

INNOVACIÓN E INDUSTRIAS CREATIVAS: UNA REVISIÓN DE ARTÍCULOS CIENTÍFICOS

INNOVATION IN CREATIVE INDUSTRIES: A REVIEW

Ana Mercedes Fraile Benítez^{1,*}, Sonia Patricia Garzón Martínez²,
Cindy Paola Mantilla Rivero³, Nidia Stella Rincon Parra⁴

RESUMEN

El propósito principal de esta revisión es presentar a los estudiosos una identificación actualizada sobre industria creativa e innovación. Se revisó la literatura inicialmente en la base de datos Web of Science y posteriormente se amplió a Scopus y Google académico limitándose a artículos de industria creativa e innovación publicados en los últimos 10 años, luego la información bibliográfica obtenida se analizó con software Vosviewer y Maxqda donde la influencia del concepto en la dinámica y la evolución de la innovación en la industria creativa lo cual permite comprender cómo ha evolucionado los conceptos de innovación en donde se hace evidente la relevancia de la Gestión del Conocimiento; quedando claro que la innovación en la industria creativa no solo transforma sectores económicos, sino que también desencadena un impacto significativo en la forma en que se vive, aprende y se conecta en la sociedad del conocimiento.

Palabras clave: Diseño industrial, Innovación, Industrias creativas, Pequeña Empresa.

ABSTRACT

The main purpose of this review is to present scholars with an up-to-date identification of the creative industry and innovation, for which the literature was reviewed initially in the Web of

¹Universidad Nacional Abierta y a Distancia. Escuela de Ciencias Básicas Tecnología e Ingeniería. Boyacá, Colombia. orcid.org/0000-0001-9765-7823.

²Universidad Nacional Abierta y a Distancia. Escuela de Ciencias Básicas Tecnología e Ingeniería. Boyacá, Colombia. orcid.org/0000-0002-7900-9918

³Pedagogical and Technological University of Colombia. Administradora Industrial. Boyacá, Colombia orcid.org/0000-0003-4407-0812

⁴Universidad Nacional Abierta y a Distancia. Escuela de Ciencias Básicas Tecnología e Ingeniería. Boyacá, Colombia. orcid.org/0000-0002-5956-6610

*Autor para correspondencia: ana.fraile@unad.edu.co

Science database and later expanded to Scopus and Google Scholar, limiting itself to articles economic sectors, but also triggers a significant impact on the way people live, learn and connect in the knowledge society.

Keywords: Innovation, Industrial Design, Creative Industries, Small Business.

INTRODUCCIÓN

El tema de innovación toma una posición relevante en el desarrollo económico y de las sociedades, su aplicación es adecuada y recompensada en comparación con la creatividad o proceso creativo, el cual tiene sus bases en el descubrimiento e invención; proceso que es llevado a cabo de una manera lenta. Es necesario mencionar que la tecnología existente no hace creativos a los hombres lo que hace es su *wetware* el cual hace referencia a las habilidades y el cerebro propio. La innovación por su parte requiere de una aplicación intensiva y las industrias creativas exigen de este factor ya que la innovación y las habilidades pueden llegar a ser limitadas si no hay algo que transformar. Asimismo, la cultura de individuos con potencial creativo hace de naciones con mayor equilibrio económico y contribuye a la generación de ambientes propicios para el desarrollo intelectual espiritual y físico. La creatividad da paso para que el conocimiento sea efectivo e implica la creación de algo desde cero y no solo la transformación de algo ya existente como lo es la innovación.

Igualmente, Paris & Mahmoud (2019) han indicado que las industrias creativas son un factor importante de inspiración y de búsqueda de soluciones las cuales se centran en actividades que parten de una creatividad individual para la generación de empleo y riqueza, lo cual apoya lo planteado por Protogerou *et al.* (2017) quienes aseguran que las industrias creativas interactúan con otras industrias para resolver problemas dados por cambios socioculturales o tecnológicos, produciendo un mayor valor cuando la economía está en evolución; ahora bien, es importante resaltar que la producción creativa ha crecido a una tasa del 10% anual aumentando a 2 billones de dólares representando el 7% del PIB mundial convirtiéndose así en motor del desarrollo económico (Jiao *et al.*, 2019).

De otra parte, es claro que las industrias enfrentan retos internos relacionados con la baja capacidad de orientar una cultura organizacional transformadora y promotora de creatividad, expuesta a creencias cambiantes y retos externos como la fuerte incertidumbre del mercado (Zhou *et al.*, 2020); este comportamiento del mercado por su parte es cada vez más indivisible lo que hace que se requiera en niveles mucho mayores la diversificación del producto y desarrollo final (Tomczyk & Spsychalska-Wojtkiewicz, 2018); por ello las industrias creativas para mantener su continuidad en un entorno dinámico acumulan recursos sociales y de aprendizaje llegando a convertirse en otro desafío (Chih-Hsing, 2018). Estos retos hacen evidente la necesidad del desarrollo de una interfaz, que relacione la creación y el mercado, compuesto por restricciones que permitan la integración de recursos, tiempo, viabilidad y la generación de culturas orientadas a la creatividad e innovación (Wentao, 2020).

Con este artículo se espera que el lector pueda entender la importancia que tiene la innovación en industrias creativas y reconozca los aportes investigativos relacionados con el tema de innovación e industrias creativas expuestas en la literatura científica.

MATERIAL Y MÉTODOS

De acuerdo con Hannah (2019) la revisión de literatura debe garantizar que los estudios sean precisos y confiables, siendo vital cuando se pretende tener una visión holística y sistemática del tema o del problema de la investigación por ello con este artículo se muestra la descripción general de la investigación en Innovación en Industrias Creativas, dando un marco conceptual de los aportes que los teóricos han realizado, así como analistas y estudiosos esperan que sirvan de direcciones económicas y académicas futuras.

La estructura metodológica de la investigación está constituida por dos fases descritas en la Figura 1.



Figura 1. Estructura Metodológica

Etapa 1. Revisión sistemática de la literatura

Planificación: En esta etapa se identificaron las fuentes de información. Definiendo, aclarando y analizando las tendencias investigativas asociadas a los tópicos de innovación, innovación en industrias creativas, e industrias creativas. La búsqueda fue realizada inicialmente en la base de datos Web of Science y posteriormente se amplió a Scopus y Google académico.

Desarrollo: Esta etapa se ejecuta en cinco momentos que se presentan de forma gráfica en la Figura 2.

Construcción de la ecuación de búsqueda y su aplicación en la base de datos, adicionalmente los términos fueron buscados en los campos título y palabras clave utilizando el operador booleano and. Se incluyó un periodo de tiempo el cual abarca artículos entre (2014-2024) en idioma inglés, obteniendo la siguiente ecuación de búsqueda: *“innovation”AND”creative industries” Refinado por tipos de documentos: (article) and categorías de web of science: (management);* Período de tiempo: últimos 10 años.; Índices: *Sci-Expanded, Ssci, A&Hci, Esci.*

del conocimiento y metalmecánico, dada la conveniencia para profundizar en el sector metalmecánico.

En el tercer paso, se realizaron los respectivos filtros leyendo los títulos y documentos resultantes y se seleccionaron aquellos relacionados con el tema, dando como resultado los documentos que cumplían con los lineamientos y el objeto de investigación. En el cuarto paso se leen los documentos y el resumen que permita seleccionar los 75 documentos a analizar, de los que se evidencia una relación directa con la investigación. La lectura se realiza con el apoyo del software de análisis cualitativo Maxqda (Berlin, 2024)

Etapa 2: Revisión y análisis de aportes teóricos:

Para ello se estudiaron los 75 documentos que se referencian en la Tabla 1, donde se analizó la influencia del concepto en la dinámica y la evolución de la innovación en la industria creativa. A continuación, se presenta la nomenclatura utilizada en la tabulación.

- I: Innovación
- IC: Industrias creativas
- EC: Economía creativa
- E: Emprendimiento
- DE: Desarrollo económico

En la revisión de documentos en la base de datos Google Académico se profundizó en las palabras *Co – Creación e Incubadora*; siendo importante resaltar que la palabra *Incubadora* en sentido estricto no se generó dicho hallazgo; sin embargo, en un análisis contextual los términos encontrados se refieren especialmente a; centro de emprendimiento, aceleradora de empresa.

En la Tabla 1 se presentan las referencias analizadas.

Tabla 1. Aspectos teóricos y/o claves de innovación en industrias creativas

FUENTE	I	IC	EC	E	DE	CO
Benghozi & Salvador (2016)		X	X			
Braude & Fiorentin (2024)	X					X
CCB - PNUD. (2020)						
Cavada (2021)		X	X			
Cardozo Correa (2020)	X		X			
Chen <i>et al.</i> (2018)		X			X	
Cueva & Sánchez (2024)	X			X	X	
Cicerone <i>et al.</i> (2021)	X	X		X		
Del Giorgio <i>et al.</i> (2021)	X		X		X	
de Alba Mendoza, & Matosas (2024)	X	X				
Dorado Tovar (2022)	X				X	
Duitama <i>et al.</i> (2024)		X			X	
Erazo <i>et al.</i> (2021)	X			X	X	

Continuación Tabla 1: Aspectos teóricos y/o claves de innovación en industrias creativas

FUENTE	I	IC	EC	E	DE	CO
Franco, & González (2023)						
Forero-Triana et al. (2021).	X	X			X	
González & De Armas (2023)	X				X	X
González & Sánchez (2021)	X		X			X
Gordillo et al. (2021)	X	X		X		
Grigorenko (2019)	X	X				
Gundolf et al. (2018)			X	X		
Heidemann Lassen et al. (2018)			X			
Henríquez-Calvo et al. (2024)	X				X	X
Hernández & Jaramillo (2020)			X		X	
Herrera & Jiménez (2021)	X				X	X
Higuera et al. (2021)	X		X			
Herrera (2019)		X	X		X	
Ibujés Villacís (2023)	X			X	X	
Jiao et al. (2019)		X				
Jimenez (2021)	X			X		
Jones et al. (2016)	X	X				
Klein & Spychalska (2020)			X			
Kohn & Wewel (2018)		X				
Kruger et al. (2023)		X		X		X
Landoni et al. (2020)				X		
Lázaro & Uribe (2021)		X		X		
León et al. (2023)			x			
Li (2020)		X	X			
Kohn & Wewel (2018)		X				
Kruger et al. (2023)		X		X		X
Landoni et al. (2020)				X		
Lázaro & Uribe (2021)		X		X		
León et al. (2023)			x			
Li (2020)		X	X			
Liu (2018)	X		X			
Lira et al. (2023)	X	X				X
López Calderón (2021)					X	
López-Orjuela (2020)		X			X	

Continuación Tabla 1: Aspectos teóricos y/o claves de innovación en industrias creativas

FUENTE	I	IC	EC	E	DE	CO
Luna & Güenaga (2019)	X	X		X		
Martin-Rios & Parga-Dans (2016)						
Miguel Molina <i>et al.</i> (2019)	X	X				
Montoya (2021)	X			X	X	
Morelos <i>et al.</i> (2021)		X	X	X	X	
Morlà & Brunet (2019)			X		X	
Mosquera & Barbosa (2021)		X	X		X	
Mylonas & Petridou (2018)		X		X		
Navarro (2017)	X		X		X	
Ostos Ortiz (2021)	X	X	X	X	X	
Padierna & Buitrago (2020)		X	X			
Paris & Ben (2019)						
Paz (2020)	X	X	X	X	X	
Protogerou <i>et al.</i> (2017)	X			X		
Quintero (2022)	X			X	X	X
Quinto Mosquera (2020)	X				X	
Peñafiel Rivas (2020)		X	X		X	
Rodríguez Arroyave (2020)	X	X	X			
Roman (2023)		X		X		
Rodríguez <i>et al.</i> (2020)		X	X			
Romero (2021)	X					
Romero-Betancur (2021)		X	X		X	
Sánchez (2023)	X			X	X	
Santoro (2020)		X				
Shepherd <i>et al.</i> (2019)	X			X		
Silva <i>et al.</i> (2023)	X				X	X
Snyder (2019)		X				
Soto <i>et al.</i> (2019)	X			X		
Tomczyk & Spsychalska (2018)		X	X		X	
Trujillo <i>et al.</i> (2021)						
Yecies <i>et al.</i> (2020)				X		
Yu (2020)	X				X	
Zhou <i>et al.</i> (2020)	X				X	

RESULTADOS Y DISCUSIONES

RESULTADOS

Proceso de revisión de la literatura facilitó el desarrollo de análisis descriptivo, las cuales parten a su vez de Innovación, industrias creativas, emprendimiento, economía creativa, industrias. En la Figura 4, se presentan los resultados obtenidos.

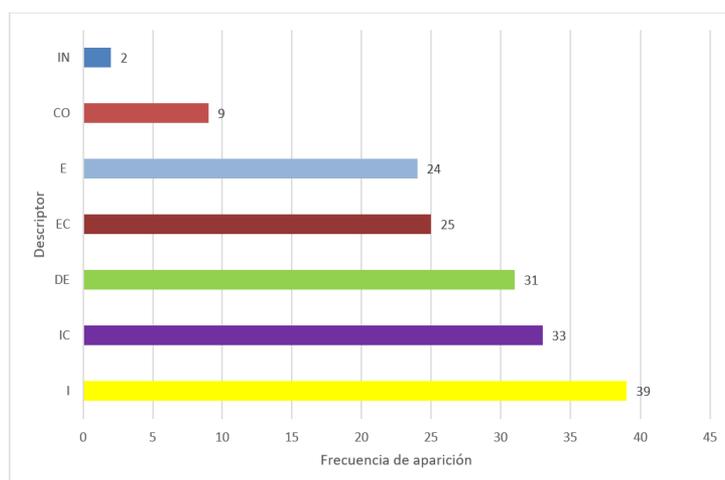


Figura 4. Resultados del análisis documental

Los resultados muestran que, de las fuentes bibliográficas analizadas el 24% de las fuentes documentales referencia de forma significativa a la *Innovación*, contextualizada como el motor de la competitividad de la organización y haciendo uso asertivo de las diferentes clases de innovación, entre otras, como la disruptiva y la incremental, según sean las circunstancias económicas y sociales del entorno productivo.

El siguiente lugar lo ocuparon en forma paralela, *Industria Creativa* con el 20%, y *Desarrollo económico* con un 19% donde la economía de la creatividad reconoce el valor agregado del talento creador, propiedad intelectual, nuevas formas de hacer las cosas, la interconectividad, el legado histórico y el quehacer artístico, concepción que plantea de forma explícita el BID en su libro *Naranja* (Alegre & Esponda, 2017); a su vez, el desarrollo económico es lo que una nación busca, para generar un aumento del cierre de brechas sociales, de mercado laboral y de condiciones de vida, permitiendo el fortalecimiento de la mediana y pequeña empresa, incentivando una sociedad más equitativa, con soluciones económicamente viables.

De la misma manera, no con menos relevancia el aspecto emprendimiento con 15%, que sustenta su actuar en la razón de promulgar el crecimiento económico incluyendo nuevas formas de hacer las cosas o nuevas cosas, fortaleciendo la capacidad competitiva, que a su vez fortalece el desarrollo humano (Granados et al., 2020).

No se puede desconocer la filigrana que se crea en las diferentes interrelaciones y

actuales de los aspectos analizados; por ejemplo, es fundamental comprender el impacto de la innovación en las industrias creativas, alcanzadas por organizaciones que tienen como eje central la producción, difusión creación y distribución de servicio o bienes culturales o creativos. El término de Industrias creativas varía en distintos países, según Tomczyk *et al.* (2018) en Estados Unidos son llamadas industrias de la información. Aportes como los de Rodríguez-Gulías *et al.* (2020), agregan que la innovación en industrias creativas se promueve a través de mecanismos de oferta y demanda los cuales se basan en la creación y desarrollo de nuevos servicios y productos, modelos de negocio, acompañadas de soluciones innovadoras, promotoras de cohesión social e identidad cultural.

En este sentido se trata de definir innovación en industrias creativas según Heinemann *et al.* (2018), estas industrias se enfocan en la producción de bienes de experiencia de la mano de elementos creativos que apuntan al mercado jugando un papel importante los emprendedores creativos. Menciona Santoro *et al.* (2020), los cuales son caracterizados por la explotación de oportunidades orientadas a la libertad artística o al reconocimiento del equipo o compañeros. Por su parte Martín-Ríos & Parga-Dans (2016), hacen referencia a las industrias creativas como organizaciones que cuentan con el ingrediente de esfuerzo artístico o creativo en sus productos o servicios involucrando valor económico objetivos de mercado, alto componente creativo, y actividades de conocimiento.

De igual forma, Miguel Molina *et al.* (2019), aseguran que las industrias creativas deben tener un alto componente de soluciones innovadoras que les permita proporcionar ventajas competitivas de la mano de un valor económico a través de un sentido de identidad, convivencia, solidaridad Martín & Parga (2016) lo cual se refuerza con lo expuesto por Chen *et al.* (2018), quienes argumentan que las industrias creativas mejoran su capacidad competitiva y crean valor aprovechando tanto sus recursos como conocimiento.

De otra parte, Mylonas & Petridou (2018) incluyen distintas áreas de negocio como arquitectura, música, fotografía, artes escénicas, publicidad, software donde el ingenio originalidad y novedad son determinantes en su desarrollo, y es que la creatividad es el corazón de las industrias creativas. Otros autores Benghozi, & Salvador (2016) definen la innovación en industrias creativas como actividades basadas en el conocimiento que comprenden productos y servicios con contenido creativo. Jones *et al.* (2016), asocia a las industrias creativas como generadoras de efectos indirectos a otras industrias asociadas a la calidad de vida. Según Donawa & Gámez (2019) las industrias creativas son pioneras y son ejemplo para las empresas tradicionales.

Bajo los planteamientos anteriores y considerando las investigaciones realizadas hasta 2024 se constituyen conceptos propuestos por distintos autores sobre la *innovación* en la última década.

En la Tabla 2, se presentan los autores con conceptos más significativos para industrias creativas e innovación en industrias creativas, encontrados en el análisis documental.

Tabla 2. Bases de datos Web of Science, 2024

Autor	Concepto innovación en industrias creativas e industrias creativas
Benghozi & Salvador (2016)	Actividades basadas en conocimiento que comprenden productos y servicios con contenido creativo.
Martin-Rios & Parga-Dans (2016)	Empresas que cuentan con el esfuerzo artístico en sus productos o servicios con alto componente creativo y actividades de conocimiento.
Protogerou et al. (2017)	Industrias encargadas de resolver problemas dadas por cambios socioculturales o tecnológicos
Paris et al. (2019)	Industrias con un componente alto de inspiración y búsqueda de actividades que parten de la creatividad individual con alto potencial para la generación de riqueza
Rodríguez-Gulías et al. (2020)	Industrias promotoras de cohesión social e identidad cultural
de Alba Mendoza & Matosas (2024).	La base de la innovación es la creatividad que surge en una estructura abierta que motive e invite a la libre expresión. Es la introducción de algo nuevo en el mercado
Henríquez-Calvo et al. (2024)	Relacionada con la digitalización y transformación digital áreas que tuvieron una aceleración en su desarrollo debido a los efectos ya conocidos generados por la pandemia.

De otra parte, en la Figura 5 se puede observar la evolución respecto al concepto innovación en industrias creativas.



Figura 5. Evolución del concepto innovación en industrias creativas.
 Fuente. Elaboración propia basada en revisión artículos científicos. 2024

Como se observa existen tres elementos que reflejan la importancia del concepto de innovación y la potencialidad de entrelazarlo de una manera fuerte con la creatividad, siendo claro que en países en desarrollado se generan ideas, pero no se hace mercadeo de estas y

en eso quedan en la fase de ideación. Gordillo *et al.* (2021), aseguran que la innovación en las industrias creativas va alineada con una búsqueda constante de algo novedoso que requiere de diferentes formas colaborativas, si bien importantes autores mencionados anteriormente afirman que la innovación en industrias va de la mano con un componente llamado practica o esfuerzo artístico el cual surge de una necesidad de expresión renovación libertad.

Por otra parte, importancia de la innovación en las empresas y organizaciones es ampliamente estudiada por de Alba Mendoza & Matosas (2024); quienes subrayan que es un concepto ampliamente mencionado y vital para la supervivencia en un entorno empresarial cambiante. Los países que publicaron mayor número de documentos están en su orden Reino unido con 54 publicaciones correspondiente al 12%, seguido por Estados Unidos y China con 47 y 44 documentos que corresponden al 11% y 10% respectivamente; de Latinoamérica no aportan en los diez primeros lugares de publicación.

DISCUSIONES

Los hallazgos de la revisión documental permiten identificar aspectos clave para analizar innovación en industrias creativas dado que exige rigurosidad en la selección y análisis inicialmente en cuanto a la ecuación de búsqueda pues los reportes facilitan la toma de decisión frente a mantener o cambiar el rumbo en relación a nuevos términos o conceptos o por aquellos que a pesar de haber generado impacto puede que para el momento sea imperativo revisar la evolución pues se generan nuevos conocimientos lo cual claramente orienta a nuevas tendencias y cambios que para este caso específicamente se centran y mantienen en la palabra *innovación*.

Es de indicar que los documentos analizados muestran que la principal característica de innovación e industria creativa es la *Gestión del Conocimiento* GC el que se integra de manera sistémica a las capacidades de innovación de una organización y que como resultado de esa interacción se determinan los factores relevantes para fomentar la innovación en la industria de manufactura Ibijés Villacís (2023); además se hace evidente que el proceso de monitoreo e incentivos influye de manera importante (Higuera-Ojito *et al.*, 2021).

Ahora bien, en relación con la pequeña empresa además de GI, aunque se incluye la tecnología y la Gestión de mercado y comunicaciones; se destaca como tal la importancia de la economía digital (ED) que relaciona la adaptación y transformación de las actividades económicas, a las tecnologías de comunicación y de tratamiento de información tal como lo argumentan Cueva & Sánchez-Bayón (2024); quienes además destacan en la ED la multidisciplinariedad, la constante evolución y adaptación frente a los desafíos que sugieren el uso y aplicación de las tecnologías digitales.

Claramente la industria creativa se soporta en la GC y se centra entonces en Creatividad, innovación y arte que pueden ser inclusive incubadoras de segunda o tercera generación entendidas como aquellas que desde la academia se facilitan espacio y capacidad en gestión del conocimiento para investigar en nuevas tecnologías que podrían llegar a dinamizar redes internacionales de cooperación y transferencia de tecnología Morales-Morejón *et al.* (2024), para efectos entonces de esta investigación las organizaciones denominadas como incubadoras se tratan como industria creativa.

Las industrias creativas toman cada vez mayor importancia para la economía global como

para la innovación no solo por los beneficios económicos sino también por las oportunidades laborales que trae consigo Chen *et al.* (2018). Las ideas y la innovación son el eje central de las actividades en las industrias creativas (Gundolf *et al.*, 2018).

Los documentos estudiados permiten profundizar respecto a la GC y su vital aporte en la industria creativa e la innovación; y crea nuevos interrogantes frente a la preparación de las organizaciones para dinamizar sus procesos, así como su capacidad de aprendizaje y adaptación en el manejo inteligente de tecnologías de información y comunicación – TIC no solo en el proceso de aprendizaje y adaptación sino además con fines colaborativos donde los actores puedan estar preparados para afrontar los retos que presenta la economía digital.

También es importante destacar que para futuras investigaciones las posibilidades pueden orientarse hacia la sostenibilidad y quizá alinearse a las estrategias latinoamericanas para la transformación verde expuestas por Braude *et al.* (2024) y que además la Transición Energética y Aprovechamiento Sustentable, de la Energía en México o la Bioenergía en Costa Rica; o Eficiencia Energética de Chile y para Colombia avanzar en la Construcción de un Sistema de Información de Economía Circular -SIEC.

CONCLUSIONES

Los hallazgos de la investigación resaltan el interés por avanzar en el conocimiento de la innovación dentro de las industrias creativas, no solo por el rol fundamental en la mejora de la productividad y la competitividad; sino en los procesos de transición hacia esa deseada innovación disruptiva; indicando además que dicha transición se debe afrontar de forma clara, completa y rápida pues la velocidad con la que evolucionan los ámbitos cultural, social están determinados por las nuevas tecnologías ahora la inteligencia artificial AI y por tanto se generan nuevas necesidades de gestión de conocimiento especializado para el diseño de productos y servicios que se adecuen de manera óptima a las necesidades cambiantes.

A medida que se explora nuevos horizontes en la intersección de la imaginación y la tecnología, queda claro que la innovación en la industria creativa no solo transforma sectores económicos, sino que también desencadena un impacto significativo en la forma en que se vive, aprende y se conecta en la sociedad del conocimiento. Esta articulación entre la creatividad y la innovación se presenta como un motor esencial para el cambio positivo, abriendo un abanico de posibilidades que trascienden las limitaciones preconcebidas y definiendo un camino hacia un futuro vibrante y en constante evolución.

La industria creativa, dinamiza desarrollo económico y social y exige inversión económica en investigación y desarrollo para asegurar constante crecimiento en la innovación forja la adopción de nuevas tecnologías dentro de la industria, contribuye en el proceso de inclusión forjando un papel relevante en la identidad cultural.

La adecuada interpretación de capacidades y esquemas tecnológicos de las organizaciones no es suficiente para escalar hacia productivos y productos innovadores; se requiere avanzar en gestión de conocimiento que parta desde el aprendizaje continuo de nuevas y mejores herramientas TIC identificando aspectos en común pero diferencias significativas propias de los actores en la industria creativa o cultural lo cual crea un amplio espectro de posibilidades para investigar, adaptar y desarrollar donde se fortalezca además con claros criterios y procesos de protección a la propiedad intelectual. En este sentido, dadas las posibilidades que ofrece Colombia y América Latina en multiculturalidad se considera imperativo fortalecer con mayor velocidad desde la academia los procesos de dialogo y creatividad para la innovación en y fuera del currículo.

REFERENCIAS

Benghozi, P. J., & Salvador, E. (2016). How and where the R&D takes place in creative industries? Digital investment strategies of the book publishing sector. *Technology analysis & strategic management*, 28(5), 568-582. <https://doi.org/10.1080/09537325.2015.1122184>

Braude, H., Castro, V., & Fiorentin, F. (2024). Estrategias, políticas e instrumentos para la innovación verde en América Latina No. 68842. Naciones Unidas Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (CEPAL).

Cámara de Comercio de Bogotá Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). (2020). Identificación y cierre de brechas de capital humano para el Clúster de Industrias Creativas y Contenidos de Bogotá-Región. <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/items/55ae32d1-3958-47d6-a454-fbcd56429e81>

Cardozo Correa, J. (2020). Método de Valoración de Beneficios Tributarios por inversión en proyectos de Investigación, Desarrollo e Innovación (I+ D+ i) en empresas colombianas. Tesis de Maestría en Administración y Dirección de Empresas (MBA). Universidad Autónoma de Bucaramanga. <http://hdl.handle.net/20.500.12749/7327>

Chen, M. H., Chang, Y. Y., & Lin, Y. C. (2018). Exploring creative entrepreneurs' happiness: cognitive style, guanxi and creativity. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14, 1089-1110.

Cicerone, G., Crociata, A., & Mantegazzi, D. (2021). Cultural and creative industries and regional diversification: Does size matter?. *Papers in Regional Science*, 100(3), 671-687.

Copaja Alegre, M., & Esponda Alva, C. (2017). Las industrias creativas dentro del desarrollo de las ciudades: perspectivas y estrategias desde un enfoque económico, social y urbano. In IX Seminario Internacional de Investigación en Urbanismo, Barcelona-Bogotá, Junio 2017. https://www.researchgate.net/publication/318795445_Las_industrias_creativas_dentro_del_desarrollo_de_las_ciudades_Perspectivas_y_estrategias_desde_un_enfoque_economico_social_y_urbano

Cueva Estrada, J. M., & Sánchez-Bayón, A. (2024). Estudio bibliométrico de Economía Digital y sus tendencias. *Revista De Estudios Empresariales, Segunda Época*, (1), 195–209. <https://doi.org/10.17561/ree.n1.2024.8229>

De Alba Mendoza, I. M., & Matosas, J. M. (2024). Creatividad e innovación en la empresa. *Harvard Deusto Business Review*, (340), 28-35. <https://merit.url.edu/ca/publications/creatividad-e-innovaci%C3%B3n-en-la-empresa>

Del Giorgio Solfa, F., Sierra, M. S., & Quiroga, O. D. (2021). Modelo para análisis de innovación tecnológica de productos en el sector metalmeccánico. *Investigación aplicada e innovación*, 15. <https://www.academica.org/del.giorgio.solfa/416.pdf>

Donawa Torres, Z. A., & Gámez Araujo, W. G. (2019). Ausencia de habilidades gerenciales para una cultura de innovación universitaria en instituciones de Colombia y Venezuela. *Revista Universidad y Empresa*, 21(36), 8-35. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.5961>

Dorado Tovar, J. M. (2022). Factores operativos y tecnológicos y su relación con la competitividad de las MiPymes del sector metalmeccánico en Ciudad Juárez, México. Doctorado en Ciencias Administrativas. Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. <http://hdl.handle.net/20.500.11961/6229>

Duitama Castro, G., Matallana Kuan, O., & Saavedra García, M. L. (2024). Análisis sistémico de la competitividad en el sector metalmeccánico: perspectivas meso y microeconómicas. *Revista CEA*, 10(22), e2435. <https://doi.org/10.22430/24223182.2435>

Erazo, S. C. R., Domínguez, A. J. G., & Castro, A. A. (2021). Gestión del conocimiento en el sector industrial. *Revista Venezolana de Gerencia: RVG*, 26(5), 632-649. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.26.e5.40>

Forero-Triana, L. A., Monroy-Bedoya, J. N., & Ramos-Rivas, C. (2021). Las estrategias de las Industrias Culturales en Corea del Sur comparadas con las industrias culturales de Colombia. <https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/handle/123456789/1548>

Franco, S. L. A., & González, D. D. C. C. (2023). La Innovación en los Modelos de Negocio, una Estrategia para la Competitividad de las Mipymes. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(6), 492-513. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i6.8703

González Jiménez, E. D. J., & De Armas Barceló, A. (2023). Gestión del conocimiento en las PYME del sector metalmeccánico de la ciudad de Barranquilla. Trabajo de grado - Maestría, Corporación Universidad de la Costa. <https://repositorio.cuc.edu.co/handle/11323/10516>

González Vásquez, M. A., & Sánchez Fernández, C. (2021). Efecto de la gestión del conocimiento organizacional en la innovación. Maestría en Gerencia de la Innovación y el Conocimiento. Universidad EAFIT. <http://hdl.handle.net/10784/30693>

Gordillo Sánchez, K. E., Marentes Duarte, A. A., & Velásquez Torres, L. F. (2021). Capacitación en emprendimiento e innovación y liderazgo fundación mujeres trabajando por el Meta. Universidad Cooperativa de Colombia, Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, Contaduría Pública, Villavicencio. <https://hdl.handle.net/20.500.12494/33028>

Granados, E. L. M., Jiménez, F. J. B., Neira, M. Á. A., & Coll, J. A. C. (2020). Emprendimiento y crecimiento económico: El sistema mexicano de incubadoras de negocios. *Revista de ciencias sociales*, 26(1), 107-127. <https://doi.org/10.31876/rcs.v26i1.31314>

Grigorenko, E. L. (2019). Creativity in Digital Reality. *Studies in Psychology*, 40(3), 585-607. <https://doi.org/10.1080/02109395.2019.1660122>

Gundolf, K., Jaouen, A., & Gast, J. (2018). Motives for strategic alliances in cultural and creative industries. *Creativity and Innovation Management*, 27(2), 148-160. <https://doi.org/10.1111/caim.12255>

Heidemann Lassen, A., McKelvey, M., & Ljungberg, D. (2018). Knowledge-intensive entrepreneurship in manufacturing and creative industries: Same, same, but different. *Creativity and innovation management*, 27(3), 284-294. <https://doi.org/10.1111/caim.12292>

Henríquez-Calvo, L., Díaz-Martínez, K., Chang-Muñoz, E. A., Guarín-García, A. F., Portnoy, I., & Ramírez, J. A. (2024). Analysis of the Impact Process Innovation and Collaboration on Competitiveness in Small and Medium-sized Enterprises: A Case Study in Colombia. *Procedia Computer Science*, 231, 636-641. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2023.12.171>

Hernández-Gil, C., & Jaramillo-Gaitán, F. A. (2020). Laboratorio de innovación social: hibridación creativa entre las necesidades sociales y las experiencias significativas de los estudiantes de administración de empresas. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 10(2), 267-281. <https://doi.org/10.19053/20278306.v10.n2.2020.10518>

Herrera, J. A. A., & Jiménez, O. M. (2021). Estrategias y métodos para la gestión del conocimiento de acuerdo con los requisitos NTC-ISO 30401: 2019. *SIGNOS-Investigación en sistemas de gestión*, 13(2). <https://doi.org/10.15332/24631140.6672>

Herrera-Castiblanco, S. A. (2019). Umbrales de la creatividad: Construcción Social de Conocimiento Creativo en algunas Micro-pequeñas Organizaciones Productivas (MiPymes). Doctorado thesis, Universidad Nacional de Colombia - Sede Bogotá. <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/77155>

Higuera-Ojito, V. H., Cardona-Arbeláez, D. A., & Lora-Guzmán, H. S. (2021). Monitoreo, metas de producción e incentivos en empresas manufactureras y sus resultados de innovación. *Información tecnológica*, 32(6), 37-44. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642021000600037>

Ibujés Villacís, J. M. (2023). Contribución de la gestión del conocimiento a las capacidades de innovación y al desempeño financiero. El caso de las medianas empresas de manufactura de Pichincha. Tesis Doctorado en Gestión Tecnológica. Escuela Politécnica Nacional. <http://bibdigital.epn.edu.ec/handle/15000/23684>

Jiao, H., Wang, Y., & Liu, M. (2019). The effect of the social network of the top management team on innovation in cultural and creative industries: A study based on knowledge network embedding. *Journal of Chinese Human Resource Management*, 10(1/2), 4-18. <https://doi.org/10.1108/JCHRM-10-2018-0021>

Jimenez Quintero, J. D. (2021). Elementos de gestión de la innovación y marketing para la competitividad del sector metalmeccánico Manizales. Maestría en Mercadeo, Facultad de

Ciencias Contables, Económicas y Administrativas. Universidad de Manizales.
<https://ridum.umanizales.edu.co/xmlui/handle/20.500.12746/5545>

Jones, C., Svejenova, S., Pedersen, J. S., & Townley, B. (2016). Misfits, mavericks and mainstreams: Drivers of innovation in the creative industries. *Organization Studies*, 37(6), 751-768. <https://doi.org/10.1177/0170840616647671>

Klein, M., & Spsychalska-Wojtkiewicz, M. (2020). Cross-sector partnerships for innovation and growth: can creative industries support traditional sector innovations?. *Sustainability*, 12(23), 10122.

Kohn, K., & Wewel, S. A. (2018). Skills, scope and success: An empirical look at the start-up process in creative industries in Germany. *Creativity and Innovation Management*, 27(3), 295-318.

Kruger, S. D., Conte, A., Coa, L. M. D., da Silveira, V. C., Isaza, J. R. F., Márquez, V. J. B., ... & Baños, D. A. M. (2023). Gestión de pymes familiares. Estrategias de innovación en Brasil y Colombia. *Revista Estrategia Organizacional*, 12(1), 179-205.

Landoni, P., Dell'era, C., Frattini, F., Petruzzelli, A. M., Verganti, R., & Manelli, L. (2020). Business model innovation in cultural and creative industries: Insights from three leading mobile gaming firms. *Technovation*, 92, 102084.

Lázaro, B. E., & Uribe, E. F. G. (2021). Evolución de la industria metalmecánica en Juárez y la adquisición de conocimiento. *Chihuahua Hoy*, 19(19). <https://doi.org/10.20983/chihuahuahoy.2021.19.10>

León, J. G. M., Valenzuela, A. V., Ochoa, J. J. G., & Pérez, F. A. G. (2023). Capacidades tecnológicas en industrias metalmecánicas y de información en Sonora-México. *Revista de ciencias sociales*, 29(2), 156-170.

Li, F. (2020). The digital transformation of business models in the creative industries: A holistic framework and emerging trends. *Technovation*, 92-93, 102012. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2017.12.004>

Lira, L. A. N., Bernedo, J. O. A., Lingan, A. M. A., & de León, E. R. G. P. (2023). Toma de decisiones estratégicas en empresas: Innovación y competitividad. *Revista Venezolana de Gerencia: RVG*, 28(9), 628-641.

Liu, C. H. S. (2018). Examining social capital, organizational learning and knowledge transfer in cultural and creative industries of practice. *Tourism Management*, 64, 258-270.

López Calderón, L. C. (2021). Industria 4.0 en países de Latinoamérica, Alemania, China, Estados Unidos y Japón. Trabajo de Grado. Universidad Cooperativa de Colombia, Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, Administración de Empresas. Cali, Colombia. <https://hdl.handle.net/20.500.12494/33719>

López-Orjuela, I. P. (2020). Deficiencias del emprendimiento en Colombia. Trabajo de Grado. Universidad Católica de Colombia. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Programa de Economía. Especialización en Administración Financiera. Bogotá, Colombia. <https://hdl.handle.net/10983/25734>

Luna, J. P. S., & Güenaga, J. B. (2019). Gestión de la innovación empresarial: conceptos, modelos y sistemas. Pontificia Universidad Católica del Perú. ISBN: 978-612-317-525-2. https://www.researchgate.net/publication/337000003_Libro_Gestion_Innovacion_Empresarial_Conceptos_Modelos_y_Sistemas

Martin-Rios, C., & Parga-Dans, E. (2016). The early bird gets the worm, but the second mouse gets the cheese: Non-technological innovation in creative industries. *Creativity and innovation management*, 25(1), 6-17. <https://doi.org/10.1111/caim.12131>

Miguel Molina, B., Hervás-Oliver, J. L., & Boix Domenech, R. (2019). Understanding innovation in creative industries: knowledge bases and innovation performance in art restoration organizations. *Innovation*, 21(3), 421-442.

Montoya, N. E. C. (2021). La innovación y sus implicaciones en las empresas del sector metalmeccánico en la ciudad de Cartagena: caso Asimecar. *Teknos revista científica*, 21(1), 57-70.

Morales-Morejón, S., Álvarez-Peña, M., & Castañeda-Junco, R. (2024). Incubadoras acreditadas y su efecto en la creación de emprendimientos en el Ecuador. *Revista Colón Ciencias, Tecnología y Negocios*, 11(1), 53-75.

Morelos-Gómez, J., Gómez-Yaspe, I. S., & Ávila-Suarez, R. D. J. D. (2021). Capacidades de inovação de pequenas e médias empresas do setor metalomecânico em Cartagena, Colômbia. *Entramado*, 17(1), 12-29.

Morlà Folch, T., & Brunet Icart, I. (2019). Aspectos espaciales de la creatividad y la innovación. *Economía, sociedad y territorio*, 19(60), 1-24.

Mosquera, G. A. Q., & Barbosa, J. V. (2021). El emprendimiento resultado de investigación: una tarea pendiente en Colombia. *Encuentros*, 19(01).

Mylonas, N., & Petridou, E. (2018). Venture performance factors in creative industries: a sample of female entrepreneurs. *Gender in Management: An International Journal*, 33(5), 385-404.

Navarro, F. M. (2017). Innovación Pública en América Latina: Conceptos, experiencias exitosas, desafíos y obstáculos. *Revista de Gestión Pública*, 6(1), 5-18.

Ostos Ortiz, O. L. (2021). Surgimiento y evolución de las políticas públicas deficiencia, tecnología e innovación en Colombia: un recorrido de 1967 al 2020. En *Gobernanza universitaria: Experiencias e investigaciones en Latinoamérica*. Ediciones USTA. ISBN 9587824032

Padierna Jaramillo, E., & Buitrago Estrada, N. T. (2020). La economía naranja y las industrias creativas en Apartadó. Universidad Cooperativa de Colombia, Facultad de Ciencias Economicas, Administrativas y Contables, Contaduría Pública, Apartadó. <https://hdl.handle.net/20.500.12494/18403>

Paris, T., & Ben Mahmoud-Jouini, S. (2019). The process of creation in creative industries. *Creativity and Innovation Management*, 28(3), 403-419

Paz, C. I. (2020). El reto de las industrias creativas y culturales. *Innovare: Revista de ciencia y tecnología*, 9(3), 130-130.

Protogerou, A., Kontolaimou, A. y Caloghirou, Y. (2017). Innovación en las industrias creativas europeas: un enfoque empírico a nivel de empresa. *Industria e Innovación*, 24 (6), 587-612.

Quintero Llain, A. C. (2022). Propuesta de portafolio de capacidades investigativas de los programas de Ingeniería Industrial para fortalecer la articulación con el sector metalmecánico en Bucaramanga, Santander. Trabajo de grado. Unidades Tecnológicas de Santander. Bucaramanga. Colombia. <http://repositorio.uts.edu.co:8080/xmlui/handle/123456789/9790>

Quinto Mosquera, J. A. (2020). Relación entre la innovación y la competitividad en mipymes del sector hotelero de Cartagena. Master's thesis. Universidad EAN. Facultad de Estudios en Ambientes Virtuales

Maestría en Administración de Empresas. Bogotá, Colombia.

<https://repository.universidadean.edu.co/bitstream/handle/10882/10117/QuintoJaime2020.pdf?sequence=1>

Peñañiel Rivas, K. (2020). Creatividad e innovacion de estudiantes universitarios. Universidad Técnica de Manabí. https://www.researchgate.net/publication/338990104_CREATIVIDAD_E_INNOVACION_DE_ESTUDIANTES_UNIVERSARIOS

Rodríguez Arroyave, C. (2020). Industrias creativas, como favorecedoras del crecimiento económico, legislación y aplicación en Colombia. Bachelor's thesis. Universidad Pontificia Bolivariana Escuela de Derecho y Ciencias Políticas. Facultad de Derecho. Medellín. <https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/6152/Industrias%20creativas%2C%20como%20favorecedoras%20del%20crecimiento%20econ%20C3%B3mico%20legislaci%20C3%B3n%20y%20aplicaci%20C3%B3n%20en%20Colombia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rodríguez-Gulías, M. J., Fernández-López, S., & Rodeiro-Pazos, D. (2020). Innovation in cultural and creative industries firms with an academic origin (CCI-USOs): The role of regional context. *Technovation*, 92, 102044.

Roman Castro, J. W. (2023). Influencia de la ingeniería inversa en la innovación industrial de las empresas del sector Metal Mecánico en Cajamarca, 2022. Trabajo de fin carrera. <https://hdl.handle.net/20.500.12892/635>

Romero-Betancur, J. D. (2021). Panorama tecnológico colombiano: una aproximación desde las solicitudes de patentes en Colombia entre los años 2000 y 2018. *Revista científica*, (40), 89-101.

Sánchez Montaña, H. (2023). Influencia de las capacidades dinámicas de aprendizaje, absorción y adaptación en la ventaja competitiva en las empresas del sector metalmecánico, autopartista y carroceros de Boyacá. Tesis Doctoral. Ediciones Universidad Simón Bolívar. Facultad de Administración y Negocios. <https://hdl.handle.net/20.500.12442/12675>

Santoro, G., Bresciani, S., & Papa, A. (2020). Collaborative modes with cultural and creative industries and innovation performance: the moderating role of heterogeneous sources of knowledge and absorptive capacity. *Technovation*, 92, 102040.

Shepherd, C. D., Ahmed, P. K., Ramos, L., & Ramos, C. (2019). Administración de la innovación.

Silva Giraldo, C. A., Rueda Mahecha, Y. M., & Moreno Suárez, A. M. (2023). La innovación en las comunicaciones en las Mipymes por medio de redes colaborativas y el uso de las Tic. *Revista Boletín Redipe*, 12(9), <https://doi.org/10.36260/rbr.v12i9.2022377-393>.

Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of business research*, 104, 333-339

Soto, A. C., Rico, F. C. C., & Hernández, R. V. R. (2019). Formación en creatividad e innovación: estudiando las percepciones y prácticas de los jóvenes emprendedores locales/Training in Creativity and Innovation: Studying perceptions and practices of Young Local Entrepreneurs. *RICEA Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración*, 8(15), 1-28.

Tomczyk, M., & Spsychalska-Wojtkiewicz, M. (2018). Creative Industry in South Baltic Area Region. *Management*, 22(2), 234-248.

Trujillo, S. E. A., Gallegos, M. S., & Merlos, J. C. P. (2021). Integración de la gestión del conocimiento y la industria 4.0, una guía para su aplicación en una organización. *Brazilian Journal of Business*, 3(1), 993-1009.

Vosviewer. Centre for Science and Technology Studies. Leiden University, The Netherlands. <https://www.vosviewer.com/>

Yecies, B., Yang, J. J., & Lu, Y. (2020). Korean webtoons and collective innovation: expanding Europe's creative industries through competitive localization. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 33(4), 459-473.

Yu, W. (2020). Creative industries agglomeration and entrepreneurship in China: necessity or opportunity?. *Industry and Innovation*, 27(4), 420-443.

Zhou, J., Li, J., Jiao, H., Qiu, H., & Liu, Z. (2020). The more funding the better? The moderating role of knowledge stock on the effects of different government-funded research projects on firm innovation in Chinese cultural and creative industries. *Technovation*, 92. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2018.11.002>