivas desarrolladas por las empresas estudiadas

Este objetivo propendió por recaudar información de condiciones de vida de las personas entrevistadas y sus hogares. De esta manera, en Bogotá D.C. se recaudó información de 233 personas que aglomeran a cerca de 702 personas; mientras en Guadalajara (206) y Tlaquepaque (62), la muestra se compuso de 268 personas, que se integran con 516 personas adicionales en las que conforman sus hogares.

#### Estructura poblacional

En Bogotá D.C., el 34% de los entrevistados fue de género masculino, mientras el restante 66% fueron mujeres, donde la edad promedio de los entrevistados se ubicó en 41 años. Entre tanto, en Guadalajara el 76% de las entrevistadas fueron mujeres y el restante 24% hombres, con una edad promedio de 35 años; algo opuesto a Tlaquepaque, donde si bien el 67% fueron mujeres y el 33% hombres, la edad promedio se ubicó en los 51 años.

Incluyendo las personas que integran los hogares de los entrevistados, para el caso de Bogotá, se pudo establecer que el 21% son población menor de 18 años, el 56% se ubica entre 18 y 60 años y el restante 23% son personas mayores de 60 años. Por su parte, en Guadalajara y Tlaquepaque, se pudo evidenciar que cerca del 26% son menores de 18 años, el 47% se ubicó entre 18 y 60 años y el 25% es mayor de 60 años.

**Tabla 6.** Nivel educativo

| Ciudad      | Años de escolarización | Rezago educativo |
|-------------|------------------------|------------------|
| Bogotá D.C. | 8.3                    | 0.23             |
| Guadalajara | 3.4                    | 0.74             |
| Tlaquepaque | 4.3                    | 0.45             |

**Fuente:** Elaboración propia con datos recolectados en campo



En relación con el nivel educativo, se tomaron en cuenta los años de escolarización y el nivel de rezago educativo. En cuanto al primero, los entrevistados en Bogotá cuentan con un mayor nivel educativo que los encuestados en Guadalajara y Tlaquepaque. Esto es explicado principalmente porque los entrevistados en Guadalajara, son en su mayoría población indígena, y en Tlaquepaque, son personas ya mayores o de tradición artesana, mientras en Bogotá D.C., la mayoría son intermediarios no raizales.

Aun cuando en Guadalajara la población entrevistada es en promedio más joven, se pudo establecer que es población flotante, y, sobre todo con un alto grado de arraigamiento a sus culturas originarias. Entre tanto, el caso de Tlaquepaque se centra en la edad de las personas entrevistadas, razón por la cual aducen no estar interesados en niveles sus estudios.

**Tabla 7.** Acceso a alimentación

| Ciudad      | Veces al día | Días a la semana |
|-------------|--------------|------------------|
| Bogotá D.C. | 2.3          | 5.2              |
| Guadalajara | 1.8          | 4.4              |
| Tlaquepaque | 2.8          | 6.2              |

**Fuente:** Elaboración propia con datos recolectados en campo.

En materia de alimentación, los artesanos de Tlaquepaque son los que presentan una mayor frecuencia de alimentación, seguidos de los entrevistados en Bogotá D.C. y, por último, en situación relativamente crítica, se ubican los encuestados en Guadalajara, mismos que son en su mayoría indígenas. En materia de nutrición, la mayoría de los entrevistados en las tres zonas, expresan que esta es media baja, pues si bien es cierto que se alimentan, reconocen que nutritivamente no es óptima.

**Tabla 8.** Necesidades básicas insatisfechas

| Ciudad      | NBI viviendas | NBI servicios públicos |
|-------------|---------------|------------------------|
| Bogotá D.C. | 0.21          | 0.06                   |
| Guadalajara | 0.28          | 0.11                   |



|             |      |      |
|-------------|------|------|
| Tlaquepaque | 0.14 | 0.04 |
|-------------|------|------|

**Fuente:** Elaboración propia con datos recolectados en campo

El índice de necesidades básicas insatisfechas se calcula desde dos puntos de vista, en primera instancia desde la situación de viviendas y luego desde el acceso a servicios públicos. Los entrevistados con menor nivel de vulnerabilidad en estos aspectos, son los de Tlaquepaque, seguidos de los que se ubican en Bogotá D.C., siendo de mayor vulnerabilidad los de Guadalajara, en donde se insiste que la mayoría pertenecen a comunidades indígenas, donde algunos manifiestan que residen en inquilinatos, donde el acceso a agua potable es en ocasiones complejo, así como no cuentan con servicio de recolección de basuras.

**Tabla 9.** Dependencia económica

| Ciudad      | Dependencia económica |
|-------------|-----------------------|
| Bogotá D.C. | 1.23                  |
| Guadalajara | 2.2                   |
| Tlaquepaque | 1.01                  |

**Fuente:** Elaboración propia con datos recolectados en campo

Adicional a la persona entrevistada, las unidades de negocio a cargo de las personas entrevistadas deben brindar sostenibilidad a otros miembros del hogar que no generan ingreso o que se encuentran en etapa de infancia o adolescencia. En este sentido, los entrevistados en Guadalajara son los que presentan un mayor nivel de dependencia económica, seguido de Bogotá y Tlaquepaque, donde casi se podría indicar, que las unidades económicas brindan sostenimiento a la misma persona entrevistada.

**Tabla 10.** Recreación

| Ciudad      | Actividades de recreación |
|-------------|---------------------------|
| Bogotá D.C. | 0.61                      |
| Guadalajara | 0.31                      |
| Tlaquepaque | 0.72                      |

**Fuente:** Elaboración propia con datos recolectados en campo



En Tlaquepaque, la mayoría de los entrevistados indicó que al menos una vez al mes dedican recursos y espacio para actividades de recreación, seguido de Bogotá D.C., y Tlaquepaque donde estos espacios son mínimos.

**Tabla 11.** Seguridad social

| Ciudad      | Seguridad social |
|-------------|------------------|
| Bogotá D.C. | 0.45             |
| Guadalajara | 0.31             |
| Tlaquepaque | 0.72             |

**Fuente:** Elaboración propia con datos recolectados en campo

En materia de seguridad social, los entrevistados en Tlaquepaque son los que cuentan con mayor nivel de acceso elementos de seguridad social, tales como salud y pensión. Le siguen de lejos los entrevistados en Bogotá D.C., donde el 55% indica no cotizar a ningún elemento de seguridad social, y por último los entrevistados en Guadalajara, donde solo el 31% manifiesta estar vinculado al menos al servicio de salud.

**Tabla 12.** Ítems de percepción

| Ciudad      | Autoestima | Convivencia hogar | Pertenencia territorial | Gestión pública |
|-------------|------------|-------------------|-------------------------|-----------------|
| Bogotá D.C. | 0.65       | 0.71              | 0.72                    | 0.64            |
| Guadalajara | 0.47       | 0.62              | 0.63                    | 0.66            |
| Tlaquepaque | 0.72       | 0.68              | 0.81                    | 0.72            |

**Fuente:** Elaboración propia con datos recolectados en campo

Los ítems de percepción son elementos intermedios a la obtención del índice de autogestión del bienestar poblacional – IABIP, los cuales permiten capturar información relevante para la sostenibilidad de los hogares y las unidades económicas.

**Autoestima:** Medida que contempla el estado de percepción que tiene la persona hacia sí misma, como eje fundamental para el logro de las metas propuestas mediante una óptima capacidad para superar obstáculos. En este punto, los entrevistados en



Tlaquepaque tienen un mayor nivel de autoestima, seguido de cerca por los cuestionados en Bogotá D.C. con niveles buenos en esta medida; quedando un poco rezagados los entrevistados en Guadalajara, quienes se ubican en un nivel bajo.

**Convivencia en el hogar:** Aunque las tres zonas se ubican en un nivel bueno de convivencia interna, siguen siendo los entrevistados en Guadalajara los de menor nivel. Esta situación se explica principalmente porque dichas personas pertenecen a etnias indígenas que se ubican fuera del territorio, lo que supone un desprendimiento de sus raíces y una lucha constante por preservar parte de sus culturas.

**Pertenencia territorial:** Los artesanos de Tlaquepaque se sienten más arraigados y satisfechos con las dotaciones de su territorio que los entrevistados en las otras zonas, seguido de los entrevistados en Bogotá D.C., quienes indican que, aunque el territorio es bueno y brinda oportunidades, estas podrían mejorar considerablemente. Finalmente se tienen los encuestados en Guadalajara, donde la razón del nivel de sentido de pertenencia hacia el territorio se explica principalmente en que para el 88% este no es su lugar de origen, y un 56% no reconoce la cultura de la ciudad como su cultura y forma de vida actual.

**Gestión pública:** En materia de gobernabilidad el nivel de percepción es relativamente bueno, sin embargo, los entrevistados en Bogotá son quienes presentan un mayor nivel de insatisfacción con la gobernabilidad, y los de Tlaquepaque quienes muestran una relativa satisfacción con la gestión de los gobernantes, sus colaboradores y las instituciones. En las tres zonas, coinciden en que la corrupción es el principal problema, seguido de la mala gestión y ejecución de recursos.

**Tabla 13.** índice de autogestión del bienestar poblacional - ABIP

| Ciudad      | Saber | Hacer | Ser  | Convivencia | IABIP | 1-IABIP |
|-------------|-------|-------|------|-------------|-------|---------|
| Bogotá D.C. | 0.56  | 0.62  | 0.77 | 0.75        | 0.675 | 0.325   |
| Guadalajara | 0.61  | 0.78  | 0.65 | 0.52        | 0.640 | 0.360   |
| Tlaquepaque | 0.62  | 0.82  | 0.72 | 0.73        | 0.723 | 0.278   |

**Fuente:** Elaboración propia con datos recolectados en campo



El índice de autogestión del bienestar poblacional – IABIP, es un índice que permite ver de manera individual y grupal, el nivel de bienestar alcanzado por un grupo de personas, y su complemento indica la posibilidad de mejora que tiene dicho grupo.

**Dimensión del saber:** Aunque en las tres zonas predomina un nivel de formación media baja, eleva a niveles aceptables este indicador el hecho de contar con experiencia suficiente en cada una de las actividades que desarrollan.

**Dimensión del hacer:** En este aspecto las tres zonas se ubican en niveles buenos, pues coincide la mayoría en sentirse a gusto con lo que están haciendo, además de ser una labor con un amplio campo de desarrollo y trabajo.

Estas dos dimensiones permiten obtener de estas comunidades importantes niveles de **realización**, los cuales tienen una oportunidad de mejora cercana al 30%, consistente no en el cambio de labor o fortalecimiento de saberes, sino en la apertura de opciones y oportunidades para sus productos.

**Dimensión del ser:** Coincidente con los niveles de autoestima del análisis anterior, en este punto la población entrevistada es relativamente feliz con su labor y la situación de su vida personal, realmente son hogares con poca presencia de problemas de drogadicción, alcoholismo y violencia de tipo alguno, así como en Tlaquepaque, donde hay un mayor número de personas que ven solo por si mismas y por tanto no deben someter sus decisiones a la opinión de otros.

**Dimensión de convivencia:** Para los entrevistados en Tlaquepaque y Bogotá D.C., los niveles de convivencia con el entorno son similares, rezagándolos un poco la participación en temas de gobierno, aunque en los dos lugares, los entrevistados en su mayoría se suscriben a agremiaciones de las que si participan regularmente. En el caso de Guadalajara, los entrevistados se encuentran asociados entre sí, sin embargo, poco se relacionan con personas que no pertenecen a su cultura, y sienten que la sociedad tampoco los acoge en debida forma.



**Tabla 14.** Índice de Amartya Sen

| Ciudad      | Proporción | Brecha | Desigualdad | SEN      |
|-------------|------------|--------|-------------|----------|
| Bogotá D.C. | 0.36       | 0.46   | 0.38        | 0.239472 |
| Guadalajara | 0.48       | 0.56   | 0.21        | 0.313152 |
| Tlaquepaque | 0.14       | 0.36   | 0.54        | 0.098784 |

**Fuente:** Elaboración propia con datos recolectados en campo

El índice de Amartya Sen muestra una medida de las condiciones de pobreza monetaria en un grupo poblacional. En este sentido, en términos de **proporción** de pobres, para Guadalajara el 48% de los entrevistados subsiste con ingresos inferiores a los requeridos en el municipio para mantener unas condiciones básicas de dignidad, seguido de Bogotá D.C. con el 36% y Tlaquepaque donde un 14% no obtiene ingresos suficientes.

En relación con la **brecha del ingreso**, para los habitantes pobres monetariamente en Guadalajara, a estos les falta en promedio el 56% del valor de línea de pobreza (\$8,56 dólares) para ubicarse fuera de esta franja, entre tanto, para los entrevistados en condición de pobreza en Bogotá, les falta cerca del 46% de \$6.56 dólares (línea de dignidad), para lograr mejorar esta condición, mientras en Tlaquepaque falta aproximadamente el 36% de \$8,67 dólares como línea de dignidad.

En cuestión de **desigualdad** entre la población pobre de cada una de las zonas, resulta siendo Tlaquepaque aquella que presenta mayor desigualdad entre esta población, seguida de Bogotá D.C. y Guadalajara, presentando esta última un hecho paradójico, donde si bien se presenta mayor número de entrevistados con ingresos inferiores a línea de dignidad, también es cierto que estos son casi igual de pobres.

Finalmente, el índice de Sen muestra niveles de pobreza aceptables en las tres zonas, con margen de severidad muy bajo para Tlaquepaque y aceptables para Bogotá D.C. y Guadalajara.



### Nivel de competitividad endógeno a través de la generación de valor agregado en cada una de las unidades que integran la muestra de estudio

El nivel de competitividad de las organizaciones se mide a través de dos dimensiones, en las que se destacan elementos no financieros y financieros.

**Tabla 15.** Aspectos no financieros

| Ítem              | Bogotá D.C. | Guadalajara | Tlaquepaque |
|-------------------|-------------|-------------|-------------|
| Formalización     | 4.0         | 3.5         | 4.4         |
| Impuestos         | 3.8         | 3.7         | 4.1         |
| Empleo decente    | 3.7         | 2.1         | 3.4         |
| Plan estratégico  | 1.2         | 1.1         | 1.3         |
| Marketing         | 3.4         | 2.8         | 3.3         |
| Ruedas de negocio | 3.2         | 3.9         | 3.3         |
| Comercio exterior | 1.2         | 2.2         | 2.8         |
|                   | 2.929       | 2.757       | 3.229       |

**Fuente:** Elaboración propia con datos recolectados en campo

**Formalización:** En este ítem los elementos de comparación entre Bogotá D.C. y Tlaquepaque son homólogos entre los registros de Cámara de comercio y registros tributarios, donde la mayoría de los entrevistados están formalizados ante estas entidades. Diferente es el caso de Guadalajara, donde los entrevistados se consideran formalizados por estar inscritos en las bases gubernamentales de poblaciones indígenas, lo que les otorga un permiso para trabajar en ciertos espacios sin requisito de tener otros registros.

**Impuestos:** Al igual que el ítem anterior, Tlaquepaque y Bogotá coinciden en que estos pagos se hacen ante las respectivas oficinas de impuestos nacionales, estatales y municipales. Para el caso de Guadalajara, ellos reconocen como impuesto el pago que hacen para usar el espacio público y su participación en ferias móviles. Sin embargo, no facturan y no tributan ante las instancias mencionadas.

**Empleo decente:** Aunque la generación de empleo en las tres zonas es relativamente baja, dado que el tamaño de las unidades no lo amerita y/o se cuenta con el apoyo de otros miembros de la familia, las pocas vinculaciones que se hacen cumplen medianamente con los criterios de empleo decente.

**Plan estratégico:** Coinciden los entrevistados en las tres zonas, que no cuentan con un documento formal en sus emprendimientos, donde se tracen metas específicas, misión, visión y estrategias de mejora. Para el caso de Guadalajara, se pudo validar que quienes indicaron si tenerlo, se referían a los elementos distintivos de la agremiación como tal, más no de las unidades económicas específicamente.

**Marketing:** Se refieren los entrevistados principalmente al uso de redes sociales como vitrina para mostrar sus productos. No obstante, no cuentan con personal especializado en esta materia y tampoco es recurrente el uso de estas plataformas; de hecho, un 43% en promedio en las tres zonas, indica que no aprecian la efectividad de estos canales para incrementar sus ventas.

**Ruedas de negocio:** Los entrevistados en Guadalajara, indican que constantemente están en ruedas de negocio, sin embargo, se pudo identificar que se interpretó la presencia en carpas de feria móvil como rueda de negocios. Para el caso de Bogotá y Tlaquepaque, la interpretación fue más aterrizada a la realidad.

**Comercio exterior:** Este es realmente bajo en Bogotá D.C., pocos de los entrevistados indicaron haber enviado sus productos de manera sostenida a clientes en el exterior, diferente al caso de Tlaquepaque donde algunos lo hacen de manera directa, principalmente a Estados Unidos, mientras los entrevistados en Guadalajara, indicaron hacerlo a través de la agremiación, también hacia los Estados Unidos.

Se concluye en este punto, que la competitividad a nivel no financiero es de nivel medio en las tres zonas, en línea a competitividad baja en Bogotá y Guadalajara, siendo elementos de planeación estratégica, comercio exterior y marketing los de mayor incidencia negativa.



**Tabla 16.** Aspectos financieros

| Ítem               | Bogotá D.C. | Guadalajara | Tlaquepaque |
|--------------------|-------------|-------------|-------------|
| Activos/Pasivos    | 2.34        | 1.23        | 1.08        |
| Ingresos/Costos    | 2.12        | 3.43        | 2.56        |
| Patrimonio/Pasivos | 4.23        | 3.23        | 2.54        |

**Fuente:** Elaboración propia con datos recolectados en campo

**Activos/Pasivos:** En las tres zonas coinciden los entrevistados en que, si tuvieran que pagar todas sus deudas “mañana”, con solo los activos lograrían hacerlo, sin embargo, las unidades económicas ubicadas en Tlaquepaque son aquellas que representan un mayor nivel de endeudamiento por cada peso que se ubica en los activos; así como en Bogotá D.C., están menos endeudados y con capacidad de responder a sus pasivos quedando con más de la mitad de sus activos.

**Ingresos/Costos:** En promedio, los entrevistados en las tres zonas reportan unidades económicas con un nivel aceptable de utilidad, siendo los entrevistados en Guadalajara quienes indican que, por cada peso gastado en producción, ellos obtienen 3.43 pesos de rentabilidad. Para el caso de Bogotá y Tlaquepaque la rentabilidad es relativamente similar.

**Patrimonio/Pasivos:** Cómo se indicó anteriormente, si bien es cierto los activos son suficientes para responder al nivel de endeudamiento, al contrastar el nivel de deuda con el patrimonio, la medida es de mayor capacidad de respuesta. Lo anterior indica que en general, la mayoría de las unidades económicas estudiadas, tienen relativa sólides financiera, aunque es importante también reconocer que la mayoría son micro y pequeñas empresas.

En asuntos financieros, la mayoría de las unidades económicas estudiadas en las tres zonas, son competitivas en igual medida, agregando que el capital de trabajo promedio asciende a los \$5.232 dólares, con una desviación estándar de \$1.356 dólares en promedio.



# Capítulo 4

## Discusión



Con los datos recolectados, se pueden analizar los determinantes de la probabilidad de fracaso a través de la generación de valor agregado en pequeñas y medianas unidades productivas de economía creativa ubicadas en algunas zonas de Guadalajara, Estado Jalisco, México y Bogotá D.C. Colombia.

Con base al desarrollo de los objetivos específicos presentados en los resultados, se tienen los siguientes agregados:

**Tabla 17.** Agregados de análisis

| <b>Contexto para la productividad</b>           |               |                    |                    |
|-------------------------------------------------|---------------|--------------------|--------------------|
|                                                 | <b>Bogotá</b> | <b>Tlaquepaque</b> | <b>Guadalajara</b> |
| Infraestructura externa                         | 3.96          | 4.42               | 3.68               |
| Infraestructura interna                         | 3.83          | 4.21               | 3.77               |
|                                                 | 3.89          | 4.32               | 3.73               |
| <b>Condiciones de vida de los emprendedores</b> |               |                    |                    |
|                                                 | <b>Bogotá</b> | <b>Tlaquepaque</b> | <b>Guadalajara</b> |
| IABIP                                           | 0.33          | 0.36               | 0.28               |
| <b>Nivel de competitividad</b>                  |               |                    |                    |
|                                                 | <b>Bogotá</b> | <b>Tlaquepaque</b> | <b>Guadalajara</b> |
| Financieros                                     | 2.93          | 2.76               | 3.23               |
| No financieros                                  | 2.90          | 2.63               | 2.06               |
|                                                 | 2.91          | 2.69               | 2.64               |

**Fuente:** Elaboración propia con datos recolectados en campo

Para obtener el índice de competitividad de cada una de las zonas estudiadas, se debe tener cada una de las tres dimensiones a razón de coeficientes entre 0 y 1, con el fin de validar en primera instancia una medida de mejora y en consecuencia poder luego analizar unas razones de afinidad entre los territorios.

De esta manera, tomando en cuenta que los datos de percepción para la medición de la productividad y la competitividad son valores asignados por los entrevistados en escala de 1 a 5, se calcularon en proporción a estos topos con respecto a la calificación obtenida, a partir del promedio entre contexto productivo y competitivo.



**Tabla 18.** Coeficiente de competitividad

|                                      | <b>Bogotá</b> | <b>Tlaquepaque</b> | <b>Guadalajara</b> |
|--------------------------------------|---------------|--------------------|--------------------|
| Contexto productivo                  | 3.89          | 4.32               | 3.73               |
| Nivel de competitividad              | 2.91          | 2.69               | 2.64               |
| Promedio                             | 3.40          | 3.50               | 3.18               |
| <b>Coeficiente de competitividad</b> | <b>0.68</b>   | <b>0.70</b>        | <b>0.64</b>        |

**Fuente:** Elaboración propia con datos recolectados en campo

Con estos resultados se calcula una primera medida de distancia entre Bogotá y las zonas mexicanas, como aproximación hacia una viabilidad de intercambio. El equipo de investigadores estableció que, para lograr un intercambio viable, el escenario ideal es una distancia cercana a cero e inferior a 0.15; mientras se esta se ubica por encima de este valor y por debajo de 0.5, aunque no se descarta una probabilidad de intercambio, reducir esta brecha supondría un gran esfuerzo gubernamental y empresarial, difícil de alcanzar en el corto y mediano plazo. Una distancia superior a 0.5, supone un escenario casi imposible para un intercambio favorable para ambas partes.

**Tabla 19.** Medida preliminar de elasticidad de intercambio

|                          |       |
|--------------------------|-------|
| Bogotá Vs<br>Tlaquepaque | -0.02 |
| Bogotá Vs Guadalajara    | 0.04  |

**Fuente:** Elaboración propia con datos recolectados en campo

Este resultado preliminar presenta una viabilidad alta para el intercambio de mercancías entre Bogotá y las dos zonas estudiadas en Jalisco, presentando además una ventaja de Bogotá D.C. frente a los entrevistados en Guadalajara, y menor a esta la ventaja de Tlaquepaque sobre Bogotá D.C.

No obstante, estos resultados deben someterse al impacto que generaran las probabilidades de mejora en cada una de las poblaciones según el resultado del complemento del IABIP, el cual como se indicó, muestra las probabilidades de mejora en una población, también interpretado como nivel de carencias. Para esto, dicho



complemento debe interpretarse como una medida que potencializa la capacidad de intercambio, un elevado coeficiente de carencias, reduce el índice de intercambio, derivado de elevar el coeficiente de competitividad a la potencia del IABIP.

**Tabla 20.** Índice y elasticidad de intercambio

|                              | <b>Bogotá</b>   | <b>Tlaquepaque</b> | <b>Guadalajara</b> |
|------------------------------|-----------------|--------------------|--------------------|
| Coeficiente competitividad   | 0.68            | 0.70               | 0.64               |
| IABIP                        | 0.33            | 0.36               | 0.28               |
| <b>índice de intercambio</b> | <b>0.882361</b> | <b>0.879883</b>    | <b>0.882347</b>    |

|                       |         |
|-----------------------|---------|
| Bogotá Vs Tlaquepaque | 0.00248 |
| Bogotá Vs Guadalajara | 0.00001 |

**Fuente:** Elaboración propia con datos recolectados en campo

Al tener un IABIP elevado, su complemento impacta positivamente sobre el coeficiente de intercambio, mismo que al ser relativamente cercano entre las tres zonas analizadas, incrementa la probabilidad de intercambio, y ubica a Bogotá y Guadalajara como zonas análogas para el intercambio de productos artesanales con valor agregado de economía creativa.

Al revisar los elementos o variables que pueden incidir en la probabilidad de fracaso de las unidades productivas, se genera un modelo de probabilidad entre el coeficiente de rentabilidad y las variables estudiadas, obteniendo el siguiente resultado, donde cada una de las variables expuestas es significativa de manera individual a niveles inferiores al 5% y el modelo con la respectiva evaluación de supuestos es robusto globalmente:

**Tabla 21.** Efectos marginales para las variables que explican la probabilidad de fracaso de las unidades estudiadas

| <b>Variables independientes</b> | <b>Sigla</b> | <b>Efecto marginal<br/>dy/dx</b> |
|---------------------------------|--------------|----------------------------------|
| Formal o informal               | Finf         | 0.2552                           |
| Infraestructura - tipo de venta | Inf          | 0.1422                           |
| Paga impuestos                  | Tax          | -0.2433                          |

|                             |        |         |
|-----------------------------|--------|---------|
| Tener otro negocio          | Otneg  | -0.0954 |
| Nivel educativo             | Educa  | 0.0836  |
| Dependientes directos       | Depdir | 0.0425  |
| Formación en emprendimiento | Empre  | 0.3064  |
| Activo/Pasivo               | Pasac  | -0.1745 |

**Fuente:** Elaboración propia con datos recolectados en campo y analizados en Stata 11.1

**Formal o informal:** formalizar las unidades económicas, eleva la probabilidad de obtener un incremento sobre la rentabilidad media de un 25,52%.

**Infraestructura - tipo de venta:** Tener una mejor infraestructura, eleva la probabilidad de obtener un incremento sobre la rentabilidad media del 14.22%.

**Paga impuestos:** Tributar en los términos de la ley, reduce la probabilidad de obtener un incremento sobre la rentabilidad media del 24.33%.

**Tener otro negocio:** Atender otras unidades de negocio en la misma o diferente actividad económica, reduce la probabilidad de obtener un incremento sobre la rentabilidad media del 9.54%.

**Nivel educativo:** Mejorar el nivel educativo, aumenta la probabilidad de obtener un incremento sobre la rentabilidad media del 8.36%.

**Dependientes directos:** Por cada dependiente directo de la unidad de negocio, aumenta la probabilidad de obtener un incremento sobre la rentabilidad media del 4.25%

**Formación en emprendimiento:** Formarse específicamente en materia de emprendimiento y comercio exterior, aumenta la probabilidad de obtener un incremento sobre la rentabilidad media del 30.64%

**Activo/Pasivo:** Incrementar el nivel de deuda para hacer crecer el negocio, reduce la probabilidad de obtener un incremento sobre la rentabilidad media del 17,45



De esta manera, se aprecian ocho (8) variables que explican la probabilidad de éxito/fracaso de las unidades estudiadas, sin embargo, dos de ellas dependen directamente de los emprendedores, mientras las otras requieren una intervención de política pública.

Por lo anterior, sustentado en el presente documento, se presentó a la administración pública, la necesidad de crear un estamento público que represente a estas comunidades, y en el evento de existir, fortalecerlo como paso inicial para preparar el terreno para un futuro intercambio, no solo de estos productos sino de otros tantos que se generen en las economías estudiadas.

Como paso siguiente, se tiene el establecimiento de relaciones formales entre los territorios, para mitigar el impacto de la formalización y los tributos al momento de un probable intercambio.



# Capítulo 5

## Conclusiones



De manera concluyente, el proyecto de investigación que condujo al presente libro, permitió establecer que la economía creativa, con su inherente dinamismo y dependencia de la innovación y la colaboración, tiende a consolidarse como un motor crucial para el desarrollo económico y sociocultural en Bogotá, Colombia y Guadalajara en México, los cuales emergen como centros vibrantes de actividad creativa en América Latina, albergando una diversidad de empresas que operan en sectores como el diseño, la moda, la música, el cine, el software, la artesanía y las artes visuales.

No obstante, la sostenibilidad a largo plazo de estas empresas trasciende su talento creativo y estrategias internas. Un conjunto de variables interconectadas, que abarcan desde la formalización y la infraestructura (vías, comunicaciones, transporte) hasta la capacidad comercial, la gestión financiera (organización y tributación), y las condiciones de vida del emprendedor y su entorno sociofamiliar, resultan cruciales. Estas y otras variables se detallarán a continuación, condensadas en las categorías declaradas para la investigación y sustentadas en los resultados obtenidos y la revisión teórica realizada.

### Categoría de variables de orden exógeno

**Percepción de la seguridad ciudadana:** La investigación reveló que la percepción de seguridad emerge como un pilar fundamental para la operación y la sostenibilidad de las empresas, incluyendo aquellas inmersas en la economía creativa. En esta línea, de North (2012) se argumenta que la inseguridad, en sus diversas manifestaciones, puede impactar negativamente las operaciones empresariales, inflar los costos operativos, desalentar la inversión productiva y obstaculizar la atracción y retención del capital humano necesario para el crecimiento.

En el panorama posterior a 2015, la seguridad, tanto en el ámbito físico como en el digital, ha adquirido una trascendencia aún mayor para la viabilidad a largo plazo de las empresas de la economía creativa. La creciente digitalización de sus procesos



operativos, estrategias de promoción y canales de distribución ha generado nuevas vulnerabilidades en el entorno en línea (Dutta, 2023; Kshetri, 2006; OECD, 2019). Paralelamente, los desafíos inherentes a la seguridad física persisten, especialmente en contextos urbanos complejos como Bogotá y Guadalajara (Newman, 2017). La convergencia de estas amenazas subraya la necesidad de estrategias integrales de seguridad para asegurar la continuidad y el florecimiento de las empresas creativas en el siglo XXI.

La implementación de estrategias integrales de seguridad física y digital resulta crucial para la operación y sostenibilidad de las empresas creativas. Estas estrategias deben abarcar la capacitación del personal, la adopción de tecnologías de ciberseguridad y la colaboración activa con autoridades locales y otras empresas para robustecer la seguridad del entorno operativo. Esta urgencia se manifiesta claramente en ciudades como Bogotá, Guadalajara y Tlaquepaque, donde los persistentes desafíos de seguridad – como las elevadas tasas de criminalidad, la extendida percepción de inseguridad y la presencia de actividades ilícitas – amenazan directamente el desarrollo de las empresas creativas. En respuesta a estos impactos negativos, las empresas pueden implementar medidas de seguridad internas, establecer alianzas con otras organizaciones para mejorar la seguridad en sus zonas de influencia y abogar por políticas públicas orientadas a fortalecer la seguridad ciudadana.

**Infraestructura vial y medios de transporte:** La calidad y eficiencia de la infraestructura vial se erigen como un factor determinante para el desenvolvimiento de las empresas de economía creativa, tal como lo fundamentó Weber (1909) al destacar su rol crucial en la movilidad de personas y mercancías, elementos esenciales para la logística, la cadena de suministro y la accesibilidad general. No obstante, la realidad observada en metrópolis latinoamericanas como Bogotá y Guadalajara revela desafíos persistentes en este ámbito. La investigación, sustentada tanto en la percepción de los emprendedores como en el trabajo de campo (Banister D., 2005; 2016), constata que la congestión vehicular y, en ciertas áreas, una



infraestructura vial deficiente, continúan siendo factores críticos en el contexto de su continuo crecimiento urbano.

La investigación, fundamentada en la teoría de la aglomeración de Marshall A. (2005), concluye que la disponibilidad, costo y eficiencia del transporte público y privado son esenciales en ciudades como Bogotá y Guadalajara, influyendo significativamente en la movilidad de trabajadores, clientes y colaboradores, así como en la accesibilidad a eventos y puntos de venta. Esta variable se centra en la diversidad de modalidades para el movimiento de personas y mercancías (Hoyle & Knowles, 1994).

En el contexto urbano posterior a 2015, la sostenibilidad del transporte – promoviendo el transporte público eficiente, la movilidad activa y la reducción del uso del vehículo privado – se ha convertido en una prioridad (Marshall W., 2020). La discusión ha evolucionado hacia la integración de la multimodalidad y la priorización de opciones más sostenibles y eficientes (Kamargianni y otros, 2016).

Para mitigar los desafíos, se sugiere a las empresas creativas incentivar la multimodalidad entre sus empleados (con subsidios o planificación de viajes), optimizar la logística con vehículos sostenibles y abogar por políticas de movilidad activa e integración de sistemas de transporte. También se recomienda fomentar el uso de transporte público y modos activos, optimizar la logística con vehículos sostenibles y considerar la ubicación con buena conectividad y ciclorrutas. Ante la alta densidad del tráfico, se sugiere fomentar el transporte público y alternativo, ofrecer horarios flexibles y considerar la ubicación con buena conectividad. En definitiva, las empresas deben considerar la ubicación con buena conectividad multimodal, optimizar la logística según los medios disponibles y fomentar opciones sostenibles.

Ante estas limitaciones, las empresas creativas en Bogotá y Guadalajara están implementando y considerando diversas estrategias adaptativas. Estas incluyen la adopción de esquemas laborales flexibles y el fomento del teletrabajo para disminuir la presión sobre la infraestructura de transporte. Asimismo, se promueve el uso de



transporte público y modos de movilidad activa, y se valora la ubicación estratégica en zonas con una conectividad multimodal eficiente. Adicionalmente, se reconoce la importancia de abogar colectivamente por inversiones significativas en infraestructura vial sostenible y la implementación de sistemas inteligentes de gestión del tráfico como soluciones a largo plazo para optimizar la movilidad y, por ende, la operatividad del sector creativo.

**Telecomunicaciones:** La investigación concluye que los servicios de telecomunicaciones robustos (internet confiable y de alta velocidad a precios competitivos) son esenciales para el crecimiento y operación de la economía creativa en la era digital (Castells, 2009). Esta variable, que incluye diversos canales de comunicación cruciales para la promoción y el marketing (McQuail, 2010), se ha vuelto aún más fundamental en el contexto post-2015 debido a la creciente digitalización (Castells, 2012).

En Bogotá y Guadalajara, el panorama mediático se caracteriza por la fragmentación y el dominio digital (Lieberman & Blythe, 2016), lo que exige a las empresas creativas priorizar el marketing de contenidos, la presencia digital auténtica, la publicidad segmentada y las colaboraciones con influencers.

Para prosperar, las empresas deben elegir proveedores confiables, invertir en infraestructura interna y abogar por la asequibilidad y expansión de la conectividad. También es crucial desarrollar estrategias de comunicación multicanal comprendiendo el comportamiento del público y midiendo la efectividad de las campañas (Kannan & Hongshuang, 2017; De Bruyn y otros, 2020).

En ambas ciudades, los emprendedores consideran los servicios de telecomunicaciones relativamente adecuados, siendo un factor clave para su competitividad. Por ello, las políticas gubernamentales deben orientar a las empresas en la selección de proveedores, la inversión en infraestructura y la actualización tecnológica.



**Oferta del servicio de paquetería:** La investigación, tomando como base las ideas de Mentzer y otros (2011) sobre la cadena de suministro, concluye que la eficiencia y el costo de los servicios de logística y paquetería son cruciales para la distribución de productos físicos de la economía creativa, tanto a nivel local como en el intercambio entre ciudades. En el contexto posterior a 2015, marcado por el crecimiento del comercio electrónico y la mayor conciencia ambiental, la eficiencia y la sostenibilidad de estos servicios han adquirido una importancia crítica (Abu, 2012; Himabindu y otros, 2022; Y. Liu y otros, 2023).

En este escenario, se recomienda a las empresas creativas de las ciudades de Guadalajara, Bogotá y Tlaquepaque, evaluar proveedores con opciones sostenibles, integrar plataformas de comercio electrónico con la gestión de envíos, optimizar el embalaje para reducir costos e impacto ambiental, y considerar la logística de última milla eficiente. La investigación encontró una amplia oferta de proveedores cercanos a las zonas estudiadas, lo que permite a las empresas evaluar diversas opciones, negociar tarifas competitivas, optimizar el embalaje y etiquetado, y explorar la logística inversa para devoluciones.

**Tamaño de los mercados (demanda):** La investigación, basándose en las ideas clásicas de Smith (1776), concluye que la amplitud del mercado (local, nacional e internacional) y las características y el poder adquisitivo de la demanda son determinantes fundamentales para la viabilidad y el crecimiento de las empresas de economía creativa. En Bogotá y Guadalajara, la demanda de estos productos y servicios ha experimentado una transformación significativa después de 2015, impulsada por la digitalización, las nuevas tendencias de consumo y la creciente sofisticación de los mercados (Yousafzai y otros, 2018; Pine, 2019).

Ante esta evolución, se recomienda a las empresas creativas invertir en su presencia en línea, desarrollar estrategias efectivas de marketing digital y de contenidos, ofrecer personalización, destacar su valor cultural local y explorar modelos de negocio basados en la economía de la experiencia. Si bien la investigación sugiere un mercado de gran tamaño en ambas ciudades, se enfatiza la necesidad de que la



política pública estimule y apoye la realización de estudios de mercado para comprender las necesidades de las audiencias, adaptar la oferta y explorar oportunidades de exportación, inicialmente entre Bogotá y Guadalajara, y posteriormente hacia América Latina y el resto del mundo.

**Infraestructura física para la operación:** La investigación, apoyándose en la teoría de los costos de Marshall A. (2005), destaca que la disponibilidad, el costo y la adecuación de los espacios físicos para la producción, el almacenamiento y la operación son factores críticos para las empresas de economía creativa, especialmente aquellas con necesidades de infraestructura especializada como talleres, estudios o *coworking* creativos. En el contexto posterior a 2015, la demanda de espacios de trabajo flexibles y colaborativos, así como la necesidad de infraestructura creativa especializada y sostenible, han marcado las decisiones y la sostenibilidad de estas empresas en Bogotá y Guadalajara (Farr, 2008; Mendez & Garcia, 2017; Johns y otros, 2024).

Ante esta realidad, se sugiere que las empresas creativas consideren opciones como *coworking* o *hubs* creativos para reducir costos y fomentar la colaboración, busquen edificios con certificaciones de sostenibilidad y adapten espacios existentes con criterios de eficiencia energética. Para impulsar el crecimiento en este aspecto, evaluado en un término medio en la investigación, se recomienda que tanto la política de gobierno como las propias empresas exploren arrendamientos flexibles, el *coworking* con otras empresas del sector, incentivos gubernamentales para la ubicación estratégica y la adaptación de espacios existentes a sus necesidades específicas.

**Vitrina Comercial:** La investigación, basándose en los postulados de Kotler y Armstrong (2019), destaca la esencialidad de espacios físicos y virtuales accesibles para la exhibición, promoción y venta de productos y servicios creativos, como medio fundamental para conectar con las audiencias y generar ingresos. Asimismo, considerando la teoría del clúster de Porter (1998), aplicada al contexto de Bogotá y



Guadalajara, se subraya cómo la proximidad a otros actores del ecosistema creativo genera externalidades positivas significativas.

El panorama de la vitrina comercial en Bogotá y Guadalajara posterior a 2015 ha experimentado una transformación radical con el auge del comercio electrónico, las redes sociales y las estrategias de marketing digital omnicanal (Brynjolfsson, 2019). Sin embargo, la importancia de la ubicación estratégica se ha mantenido, con un enfoque creciente en el desarrollo de distritos creativos y polos de innovación (Lazzeretti y otros, 2009; Lazzeretti y otros, 2016).

En este contexto, se recomienda a las empresas creativas considerar la ubicación al establecer o expandir operaciones, buscando la proximidad a otros actores del ecosistema y aprovechando los beneficios de la aglomeración en distritos creativos. Además, es crucial invertir en una presencia en línea atractiva y funcional, implementar estrategias efectivas de marketing digital y en redes sociales, explorar modelos de comercio electrónico e integrar los canales de venta físicos y virtuales. La política pública debe enfocarse en la formación para el estudio de vitrinas comerciales efectivas y en el establecimiento de espacios dinámicos a través de la planificación territorial. Paralelamente, las empresas deben considerar la ubicación estratégica de sus puntos de venta físicos, invertir en su diseño, desarrollar plataformas de comercio electrónico y participar en eventos del sector.

**Titularidad de la infraestructura:** La investigación, retomando los planteamientos de Coase (1937), concluye que las regulaciones y los costos asociados a la propiedad y el uso de la tierra y los espacios (arrendamiento, compra, permisos e impuestos) impactan significativamente la viabilidad financiera y la sostenibilidad a largo plazo de las empresas de economía creativa. En el contexto posterior a 2015, la seguridad jurídica y la claridad en las regulaciones de titularidad de la tierra y los espacios se mantienen como factores cruciales para fomentar la inversión a largo plazo y la sostenibilidad de estas empresas en Bogotá y Guadalajara (De Soto, 2016).



Ante esta realidad, se recomienda que las empresas creativas busquen asesoramiento legal para asegurar el cumplimiento normativo, aboguen por políticas que simplifiquen los procesos y promuevan la seguridad jurídica, y exploren mecanismos de financiación que consideren la titularidad de los activos. De igual manera, es fundamental que el gobierno informe claramente sobre las regulaciones locales de zonificación y uso del suelo, y que las empresas creativas comprendan estas normativas, exploren opciones de arrendamiento favorables a largo plazo y busquen asesoramiento legal y financiero para gestionar los aspectos relacionados con la titularidad.

**Técnicas:** La investigación concluye que la disponibilidad y el acceso a conocimientos especializados, habilidades y prácticas (tanto tradicionales como innovadoras) son fundamentales para la calidad de la producción, la innovación y la competitividad dentro de los diversos sectores de la economía creativa (Argyris & Schön, 1978). En la economía creativa posterior a 2015, la rápida evolución tecnológica y la creciente demanda de habilidades especializadas exigen un enfoque continuo en la adquisición, actualización y transmisión de técnicas relevantes para la sostenibilidad empresarial (Chesbrough, 2017).

Ante este panorama, se recomienda que las empresas creativas fomenten una cultura de aprendizaje continuo, establezcan alianzas con instituciones educativas y otros actores del sector para facilitar la transferencia de conocimiento, y exploren modelos de innovación abierta. Asimismo, es crucial que las empresas inviertan en la capacitación de su personal, fomenten el aprendizaje continuo, establezcan vínculos con instituciones educativas y centros de investigación, y promuevan el intercambio de conocimientos dentro del sector.

**Tecnificación:** De acuerdo con lo argumentado por (Rogers y otros, 2009), el nivel de adopción y la accesibilidad a tecnologías digitales, software especializado y herramientas de producción avanzadas son cada vez más importantes para la eficiencia, la innovación, la distribución y la comercialización en la economía creativa.



Sin embargo, la investigación arrojó una debilidad en uso de las tecnologías en las empresas creativas de Guadalajara, Tlaquepaque y Bogotá, por lo que se sugiere evaluar las tecnologías relevantes para sus operaciones, invertir en la adquisición y la capacitación en el uso de estas tecnologías, y mantenerse actualizadas sobre las últimas tendencias tecnológicas.

**Gestión Pública (para la Economía Creativa):** La calidad y la pertinencia de la gestión pública, incluyendo las políticas de fomento, los programas de apoyo financiero y técnico, la regulación y la eficiencia burocrática, son cruciales para la creación de un entorno favorable a la sostenibilidad de las empresas de economía creativa en Bogotá y Guadalajara. (Mazzucato, 2013)

Este elemento en percepción de los emprendedores entrevistados, indica que se debe fortalecer la colaboración entre el sector público y las organizaciones de la economía creativa para diseñar e implementar políticas efectivas, simplificar los trámites burocráticos, aumentar la inversión en programas de apoyo y promover la internacionalización del sector.

**Brecha de Ingreso:** El nivel medio de esta variable en Bogotá, Guadalajara y Tlaquepaque, reflejo de la brecha de ingreso existente (Bertrand & Morse, 2013; Piketty, 2014), puede significar un desafío considerable para la demanda y el acceso a los productos y servicios de la economía creativa. Esta situación impacta especialmente aquellos bienes y servicios percibidos como de "lujo" o que requieren una mayor capacidad adquisitiva, limitando su mercado potencial a un segmento específico de la población. La desigualdad económica puede generar barreras significativas para la participación y el consumo cultural, restringiendo el alcance y el impacto del sector creativo en un público más amplio. Para contrarrestar esta tendencia, es fundamental que las empresas exploren modelos de negocio inclusivos, diseñando ofertas que se adapten a diferentes rangos de precios y que consideren las diversas capacidades económicas de la población. Esto podría implicar la creación de líneas de productos o servicios diferenciadas por precio y características, o la



implementación de estrategias de segmentación de mercado que permitan llegar a audiencias más amplias.

Además, se vuelve crucial la participación de los emprendedores en iniciativas que promuevan el acceso a la cultura y la creatividad para un público más diverso. Esto puede incluir colaboraciones con organizaciones comunitarias, la creación de programas de precios reducidos o subsidiados para ciertos grupos, la oferta de contenido gratuito o de bajo costo a través de plataformas digitales, o la participación en eventos y festivales accesibles para toda la comunidad. Al adoptar estas estrategias, las empresas de economía creativa no solo pueden ampliar su base de consumidores, sino también contribuir a la democratización del acceso a la cultura, generando un impacto social más significativo y fortaleciendo la sostenibilidad a largo plazo del sector en contextos urbanos con marcadas desigualdades económicas.

**Desigualdad (Social y Económica):** La desigualdad social y económica, en sus dimensiones más amplias, representa un obstáculo significativo para la participación equitativa, el pleno desarrollo del talento y la igualdad de acceso a oportunidades dentro del dinámico sector de la economía creativa en Bogotá y Guadalajara (Rawls, 1971; Sen, 1999). Estas disparidades pueden manifestarse en barreras económicas que impiden la formación y el acceso a recursos, en sesgos culturales que marginan ciertas expresiones creativas, y en la limitación de redes profesionales y oportunidades de colaboración para individuos y grupos subrepresentados. Un entorno marcado por la desigualdad no solo restringe el potencial creativo individual, sino que también empobrece la diversidad y la riqueza cultural del ecosistema creativo en su conjunto, limitando su capacidad de innovación y su conexión con audiencias diversas.

Para mitigar estos efectos perjudiciales, resulta imperativo implementar programas de inclusión y diversidad que abarquen todas las etapas del ciclo creativo, desde la formación hasta la producción y la distribución. Esto implica apoyar activamente iniciativas de formación y emprendimiento dirigidas a grupos subrepresentados, brindando acceso a mentorías, financiamiento y espacios de trabajo inclusivos.



Asimismo, es crucial promover políticas públicas que aborden las causas estructurales de la desigualdad, fomentando la equidad en el acceso a la educación, la tecnología y los recursos culturales. Estas políticas deben ir más allá de la mera representación, buscando una transformación sistémica que valore y celebre la diversidad en todas sus formas, creando un sector creativo más justo, resiliente y capaz de reflejar la riqueza y complejidad de sus sociedades (UNESCO, 2022).

Con las variables presentadas de orden exógeno, se concluye que las particularidades de Bogotá, Tlaquepaque y Guadalajara exigen estrategias específicas por parte de empresas, organizaciones y gobiernos locales, enfocadas en la inversión en infraestructura, la mejora de la seguridad, la adopción tecnológica, la facilitación de espacios y el fortalecimiento de la conectividad. En última instancia, la sostenibilidad en el contexto actual depende de la capacidad de las empresas para navegar un entorno complejo y dinámico, influenciado por la digitalización, la sostenibilidad y la colaboración. La agilidad, la resiliencia y la gestión proactiva de estas variables son fundamentales para asegurar el florecimiento a largo plazo del sector creativo en ambas ciudades y en cualquier otro contexto.

### Categoría de variables endógenas de orden personal al emprendedor

La economía creativa, como motor de innovación, crecimiento económico y valor cultural, ha experimentado una expansión significativa en América Latina, con Bogotá, Colombia, y Guadalajara, México, emergiendo como centros dinámicos. La sostenibilidad de las empresas que operan en este sector complejo y multifacético depende de una intrincada red de factores que trascienden la mera producción creativa, entre los que se ubican aquellos relacionados directamente con la dimensión del ser del emprendedor y su entorno social próximo.

**Autoestima:** La autoestima empresarial, entendida como la confianza y la autoeficacia percibida por los emprendedores y líderes de empresas creativas en su



capacidad para gestionar los desafíos y alcanzar el éxito, juega un papel fundamental en la resiliencia y la sostenibilidad de sus proyectos. (Bandura, 1997) (Hmieleski & Baron, 2008)

Aunque los niveles de autoestima en los emprendedores consultados en Bogotá, Guadalajara y Tlaquepaque son buenos, bien valdría la pena fortalecer programas de mentoría, capacitación en liderazgo y desarrollo personal, así como la creación de redes de apoyo entre emprendedores creativos, pueden contribuir a fortalecer la autoestima empresarial.

**Convivencia en el Hogar (de los Emprendedores):** La calidad del entorno doméstico y las dinámicas familiares de los emprendedores de la economía creativa pueden tener un impacto significativo en su bienestar emocional, su productividad y, en última instancia, en la sostenibilidad de sus empresas. (Cardon y otros, 2009) (Greenhaus & Beutell, 1985)

La convivencia en el hogar de los emprendedores entrevistados es buena, sin embargo, se debe continuar con el fomento a la comunicación abierta y el apoyo mutuo dentro del hogar, establecer límites claros entre el trabajo y la vida personal, y buscar estrategias para integrar ambas esferas de manera saludable.

**Pertenencia Territorial:** El sentido de arraigo y conexión de las empresas de economía creativa y sus miembros con el contexto territorial local, que abarca la identidad cultural, las redes comunitarias y el compromiso con el desarrollo local, constituye un factor significativo que puede influir directamente en su sostenibilidad (Putnam, 2000; Vásquez, 2007; Vásquez, 2017). Este vínculo, que implica una identificación con el lugar y sus particularidades, fomenta la colaboración, la innovación basada en la identidad local y una mayor resiliencia dentro del ecosistema creativo (Florida y otros, 2011). El alto nivel de arraigo y pertenencia manifestado por los entrevistados en las zonas de estudio, incluso por aquellos que eligieron radicarse allí, subraya la importancia de este factor para la vitalidad del sector.



No obstante, este sentimiento positivo, es crucial fomentar activamente la participación en iniciativas locales, promoviendo una colaboración estrecha con artistas y organizaciones culturales del territorio para fortalecer las redes y enriquecer el tejido creativo local (Neff, 2012). Asimismo, se debe destacar y valorizar la identidad local en la oferta creativa, utilizando los elementos culturales distintivos como un factor diferenciador y una fuente de valor añadido para los productos y servicios (Scott, 2006). Al fortalecer este sentido de pertenencia y conexión, se puede consolidar un ecosistema creativo más auténtico, resiliente y comprometido con su entorno, generando beneficios tanto para las empresas como para el desarrollo cultural y económico de Bogotá y Guadalajara.

### Categoría de variables endógenas de orden empresarial

**Competitividad:** La capacidad de las empresas de economía creativa en Bogotá, Guadalajara y Tlaquepaque para innovar, diferenciarse, ofrecer valor único y competir eficazmente en los mercados locales, nacionales e internacionales, conforme a los postulados de (Afuah, 2003) (Porter M. E., 1998) es fundamental para su sostenibilidad a largo plazo.

Es importante para estas ciudades fomentar la inversión en investigación y desarrollo creativo, proteger la propiedad intelectual, desarrollar estrategias de diferenciación claras, enfocarse en la calidad y el diseño, y realizar estudios de mercado continuos.

**Formalización:** El grado de formalización de las empresas de economía creativa en Bogotá, Guadalajara y Tlaquepaque, es decir, su registro legal y su cumplimiento con las regulaciones laborales, fiscales y comerciales, es medio bajo y tiene implicaciones significativas para su sostenibilidad y potencial de crecimiento, tal como lo expresan (De Soto, 2016) (Perry y otros, 2007)

Es importante que las empresas trabajen de la mano con los gobiernos para simplificar los procesos de registro y formalización, gestionar incentivos para la



formalización, y brindar información y asistencia a las empresas creativas para que cumplan con las regulaciones.

**Impuestos:** La carga fiscal y la eficiencia de los sistemas tributarios en relación con las empresas de economía creativa en Bogotá, Guadalajara y Tlaquepaque es un elemento de generalizada queja, y coinciden los entrevistados en que estos influyen de manera importante en su rentabilidad, su capacidad de inversión y, en última instancia, su sostenibilidad, tal como lo indicaron (Klapper y otros, 2006) (Mirrlees, 1971)

Abogar por sistemas tributarios justos y adaptados a las particularidades de la economía creativa, explorar la posibilidad de incentivos fiscales para el sector, y brindar información y asesoramiento sobre el cumplimiento tributario.

**Empleo Decente:** La generación de empleo decente dentro del sector de la economía creativa en Bogotá, Guadalajara y Tlaquepaque, ostenta un nivel aceptable si se observa desde los parámetros que definen a esta variable, caracterizado en los términos de (Collings y otros, 2018), por condiciones laborales justas, salarios adecuados, seguridad social y oportunidades de desarrollo profesional, es fundamental para la sostenibilidad a largo plazo del talento y del sector en general.

Promover el cumplimiento de las normas laborales, fomentar la adopción de buenas prácticas de gestión de talento, invertir en la formación y el desarrollo profesional, y crear espacios de diálogo social dentro del sector.

**Plan Estratégico:** La existencia y la implementación de un plan estratégico bien definido, que establezca objetivos a largo plazo (Grant, 2016), identifique los recursos necesarios y defina las acciones para alcanzar la visión de la empresa creativa (Mintzberg y otros, 2009), es fundamental para su sostenibilidad y crecimiento sostenido, así como uno de los grandes ausentes en un número importante de empresas que integraron la muestra de estudio.



Desarrollar un plan estratégico participativo que involucre a los principales stakeholders, revisarlo y actualizarlo periódicamente, y asegurar su implementación efectiva a través de la asignación de responsabilidades y el seguimiento de los resultados.

**Marketing:** Las estrategias y las tácticas de marketing (Holliman & Rowley, 2014) utilizadas por las empresas de economía creativa en Bogotá, Guadalajara y Tlaquepaque son parcialmente eficaces para promocionar sus productos y servicios, construir su marca y alcanzar a sus mercados objetivo (Kotler & Keller, 2016), limitando su capacidad real para generar demanda y asegurar su sostenibilidad económica.

Desarrollar estrategias de marketing digital integradas que incluyan marketing de contenidos, redes sociales, SEO, publicidad en línea y email marketing, comprender el comportamiento del consumidor en línea, y medir la efectividad de las campañas de marketing.

**Ruedas de Negocio:** Las ruedas de negocio y otros eventos de networking son importantes para las ciudades y la mayoría de los entrevistados indicaron haber participado de ellas, sin embargo, la mayoría también expresa que pocas veces han coincidido con empresas colombianas para indagar en las posibilidades de intercambio.

Lo anterior implica que hay un avance importante, pero parcial en el propósito esencial de estos eventos en el marco de la globalización (Burt, 1997), que es facilitar el encuentro entre empresas de economía creativa con potenciales compradores en diversas latitudes nacionales e internacionales, contactar inversores, colaboradores y socios estratégicos, abriendo oportunidades para el crecimiento y la sostenibilidad.

**Comercio Exterior:** La participación en el comercio exterior, a través de la exportación de productos y servicios creativos y la importación de insumos



especializados, puede abrir nuevos mercados y oportunidades para el crecimiento y la diversificación de las empresas de economía creativa en Bogotá y Guadalajara. (Johanson & Vahlne, 2009) (Krugman y otros, 2018)

Realizar estudios de mercado internacional, adaptar los productos y servicios a las demandas de los mercados extranjeros, participar en ferias y misiones comerciales internacionales, y buscar asesoramiento sobre comercio exterior.

**Indicadores Financieros:** El seguimiento y el análisis de indicadores financieros clave, como la rentabilidad, la liquidez, el endeudamiento y el flujo de caja, son esenciales para evaluar la salud financiera y la sostenibilidad económica de las empresas de economía creativa en Bogotá y Guadalajara (Ross y otros, 2019).

En este aspecto cerca de la mitad de las organizaciones lleva un registro de ingresos y gastos, pero no en los términos que ordena la ley. Por esta razón, es importante dentro de las organizaciones establecer un sistema de contabilidad y gestión financiera robusto, definir y monitorear los indicadores financieros clave, realizar análisis financieros periódicos y buscar asesoramiento financiero profesional.

La sostenibilidad a nivel endógeno de las empresas de economía creativa en Bogotá, Guadalajara y Tlaquepaque depende de una compleja interacción de factores socioeconómicos, de gestión interna y de mercado. Este análisis teórico destaca la importancia de la autoestima empresarial, el bienestar del emprendedor, el arraigo territorial, la gestión pública favorable, la mitigación de la desigualdad, la competitividad, la formalización, sistemas tributarios justos, empleo decente, planificación estratégica, marketing efectivo, participación en redes de negocio, comercio exterior y seguimiento financiero.

Los resultados de la investigación sugieren especial énfasis en la interconexión de estos factores, donde la confianza del emprendedor y su entorno se vinculan con políticas públicas, dinámicas socioeconómicas y estrategias de mercado para la resiliencia y el crecimiento.



La formalización, la gestión financiera y la competitividad internacional son pilares para la sostenibilidad económica a largo plazo para aprovechar el florecimiento de la economía creativa requiere un enfoque holístico que valore el talento, promueva la equidad, facilite el acceso a recursos y mercados, y garantice un marco regulatorio favorable para asegurar su sostenibilidad e impacto positivo en ambas ciudades latinoamericanas.



# Anexos



## Grupo Tlaquepaque



## Grupo Guadalajara





# Referencias



- Abu, S. N. (2012). Green Supply Chain Management: A Review and Research Direction. *International Journal of Managing*, 3(1), 1 -18. <https://doi.org/10.5121/ijmvsc.2012.3101>
- Afuah, A. (2003). *Innovation management: strategies, implementation, and profits*. Oxford University Press.
- Alcaldía de Bogotá. (2023). *Bogotá alojó el 64,7% de la inversión extranjera que recibió el país en 2022*. [www.bogota.gov.co](http://www.bogota.gov.co): <https://bogota.gov.co/internacional/bogota-alajo-el-647-de-la-inversion-extranjera-del-pais-en-2022>
- Alcaldía de Bogotá. (2024). *Bogotá se consolida como plataforma de inversión extranjera según Invest*. [www.bogota.gov.co](http://www.bogota.gov.co): <https://bogota.gov.co/mi-ciudad/desarrollo-economico/bogota-experimenta-importante-inversion-extranjera-y-aumento-de-empleo>
- Alcaldía de Bogotá. (2025). *Bogotá-Región se consolidó como tercer destino de inversión extranjera en Latam*. [www.bogota.gov.co](http://www.bogota.gov.co): <https://bogota.gov.co/internacional/bogota-es-el-tercer-destino-de-inversion-extranjera-en-america-latina>
- Alcaldía Mayor de Bogotá. (abril de 2025). *El 64,2 % de las personas en Bogotá tuvieron empleo formal durante 2024*. [www.bogota.gov.co](http://www.bogota.gov.co): <https://bogota.gov.co/mi-ciudad/desarrollo-economico/el-642-de-las-personas-en-bogota-tuvieron-empleo-formal-durante-2024>
- Argyris, C., & Schön, D. A. (1978). *Organizational Learning II* (Vol. 77/78). Addison-Wesley Pub. <https://doi.org/https://archive.org/details/organizationalle00chri>
- Banco de la República de Colombia. (2025). *Tasa de interés de política monetaria*. [www.banrep.gov.co](http://www.banrep.gov.co): <https://www.banrep.gov.co/es/glosario/tasa-de-interes-de-politica-monetaria>
- Banco de México. (diciembre de 2024). *Anuncios de las decisiones de política monetaria*. [www.banxico.org.mx](http://www.banxico.org.mx): <https://www.banxico.org.mx/publicaciones-y-prensa/anuncios-de-las-decisiones-de-politica-monetaria/anuncios-politica-monetaria-t.html>



- Banco de México. (Noviembre de 2024). *Reportes sobre las economías regionales*.  
[www.banxico.org.mx](http://www.banxico.org.mx): <https://www.banxico.org.mx/publicaciones-y-prensa/reportes-sobre-las-economias-regionales/reportes-economias-regionales.html>
- Banco de México. (2024). *Sistema de Información Económica*. [www.banxico.org.mx](http://www.banxico.org.mx):  
<https://www.banxico.org.mx/SieInternet/>
- Banco Mundial. (5 de diciembre de 2013). *América Latina: la falta de innovación dificulta la creación de empleos de calidad*. [www.bancomundial.org](http://www.bancomundial.org):  
<https://www.bancomundial.org/es/news/feature/2013/12/05/latin-america-many-entrepreneurs-little-innovation-growth>
- Banco Mundial. (7 de octubre de 2020). *bancomundial: news*. [www.bancomundial.org](http://www.bancomundial.org):  
<https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2020/10/07/covid-19-to-add-as-many-as-150-million-extreme-poor-by-2021>
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. W H Freeman and Company.  
<https://doi.org/https://archive.org/details/selfefficacyexer0000band/page/n5/mode/2up>
- Banister, D. (2005). *Unsustainable transport : city transport in the new century*. Routledge.  
<https://doi.org/https://archive.org/details/unsustainabletra0000bani/page/n3/mode/2up>
- Banister, D. (2016). Sustainable and urban transport: myths, realities and the way forward. *Journal of Transport Geography*, 54, 447-456.
- BBVA. (29 de septiembre de 2023). *México | México necesita una regla fiscal*. [www.bbva.com](http://www.bbva.com):  
<https://www.bbva.com/en/publicaciones/mexico-mexico-needs-a-fiscal-rule/>
- Bertrand, M., & Morse, A. (2013). Information, consumption, and agency: Household responses to payday loan advertising. *The Journal of Finance*, 68(5), 1865-1893.
- Best, J. W. (1970). *¿Cómo investigar en educación?* Madrid: Morata.



- Brynjolfsson, E. C. (2019). Using digital marketing to drive offline sales: Evidence from a field experiment. *Marketing Science*, 38(1), 23-40.
- Buitrago, R. P., & Duque, M. I. (2013). *La economía naranja - Una oportunidad infinita*. [www.pubilication.iadb.org](http://www.pubilication.iadb.org):  
<https://publications.iadb.org/es/publications/spanish/viewer/La-Econom%C3%ADa-Naranja-Una-oportunidad-infinita.pdf>
- Burt, R. S. (1997). The contingent value of social capital. *Administrative Science Quarterly*, 42(2), 339-365.  
<https://doi.org/https://www.behr.ufl.edu/sites/default/files/The%20Contingent%20Value%20of%20Social%20Capital.pdf>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2024). *PIB Bogotá y Colombia, 2015 - 2024*. [www.ccb.org.co](http://www.ccb.org.co):  
<https://www.ccb.org.co/informacion-especializada/observatorio/analisis-economico/crecimiento-economico/pib-bogota-y-colombia-2015-2022>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2024). *Tasa de desempleo en Bogotá, Colombia y 13 principales ciudades y áreas metropolitanas*. [www.ccb.org.co](http://www.ccb.org.co):  
<https://www.ccb.org.co/informacion-especializada/observatorio/analisis-economico/mercado-laboral/tasa-de-desempleo-en-bogota-colombia-y-13-principales-ciudades-y-areas-metropolitanas>
- Cardon, M. S., Wincent, J., Singh, J., & Drnovsek, M. (2009). The nature and experience of entrepreneurial passion. *Academy of Management Review*, 34(3), 511-532. <https://doi.org/https://doi.org/10.5465/amr.2009.40633190>
- Cardoso, A. X. (2024). *Hacia la internacionalización de la educación superior*. [www.mineduacion.gov.co](http://www.mineduacion.gov.co):  
[https://www.mineduacion.gov.co/1621/articles-230245\\_archivo\\_pdf\\_articulo\\_internacionalizacion.pdf](https://www.mineduacion.gov.co/1621/articles-230245_archivo_pdf_articulo_internacionalizacion.pdf)
- Castells, M. (2009). *The Rise of the Network Society*. Manuel Castells.  
<https://doi.org/DOI:10.1002/9781444319514>
- Castells, M. (2012). *Networks of outrage and hope : social movements in the Internet age*. Polity.  
<https://doi.org/https://archive.org/details/networksofoutrag0000cast/page/n3/mode/2up>



- Chesbrough, H. W. (2017). *The Future of Open Innovation: For Growth and Transformation*. University of California Press.
- Coase, R. H. (1937). The Nature of the Firm. *Economica*, 4(16), 386 - 405.  
[https://doi.org/ https://doi.org/10.1111/j.1468-0335.1937.tb00002.x](https://doi.org/10.1111/j.1468-0335.1937.tb00002.x)
- Collings, D. G., Scullion, H., & Vaiman, V. (2018). *Talent management: Theory and practice*. Routledge.
- CONEVAL. (2024). *Medición de la pobreza*. [www.coneval.org.mx](http://www.coneval.org.mx):  
<https://www.coneval.org.mx/Medicion/Paginas/PobrezaInicio.aspx>
- CONEVAL. (2024). *Medición de la pobreza laboral*. [www.coneval.org.mx](http://www.coneval.org.mx):  
[https://www.coneval.org.mx/Medicion/Paginas/ITLP-IS\\_pobreza\\_laboral.aspx](https://www.coneval.org.mx/Medicion/Paginas/ITLP-IS_pobreza_laboral.aspx)
- De Bruyn, A., Tillmanns, S., & Leeftang, P. S. (2020). Marketing in the digital age: A research agenda. *Journal of Interactive Marketing*, 51, 23-41.
- De Los Rios, J. (2025). *Bogotá es el tercer destino de inversión extranjera en Latinoamérica*. [www.caracol.com.co](http://www.caracol.com.co):  
<https://caracol.com.co/2025/04/03/bogota-es-el-tercer-destino-de-inversion-extranjera-en-latinoamerica/>
- De Soto, H. (2016). *The Mystery of Capital: Why Capitalism Triumphs in the West and Fails Everywhere Else*. Basic Books .
- Dutta, D. (2023). Urban resilience: A systematic review of the interplay between poverty, governance, and sustainability. *International Journal For Research In Educational Studies*, 9(5), 1 - 8.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.53555/es.v9i5.2411>
- Farr, D. (2008). *Sustainable urbanism : urban design with nature*. Wiley Press.  
<https://doi.org/https://archive.org/details/sustainableurban0000farr>
- Florida, R., Mellander, C., & Rentfrow, P. J. (2011). The Happiness of Cities. *Regional Studies*, 4, 1 - 15. <https://doi.org/DOI:10.1080/00343404.2011.589830>
- FMI. (3 de octubre de 2023). *Mexico: Staff Concluding Statement of the 2023 Article IV Mission*. [www.imf.org](http://www.imf.org):  
<https://www.imf.org/en/News/Articles/2023/10/03/mexico-staff-concluding-statement-of-the-2023-article-iv-mission>
- FMI. (15 de octubre de 2024). *México: Declaración del personal técnico al término de la misión del Artículo IV correspondiente a 2024*. [www.imf.org](http://www.imf.org):

<https://www.imf.org/es/News/Articles/2024/10/15/mcs-mexico-staff-concluding-statement-of-the-2024-aiv-mission>

García, T. (25 de abril de 2024). *Guadalajara es una de las ciudades con mejor calidad de vida en el país, según el IMCO*. [www.oem.com.mx](http://www.oem.com.mx): <https://oem.com.mx/eloccidental/local/guadalajara-es-una-de-las-ciudades-con-mejor-calidad-de-vida-en-el-pais-segun-el-imco-13160080>

Gobierno de Chía. (2019). *Lineamientos para la formulación del Informe de Gestión Componente de Desarrollo Agropecuario y Rural*. [www.chia-cundinamarca.go.co](http://www.chia-cundinamarca.go.co): <http://www.chia-cundinamarca.gov.co/2019/Informe%20final%20de%20empalme%202016%20-%202019/6%20Desarrollo%20Agropecuario.pdf>

Gobierno de Guadalajara. (2023). *Presupuesto ciudadano - Guadalajara 2023*. [www.transparencia.guadalajara.gob.mx](http://www.transparencia.guadalajara.gob.mx): <https://transparencia.guadalajara.gob.mx/sites/default/files/PresupuestoCiudadanoGuadalajara23.pdf>

Gobierno de México. (2024). *Data México - Guadalajara*. [www.economia.gob.mx](http://www.economia.gob.mx): <https://www.economia.gob.mx/datamexico/en/profile/geo/guadalajara?redirect=true>

Gobierno de México. (2024). *Data México - Jalisco*. [www.economia.gob.mx](http://www.economia.gob.mx): <https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/geo/jalisco-jc>

Gobierno de México. (2024). *Foreign Direct Investment Reaches a New Historic High*. [www.proyectosmexico.gob.mx](http://www.proyectosmexico.gob.mx): <https://www.proyectosmexico.gob.mx/en/foreign-direct-investment-reaches-a-new-historic-high/>

Gouveia, E. L., Atencio, R. M., & Lozada, J. M. (2011). El trabajo de campo estrategia metodológica para estudiar las comunidades. *Omnia*, 9 - 22. [https://doi.org/https://www.researchgate.net/publication/237039436\\_El\\_trabajo\\_de\\_campo\\_estrategia\\_metodologica\\_para\\_estudiar\\_las\\_comunidades](https://doi.org/https://www.researchgate.net/publication/237039436_El_trabajo_de_campo_estrategia_metodologica_para_estudiar_las_comunidades)

Grant, R. M. (2016). *Contemporary strategy analysis (9th ed.)*. John Wiley & Sons.

Greenhaus, J. H., & Beutell, N. J. (1985). Sources of conflict between work and family roles. *Academy of Management Review*, 10(1), 76-88. <https://doi.org/DOI:10.5465/AMR.1985.4277352>



- Hernández, S. R., Fernández, C. C., & Baptista, L. P. (2010). *Metodología de la investigación* (Quinta ed.). México D.F.: McGraw Hill.  
[https://www.esup.edu.pe/descargas/dep\\_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf](https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf)
- Himabindu, N., Ramalinga, S., & Lakshmi, P. (2022). Green Supply Chain Management: A Review and Research Direction. *International Journal of Engineering and Management Research*, 12(4), 17 -21.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.31033/ijemr.12.4.4>
- Hmieleski, K. M., & Baron, R. (2008). When Does Entrepreneurial Self-Efficacy Enhance versus Reduce Firm Performance? *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2(1), 57 - 72. <https://doi.org/DOI:10.1002/sej.42>
- Holliman, A., & Rowley, J. (2014). Business to business digital content marketing: marketers' perceptions of best practice. *Journal of Marketing Management*, 30(2), 27-51. <https://doi.org/DOI:10.1108/JRIM-02-2014-0013>
- Hoyle, B. S., & Knowles, R. D. (1994). *Modern transport geography*. J. Wiley and sons.  
[https://doi.org/https://archive.org/details/moderntransportg0000unse\\_f0n3/page/n3/mode/2up](https://doi.org/https://archive.org/details/moderntransportg0000unse_f0n3/page/n3/mode/2up)
- Hurtado, D. B. (2004). *Metodología de la Investigación*. Caracas: Quirón.
- IIEG. (Septiembre de 2023). *iieg: ns*. [www.iieg.gob.mx: https://iieg.gob.mx/ns/?page\\_id=19646](http://www.iieg.gob.mx: https://iieg.gob.mx/ns/?page_id=19646)
- IIEG. (junio de 2024). *Inflación en Jalisco, Guadalajara y Tepatitlán en enero de 2023*. [www.iieg.gob.mx: https://iieg.gob.mx/ns/wp-content/uploads/2023/02/Ficha-informativa-Inflacion-enero-20230209.pdf](http://www.iieg.gob.mx: https://iieg.gob.mx/ns/wp-content/uploads/2023/02/Ficha-informativa-Inflacion-enero-20230209.pdf)
- INEGI. (2024). *Consulta de indicadores sociodemográficos y económicos por área geográfica - México*. [www.inegi.org.mx: https://www.inegi.org.mx/default.html](http://www.inegi.org.mx: https://www.inegi.org.mx/default.html)
- INEGI. (2024). *Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública (ENVIPE) 2024*. [www.inegi.org.mx: https://www.inegi.org.mx/programas/envipe/2024/](http://www.inegi.org.mx: https://www.inegi.org.mx/programas/envipe/2024/)
- INEGI. (2024). *Indicadores de Bienestar por Entidad Federativa*. [www.inegi.org: https://www.inegi.org.mx/app/bienestar/](http://www.inegi.org: https://www.inegi.org.mx/app/bienestar/)
- Invest in Bogotá. (2024). *Informe de inversión extranjera directa nueva y de expansión en Bogotá- Región*. [www.es.investinbogota.org:](http://www.es.investinbogota.org:)

- [https://es.investinbogota.org/wp-content/uploads/2024/12/Informe\\_IED\\_espanol.pdf](https://es.investinbogota.org/wp-content/uploads/2024/12/Informe_IED_espanol.pdf)
- Isaac, G. J., & Oranday, D. S. (noviembre de 2012). *econpapers: article*. [www.econpapers.repec.org](http://www.econpapers.repec.org):  
[https://econpapers.repec.org/article/ervcontri/y\\_3a2012\\_3ai\\_3a2012-11\\_3a10.htm](https://econpapers.repec.org/article/ervcontri/y_3a2012_3ai_3a2012-11_3a10.htm)
- Jaramillo, G. J., & Isaac, G. J. (2012). *eumed: cursecon*. [www.eumed.net](http://www.eumed.net):  
<https://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2012/pequenas-medianas-empresas-mexicanas.pdf>
- Johanson, J., & Vahlne, J. E. (2009). The Uppsala internationalization process model revisited: From liability of foreignness to liability of outsidership. *Journal of International Business Studies*, 40(9), 1411-1431.  
<https://doi.org/DOI:10.1057/jibs.2009.24>
- Johns, J., Charnock, G., Pitts, F. H., Bozkurt, Ö., Ozdemir, K. D., & Yates, E. (2024). Coworking spaces and workplaces of the future: Critical perspectives on community, context and change. *European Management Review*, 1 -19.  
<https://doi.org/DOI:10.1111/emre.12654>
- Kamargianni, M., Li, W., Matyas, M., & Schaeffer, C. (2016). The impact of Mobility as a Service (MaaS) on urban transport patterns: A systematic review. *Transport Research Part A: Policy and Practice*, 92, 1-16.
- Kannan, P., & Hongshuang, A. L. (2017). Marketing in the digital age: A research agenda. *International Journal of Research in Marketing*, 34(1), 22 - 45.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2016.11.006>
- Klapper, L., Laeven, L., & Rajan, R. (2006). Entry regulation as a barrier to entrepreneurship. *Journal of Financial Economics*, 82(3), 591-629.  
<https://doi.org/DOI:10.1016/j.jfineco.2005.09.006>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Principles of Marketing*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Krugman, P. R., Obstfeld, M., & Melitz, M. J. (2018). *International economics: Theory and policy (11th ed.)*. Pearson Education.



- Kshetri, N. (2006). The Simple Economics of Cybercrimes. , January/February 2006, Available at SSRN: . *IEEE Security and Privacy*, 4(1), 1 - 19.  
<https://doi.org/https://ssrn.com/abstract=881421>
- Lazzeretti, L., Capone, F., & Boix, R. (2009). *Why do creative industries cluster? An analysis of the determinants of clustering of creative industries*.  
[www.ddd.uab.cat](http://www.ddd.uab.cat):  
[https://ddd.uab.cat/pub/worpaper/2010/hdl\\_2072\\_87967/wpierm0902.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/worpaper/2010/hdl_2072_87967/wpierm0902.pdf)
- Lazzeretti, L., Capone, F., & Piccaluga, A. (2016). Why do creative industries cluster? Evidence from the Italian case. *Journal of Economic Geography*, 16(5), 1021-1044.  
[https://doi.org/https://ddd.uab.cat/pub/worpaper/2010/hdl\\_2072\\_87967/wpierm0902.pdf](https://doi.org/https://ddd.uab.cat/pub/worpaper/2010/hdl_2072_87967/wpierm0902.pdf)
- Lederman, D., Messina, J., Pienknagura, S., & Rigolini, J. (2014). *Informe del banco mundial: "el emprendimiento en américa latina: muchas empresas y poca innovación"*. Banco Mundial.
- Lieberman, M., & Blythe, J. (2016). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective (4th ed.)*. SAGE Publications.
- Luzardo, A., De Jesús, D., & Pérez, M. (junio de 2017). *Economía naranja - Innovaciones que no sabías que eran de América Latina*.  
[www.publication.iadb.org](http://www.publication.iadb.org):  
<https://publications.iadb.org/es/publications/spanish/viewer/Econom%C3%ADa-naranja-Innovaciones-que-no-sab%C3%ADas-que-eran-de-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe.pdf>
- Marshall, A. (2005). *Principios de Economía*. Editorial SINTESIS.  
<https://doi.org/https://archive.org/details/202002251726/page/n1/mode/2up>
- Marshall, W. (2020). *Active Transportation: Where Policy Meets Practice*. Island Press.
- Mazzucato, M. (2013). *The entrepreneurial state: Debunking public vs. private sector myths*. Anthem Press.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory*. Sage Publications.  
[https://doi.org/https://archive.org/details/mcquailsmasscomm0000mcqu\\_06ed/page/n3/mode/2up](https://doi.org/https://archive.org/details/mcquailsmasscomm0000mcqu_06ed/page/n3/mode/2up)



- Mendez, M., & Garcia, F. M. (2017). Coworking spaces and the creative economy: A systematic review. *Journal of Urban Affairs*, 39(5), 629-647.
- Mentzer, J. T., DeWitt, W., Keebler, J. S., Min, S., Nix, N. W., Smith, C. D., . . . G., Z. (2011). Defining supply chain management. *Jorunal of Business Logistic*, 22(2), 1 - 25. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/j.2158-1592.2001.tb00001.x>
- Mintzberg, H., Ahlstrand, B., & Lampel, J. (2009). *Strategy Safari: Your complete guide through the wilds of strategic management*. Pearson Education.
- Miranda, Z. A. (enero de 2025). *Inflación anual de Bogotá cerró en 5,69% para 2024*. [www.desarrolloeconomico.gov.co](http://www.desarrolloeconomico.gov.co):  
<https://desarrolloeconomico.gov.co/inflacion-anual-de-bogota-cerro-en-569-para-2024/>
- Mirrlees, J. A. (1971). An exploration in the theory of optimum income taxation. *The Review of Economic Studies*, 38(1), 175-208.  
<https://doi.org/https://www.uib.cat/depart/deaweb/webpersonal/amedeospadar/workingpapers/bibliosecpub/MirrleesRES1971.pdf>
- Molina, J. (10 de noviembre de 2012). *larepublica: empresas*. [www.larepublica.co](http://www.larepublica.co):  
<https://www.larepublica.co/empresas/mas-de-34-empresas-se-registran-cada-hora-en-camaras-de-comercio-2025239>
- Müggenburg, R. M., & Pérez, C. I. (2007). Tipos de estudio en el enfoque de investigación cuantitativa. *Revista Enfermería Universitaria*, 4(1), 35 - 38.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.22201/eneo.23958421e.2007.1.469>
- Neff, G. (2012). *Venture labour*. MIT Press.
- Newman, G. &. (2017). Urban resilience: A systematic review. *City and Community*, 16(1), 1 - 17.
- NTR Noticias. (30 de julio de 2019). *Colaboran universidades en desarrollo social*. [www.ntrzacatecas.com](http://www.ntrzacatecas.com):  
<http://ntrzacatecas.com/2019/07/30/colaboran-universidades-en-desarrollo-social/>
- Observatorio de turismo de Bogotá. (2024). *Notas de coyuntura*. [www.observatorio.idt.gov.co](http://www.observatorio.idt.gov.co):  
[https://observatorio.idt.gov.co/sites/default/files/2025-02/Nota%20de%20Coyuntura%20-%20PIB%202024\\_III.pdf](https://observatorio.idt.gov.co/sites/default/files/2025-02/Nota%20de%20Coyuntura%20-%20PIB%202024_III.pdf)



- Observatorio económico de Bogotá. (5 de marzo de 2025). *La tasa de desempleo de Bogotá se ubicó en 9,3 % en el periodo noviembre 2024 – enero 2025, disminuyó un punto porcentual frente al año anterior.* [www.observatorio.desarrolloeconomico.gov.co](http://www.observatorio.desarrolloeconomico.gov.co):  
<https://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/publicaciones/boletines/la-tasa-de-desempleo-de-bogota-se-ubico-en-93-en-el-periodo-noviembre-2024-enero-2025-disminuyo-un-punto-porcentual-frente-al-ano-anterior/>
- Observatorio fiscal de Bogotá. (2024). *Pobreza multidimensional en Bogotá.* [www.observatoriofiscal.shd.gov.co](http://www.observatoriofiscal.shd.gov.co):  
[https://observatoriofiscal.shd.gov.co/sites/default/files/documentos\\_analisis/Boletines/pobreza\\_multidimensional/Boletin\\_Pobreza\\_Multidimensional\\_2023.pdf](https://observatoriofiscal.shd.gov.co/sites/default/files/documentos_analisis/Boletines/pobreza_multidimensional/Boletin_Pobreza_Multidimensional_2023.pdf)
- OECD. (2019). *Enhancing the Digital Security of SMEs.* [www.oecd.org](http://www.oecd.org):  
[https://www.oecd.org/en/publications/enhancing-the-digital-security-of-products\\_cd9f9ebc-en.html](https://www.oecd.org/en/publications/enhancing-the-digital-security-of-products_cd9f9ebc-en.html)
- Perry, G. E., Maloney, W. F., Arias, O. S., Fajnzylber, P., Mason, A. D., & Saavedra-Chanduvi, J. (2007). *Informality: Exit and exclusion.* World Bank Publications.
- Piketty, T. (2014). *Capital in the twenty-first century.* Harvard University Press.
- Pine, B. J. (2019). *The Experience Economy: Competing for Customer Time, Attention, and Money (Revised Edition).* . Harvard Business Review Press.
- Porter, M. E. (1998). Clusters and the New Economics of Competition. *Harvard Business Review*, 76(6), 77 - 90. <https://doi.org/https://hbr.org/1998/11/clusters-and-the-new-economics-of-competition>
- Porter, M. E. (1998). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance.* Simon and Schuster.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community.* Simon and Schuster.
- Quadratin - Tlaxcala. (30 de julio de 2019). *tlaxcala.quadratin: municipios.* [www.tlaxcala.quadratin.com](http://www.tlaxcala.quadratin.com). mx:  
<https://tlaxcala.quadratin.com.mx/municipios/tlaxcala/va-imss-tlaxcala-por-el-combate-de-la-pobreza-y-la-vulnerabilidad/>



- Quadratin Jalisco. (13 de octubre de 2021). *quadratin: principal*.  
www.quadratin.com.mx: <https://jalisco.quadratin.com.mx/principal/reflexionan-sobre-crecimiento-economico-de-las-industrias-creativas/>
- Rawls, J. (1971). *A theory of justice*. Harvard University Press.
- Robles, O. D., & Martínez, G. M. (2018). Determinantes principales de la informalidad: un análisis regional para México. *Región y sociedad*, 30(71).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.22198/rys.2018.71.a575>
- Rogers, E. M., Singhal, A., & Quinlan, M. M. (2009). Diffusion of Innovations. *Comunication, Theory and Research*, 418 - 434.  
<https://doi.org/DOI:10.4324/9780203710753-35>
- Rojas, M. A., & Botero, M. J. (2012). *Diseño de una estrategia de desarrollo responsable y sostenible de productividad estructurada en los soportes categóricos y enfoques productivos*. www.repository.urosario.edu.co:  
<https://repository.urosario.edu.co/server/api/core/bitstreams/faf9d563-a214-4b61-b6f7-4c82b60dab48/content>
- Romo, P. (1 de noviembre de 2024). *Inflación en zona metropolitana de Guadalajara asciende a 5.3% al iniciar 2024*. [www.eleconomista.com.mx](http://www.eleconomista.com.mx):  
<https://www.eleconomista.com.mx/estados/Inflacion-en-zona-metropolitana-de-Guadalajara-asciende-a-5.3-al-iniciar-2024-20240111-0060.html#:~:text=La%20zona%20metropolitana%20de%20Guadalajara%20i nici%C3%B3%202024%20con,la%20cuesta%20de%20enero%20en%20las%20>
- Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jaffe, J. F. (2019). *Corporate finance (12th ed.)*. McGraw-Hill Education.
- Scott, A. J. (2006). Creative cities: Conceptual issues and policy questions. *Journal of Urban Affairs*, 28(1), 1 -17. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.0735-2166.2006.00256.x>
- Secretaría de Desarrollo Económico de Jalisco. (Noviembre de 2024). *Indicadores económicos*. [www.sedeco.jalisco.gob.mx](http://www.sedeco.jalisco.gob.mx):  
<https://sedeco.jalisco.gob.mx/indicadores-economicos>



Secretaría de Economía - México. (2024). *Inversión Extranjera Directa*. [www.gob.mx:  
https://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/competitividad-y-normatividad-  
inversion-extranjera-directa?state=published](https://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/competitividad-y-normatividad-inversion-extranjera-directa?state=published)

Secretaría de Hacienda de Bogotá. (2024). *Informes de ejecución presupuestal*.  
[www.haciendabogota.gov.co:](https://www.haciendabogota.gov.co)  
[https://www.haciendabogota.gov.co/es/sdh/informes-de-ejecucion-  
presupuestal](https://www.haciendabogota.gov.co/es/sdh/informes-de-ejecucion-presupuestal)

Secretaría de Hacienda de Bogotá. (2025). *Impuesto predial unificado*.  
[www.haciendabogota.gov.co:](https://www.haciendabogota.gov.co)  
<https://www.haciendabogota.gov.co/es/impuestos/impuesto-predial-unificado>

Secretaría de Hacienda de Guadalajara. (2024). *Presupuesto ciudadano - Guadalajara 2024*. [www.transparencia.guadalajara.gob.mx:](https://transparencia.guadalajara.gob.mx)  
[https://transparencia.guadalajara.gob.mx/sites/default/files/PresupuestoCiuda-  
danoGuadalajara24.pdf](https://transparencia.guadalajara.gob.mx/sites/default/files/PresupuestoCiudadanoGuadalajara24.pdf)

Secretaría de Hacienda y Crédito Público de México. (2023). *Criterios generales de política económica para la iniciativa de ley de ingresos y el proyecto de presupuesto de egresos de la Federación correspondientes al ejercicio fiscal 2024*. [www.finanzaspublicas.hacienda.gob.mx:](https://www.finanzaspublicas.hacienda.gob.mx)  
[https://www.finanzaspublicas.hacienda.gob.mx/work/models/Finanzas\\_Public-  
as/docs/paquete\\_economico/cgpe/cgpe\\_2024.pdf](https://www.finanzaspublicas.hacienda.gob.mx/work/models/Finanzas_Publicas/docs/paquete_economico/cgpe/cgpe_2024.pdf)

Secretaría de Planeación de Bogotá. (2024). *Política pública distrital para la superación de la pobreza en Bogotá*. [www.sdp.gov.co:](https://www.sdp.gov.co)  
[https://www.sdp.gov.co/sites/default/files/informes\\_pobreza\\_s1-24.pdf](https://www.sdp.gov.co/sites/default/files/informes_pobreza_s1-24.pdf)

Sen, A. (1999). *Development as freedom*. Oxford University Press.

Sierra, P. J. (2024). *La investigación como prioridad universitaria*. [www.studocu.com:](https://www.studocu.com)  
[https://www.studocu.com/pe/document/universidad-nacional-de-san-antonio-  
abad-del-cusco/redaccion-de-textos/la-investigacion-como-prioridad-  
universitaria/29036549](https://www.studocu.com/pe/document/universidad-nacional-de-san-antonio-abad-del-cusco/redaccion-de-textos/la-investigacion-como-prioridad-universitaria/29036549)

Smith, A. (1776). *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. The Business Historical Society.  
[https://doi.org/https://archive.org/details/inquiryintonatur01smit\\_0/page/n3/mod-  
e/2up](https://doi.org/https://archive.org/details/inquiryintonatur01smit_0/page/n3/mode/2up)



- Statista. (2021). *statista: estadísticas*. [www.es.statista.com: https://es.statista.com/estadisticas/1187534/indice-competitividad-urbana-mexico/](https://es.statista.com/estadisticas/1187534/indice-competitividad-urbana-mexico/)
- Tamayo, T. M. (1999). *Formas y tipos de investigación*. México D.F.: Limusa.
- UNCTAD. (2024). *Informe sobre las inversiones en el mundo 2024*. [www.unctad.org: https://unctad.org/publication/world-investment-report-2024](https://unctad.org/publication/world-investment-report-2024)
- Vargas, B. B. (2014). Tópicos de inferencia estadística: el método inductivo y el problema del tamaño de la muestra. *Fides Et Ratio*, 7(7), 86 - 92. [https://doi.org/http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=s2071-081x2014000100007](https://doi.org/http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s2071-081x2014000100007)
- Vásquez, B. A. (2007). Desarrollo endógeno. Teorías y políticas de desarrollo territorial. *Journal of Regional Research*, 11, 283 - 210. <https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2500824>
- Vázquez, B. A. (2017). *Territorial Development and Innovation: A Conceptual Review*. Routledge.
- Weber, A. (1909). *theory of the location of industries*. The University of Chicago Press. [https://doi.org/https://archive.org/details/bwb\\_P8-BJI-603/page/n7/mode/2up](https://doi.org/https://archive.org/details/bwb_P8-BJI-603/page/n7/mode/2up)
- Y. Liu, X., Tao, X., Li, A. W., & Hu, S. (2023). Artificial Intelligence in Smart Logistics Cyber-Physical Systems: State-of-The-Arts and Potential Applications. *IEEE Transactions on Industrial Cyber-Physical Systems*, 1, 1 - 20. <https://doi.org/doi:10.1109/TICPS.2023.3283230>
- Yin, Y., Gao, J., Jones, B., & Wang, D. (2021). Coevolution of policy and science during the pandemic. *Science*, 371, 128 - 130. <https://doi.org/https://doi.org/10.1126/science.abe3084>
- Yousafzai, S. H., Ahmad, M., & Pour, S. A. (2018). The impact of online marketing on consumer purchase intention. *Journal of Research in Business and Management*, 6(1), 1 - 7.



Los sucesos de la pandemia por COVID-19 revitalizaron las ideas de la economía creativa, también conocida como "naranja", emergiendo esta como una estrategia relevante para afrontar el desafío de la reactivación económica en Latinoamérica. Diversas publicaciones destacaron a Colombia y México como países que impulsaban este modelo con fuerza, por lo que los investigadores se enfocaron en indagar sobre su estado en algunas zonas destacadas de Bogotá D.C. en Colombia, y otras de Guadalajara y Tlaquepaque en el estado Jalisco de México.

Este libro explora a fondo, mediante un análisis comparativo, los factores que determinan la probabilidad de fracaso en las pequeñas y medianas empresas de las zonas estudiadas. La lupa se centra en cómo la capacidad de cada unidad productiva para generar valor agregado moldea su nivel de competitividad.

Con los datos compilados se utilizó una metodología de indicadores comparados, los cuales permitieron conocer la capacidad de respuesta de las unidades económicas ante eventuales procesos de relacionamiento para la comercialización y el crecimiento económico sostenido.

Finalmente, este producto de investigación trasciende su valor académico al constituirse en una pieza clave para los procesos misionales de educación y el relacionamiento internacional entre los territorios que fueron objeto de nuestro estudio, los cuales serán considerados para una propuesta formal de hermanamiento, en concordancia con las regulaciones pertinentes vigentes en cada ciudad colombiana y mexicana.



**CIEDES**

Sello editorial