

Postprint-Accepted manuscript

e-ISSN 0718-8307 p-ISSN 0717-9103

Universidad del Bío-Bío

Innovación e Industrias Creativas

Fraile Benítez *et al.*

<https://doi.org/10.22320/S07179103/2022.XX>

1 INNOVACIÓN E INDUSTRIAS CREATIVAS: UNA REVISIÓN DE 2 ARTÍCULOS CIENTÍFICOS

3 Ana Mercedes Fraile Benítez¹, Sonia Patricia Garzón Martínez², Cindy Paola Mantilla
4 Rivera³, Nidia Stella Rincon Parra⁴.

10 RESUMEN

11 El propósito principal de esta revisión es presentar a los estudiosos una identificación
12 actualizada sobre industria creativa e innovación para ello se revisó la literatura inicialmente en
13 la base de datos Web of Science y posteriormente se amplió a Scopus y Google académico
14 limitándose a artículos de industria creativa e innovación publicados en los últimos 10 años ,
15 luego la información bibliográfica obtenida se analizó con software Voswiewer y Maxqda
16 donde la influencia del concepto en la dinámica y la evolución de la innovación en la industria
17 creativa lo cual permite comprender cómo ha evolucionado los conceptos de innovación en
18 donde se hace evidente la relevancia de la *Gestión del Conocimiento*; quedando claro que la
19 innovación en la industria creativa no solo transforma sectores económicos, sino que también
20 desencadena un impacto significativo en la forma en que se vive, aprende y se conecta en la
21 sociedad del conocimiento.
22

23
24 **Palabras clave:** Innovación, Diseño industrial, Industrias creativas, Pequeña Empresa.

26 ABSTRACT

27
28 The main purpose of this review is to present scholars with an up-to-date identification of the
29 creative industry and innovation, for which the literature was reviewed initially in the Web of
30 Science database and later expanded to Scopus and Google Scholar, limiting itself to articles
31 on creative industry and innovation published in the last 10 years. then the bibliographic
32 information obtained was analyzed with Voswiewer and Maxqda software, where the influence
33 of the concept on the dynamics and evolution of innovation in the creative industry, which
34 allows us to understand how the concepts of innovation have evolved, where the relevance of
35 *Knowledge Management is evident*; It is clear that innovation in the creative industry not only

¹ Universidad Nacional Abierta y a Distancia. Escuela de Ciencias Básicas Tecnología e Ingeniería. Boyacá. Colombia. [orcid.org/ 0000-0001-9765-7823](https://orcid.org/0000-0001-9765-7823).

² Universidad Nacional Abierta y a Distancia. Escuela de Ciencias Básicas Tecnología e Ingeniería. Boyacá. Colombia. [orcid.org/ 0000-0002-7900-9918](https://orcid.org/0000-0002-7900-9918)

³ Pedagogical and Technological University of Colombia. Administradora Industrial. Boyacá. Colombia. [orcid.org 0000-0003-4407-0812](https://orcid.org/0000-0003-4407-0812)

⁴ Universidad 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

Postprint-Accepted manuscript

e-ISSN 0718-8307 p-ISSN 0717-9103

Universidad del Bío-Bío

Innovación e Industrias Creativas

Fraile Benítez *et al.*<https://doi.org/10.22320/S07179103/2022.XX>

36 transforms economic sectors, but also triggers a significant impact on the way people live,
37 learn and connect in the knowledge society.

38
39 **Keywords:** Innovation, Industrial Design, Creative Industries, Small Business.

40 INTRODUCCIÓN

41
42
43
44 El tema de innovación toma una posición relevante en el desarrollo económico y de las
45 sociedades, su aplicación es adecuada y recompensada en comparación con la creatividad
46 o proceso creativo, el cual tiene sus bases en el descubrimiento e invención; proceso que
47 es llevado a cabo de una manera lenta. Es necesario mencionar que la tecnología existente
48 no hace creativos a los hombres lo que hace es su *wetware* el cual hace referencia a las
49 habilidades y el cerebro propio. La innovación por su parte requiere de una aplicación
50 intensiva y las industrias creativas exigen de este factor ya que la innovación y las
51 habilidades pueden llegar a ser limitadas si no hay algo que transformar. Asimismo, la
52 cultura de individuos con potencial creativo hace de naciones con mayor equilibrio
53 económico y contribuye a la generación de ambientes propicios para el desarrollo intelectual
54 espiritual y físico. La creatividad da paso para que el conocimiento sea efectivo e implica la
55 creación de algo desde cero y no solo la transformación de algo ya existente como lo es la
56 innovación.

57
58 Igualmente, autores como Paris & Mahmoud (2019); indican que las industrias creativas
59 son un factor importante de inspiración y de búsqueda de soluciones las cuales se centran
60 en actividades que parten de una creatividad individual para la generación de empleo y
61 riqueza, lo cual apoya lo planteado por (Protogerou, Kontolaimou & Caloghirou, 2017)
62 quienes aseguran que las industrias creativas interactúan con otras industrias para resolver
63 problemas dados por cambios socioculturales o tecnológicos, produciendo un mayor valor
64 cuando la economía está en evolución; ahora bien, es importante resaltar que la producción
65 creativa ha crecido a una tasa del 10% anual aumentando a 2 billones de dólares
66 representando el 7% del PIB mundial convirtiéndose así en motor del desarrollo económico
67 (Jiao, Wang And Liu,2019).

68
69 De otra parte, es claro que las industrias enfrentan retos internos relacionados con la baja
70 capacidad de orientar una cultura organizacional transformadora y promotora de
71 creatividad, expuesta a creencias cambiantes y retos externos como la fuerte incertidumbre
72 del mercado (Jianghua, Jizhen, Hao, Hang, Zixu); este comportamiento del mercado por su
73 parte es cada vez más indivisible lo que hace que se requiera en niveles mucho mayores
74 la diversificación del producto y desarrollo final (Tomczyk, & Spsychalska-Wojtkiewicz); por
75 ello las industrias creativas para mantener su continuidad en un entorno dinámico acumulan
76 recursos sociales y de aprendizaje llegando a convertirse en otro desafío (Chih-
77 Hsing,2018). Estos retos hacen evidente la necesidad del desarrollo de una interfaz, que
78 relacione la creación y el mercado, compuesto por restricciones que permitan la integración
79 de recursos, tiempo, viabilidad y la generación de culturas orientadas a la creatividad e
80 innovación Wentao (2020).

81
82 Con este artículo se espera que el lector pueda entender la importancia que tiene la
83 innovación en industrias creativas y reconozca los aportes investigativos relacionados con
84 el tema de innovación e industrias creativas expuestas en la literatura científica.

85 MATERIAL Y MÉTODOS

86

Postprint-Accepted manuscript

e-ISSN 0718-8307 p-ISSN 0717-9103

Universidad del Bío-Bío

Innovación e Industrias Creativas

Fraile Benítez *et al.*

<https://doi.org/10.22320/S07179103/2022.XX>

87

88

89

90

91

92

93

94

95

96

97

98

99

Según (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.

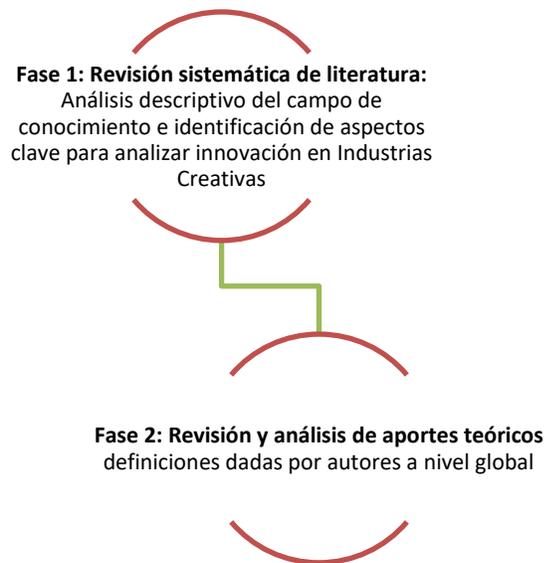
La estructura metodológica de la investigación está constituida por dos fases descritas en la figura 1.

Figura 1

Estructura Metodológica, 2021

100

101



102

103

104

Etapa 1. Revisión sistemática de la literatura

105

106

107

108

109

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.

110

111

112

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

113

114

115

116

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*

Postprint-Accepted manuscript

e-ISSN 0718-8307 p-ISSN 0717-9103

Universidad del Bío-Bío

Innovación e Industrias Creativas

Fraile Benítez *et al.*

<https://doi.org/10.22320/S07179103/2022.XX>

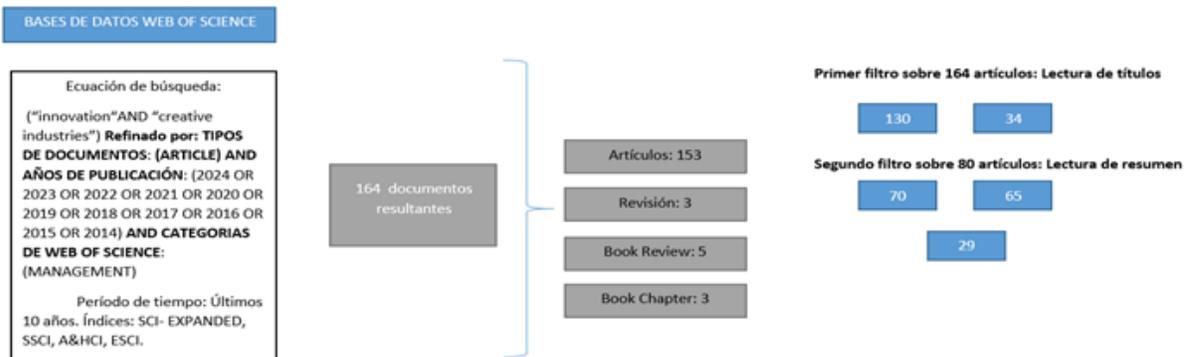
117 *industries” Refinado por tipos de documentos: (article) and categorías de web of science:*
 118 *(management); Período de tiempo: últimos 10 años.; Índices: Sci-Expanded, Ssci, A&Hci, Esci.*
 119

120 El proceso se realizó en dos momentos el primero hasta 2020 y posteriormente se amplió a
 121 2024. Para WoS el resultado genera 164 documentos, Scopus 436 artículos y en Google
 122 Académico 1.580 relacionados con la innovación en industrias creativas identificando las
 123 palabras clave que tienen un uso en los artículos.
 124

125 Posteriormente se descargó la información bibliográfica que permite un análisis de los autores
 126 más citados, y los países que más hablan del tema para finalizar con el apoyo a través del uso
 127 del software Vosviewer del Centro de estudios de Ciencia y Tecnología, - (CECT , 2023) que
 128 permite analizar y hacer la previa revisión de las palabras clave arrojadas por el campo de
 129 conocimiento a través del mapa de red que refleja las tendencias investigativas y la previa
 130 selección del nodo a trabajar; algunas de las palabras con mayor relevancia dadas su aporte
 131 de la conceptualización, contextualización o desde la perspectiva fueron Innovación, Industrias
 132 creativas, industria creativa, Creatividad, Industrias culturales y creativas siendo la palabra más
 133 relevante *Innovación*.
 134

Figura 2

135 *Desarrollo del proceso de revisión sistemática 2014 – 2024 WoS.*
 136



137 Fuente: Las autoras
 138
 139

140 Al usarse la base de datos Google Académico se incluye en la ecuación las palabras Gestión
 141 del conocimiento y metalmecánico, dada la conveniencia para profundizar en el sector
 142 metalmecánico.
 143

144 En el tercer paso se realizaron los respectivos filtros leyendo los títulos y documentos
 145 resultantes y se seleccionaron aquellos relacionados con el tema, dando como resultado los
 146 documentos que cumplían con los lineamientos y el objeto de investigación. En el cuarto paso
 147 se leen los documentos y el resumen que permita seleccionar los 75 documentos a analizar,
 148 de los que se evidencia una relación directa con la investigación. La lectura del Software se
 149 realiza con el apoyo del software de análisis cualitativo Maxqda, Berlin (2024)
 150
 151
 152

Postprint-Accepted manuscript

e-ISSN 0718-8307 p-ISSN 0717-9103

Universidad del Bío-Bío

Innovación e Industrias Creativas

Fraile Benítez *et al.*<https://doi.org/10.22320/S07179103/2022.XX>

153 Etapa 2: Revisión y análisis de aportes teóricos:

154

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

158

159 *I: Innovación*160 *IC: Industrias creativas*161 *EC: Economía creativa*162 *E: Emprendimiento*163 *DE: Desarrollo económico*

164

165 En la revisión de documentos en la base de datos Google Académico se profundizó en las
 166 palabras *Co – Creación e Incubadora*; siendo importante resaltar que la palabra *Incubadora* en
 167 sentido estricto no se generó dicho hallazgo; sin embargo, en un análisis contextual los términos
 168 encontrados se refieren especialmente a; centro de emprendimiento, aceleradora de empresa.
 169 En la tabla 1 se presentan las referencias analizadas.

170

171

Tabla 1

172

Aspectos teóricos y/o claves de innovación en industrias creativas

	Fuente	I	IC	EC	E	DE	CO
1	Benghozi & Salvador (2016)		X	X			
2	Braude & Fiorentin. (2024)	X					X
3	CCB - PNUD. (2020)						
4	Cavadia (2021).		X	X			
5	Cardozo Correa, J. (2020).	X		X			
6	Chein, C. L. (2020)	X			X		
7	Chen, Chang & Lin. (2018).		X			X	
8	Cueva & Sánchez (2024)	X			X	X	
9	Cicerone, Crociata, & Mantegazzi (2021).	X	X		X		
10	Del Giorgio, Sierra., & Quiroga. (2021)	X		X		X	
11	de Alba Mendoza, & Matosas, (2024).	X	X				
12	Dorado Tovar, J. M. (2022)	X				X	
13	Duitama, Matallana., & Saavedra (2024).		X			X	
14	Erazo, Domínguez & Castro (2021).	X			X	X	
15	Franco, & González (2023)						
16	Forero, Monroy & Ramos (2021).	X	X			X	
17	González & De ArmaA. (2023)	X				X	X
18	González & Sánchez (2021)	X		X			X
19	Gordillo, Marentes & Velásquez (2021).	X	X		X		
20	Grigorenko (2019)	X	X				
21	Gundolf, Jaouen, & Gast (2018).			X	X		
22	Heidemann, McKelvey, & Ljungberg. (2018).			X			

Postprint-Accepted manuscript

e-ISSN 0718-8307 p-ISSN 0717-9103

Universidad del Bío-Bío

Innovación e Industrias Creativas

Fraile Benítez *et al.*<https://doi.org/10.22320/S07179103/2022.XX>

23	Henríquez-Calvo et al (2024)	X				X	X
24	Hernández & Jaramillo (2020).			X		X	
25	Herrera & Jiménez (2021).	X				X	X
26	Higuera., Cardona & Lora (2021).	X		X			
27	Herrera (2019).		X	X		X	
28	Ibujés (2023).	X				X	X
29	Jiao, Wang, & Liu. (2019)		X				
30	Jimenez. (2021)	X				X	
31	Jones, Svejenova, Pedersen & Townley. (2016)	X	X				
32	Klein, & Spsychalska (2020).			X			

173
174
175
176
177
178
179
180

Continuación Tabla 1

Aspectos teóricos y/o claves de innovación en industrias creativas

Fuente	I	IC	EC	E	DE	CO
33 Kohn & Wewel (2018).		X				
34 Kruger et al. (2023).		X		X		X
35 Landoni et all (2020).				X		
36 Lázaro & Uribe (2021)		X		X		
37 León, Valenzuela, Ochoa & Pérez. (2023).			x			
38 Li, F. (2020).		X	X			
39 Liu, C. H. S. (2018).	X		X			
40 Lira, Bernedo, Lingan & de León (2023).	X	X				X
41 López Calderón, L. C. (2021).					X	
42 López-Orjuela, I. P. (2020).		X			X	
43 Luna, J. P. S., & Güenaga, J. B. (2019)	X	X		X		
44 Martin-Rios, C., & Parga-Dans, E. (2016).						
45 Molina, Hervás & Boix (2019)	X	X				
46 Montoya (2021).	X			X	X	
47 Morelos, Gómez & De Ávila (2021).		X	X	X	X	
48 Morlà & Brunet (2019).			X		X	
49 Mosquera & Barbosa (2021)		X	X		X	
50 Mylonas & Petridou (2018).		X		X		
51 Navarro, F. M. (2017)	X		X		X	
52 Ortiz (2021).	X	X	X	X	X	
53 Padierna & Buitrago (2020)		X	X			
54 Paris & Ben (2019).						
55 Paz, C. I. (2020)	X	X	X	X	X	

Postprint-Accepted manuscript

e-ISSN 0718-8307 p-ISSN 0717-9103

Universidad del Bío-Bío

Innovación e Industrias Creativas

Fraile Benítez et al.

<https://doi.org/10.22320/S07179103/2022.XX>

56 Protogerou, Kontolaimou & Caloghirou (2017)	X		X		
57 Quintero (2022)	X		X	X	X
58 Quinto Mosquera, J. A. (2020)	X			X	
59 Rivas & Scarlet (2020)		X	X		X
60 Rodríguez Arroyave (2020).	X	X	X		
61 Roman (2023)		X		X	
62 Rodríguez, Fernández & Rodeiro (2020).		X	X		
63 Romero. (2021)	X				
64 Romero-Betancur, J. D. (2021)		X	X		X
65 Sánchez (2023).	X			X	X
66 Santoro, Bresciani & Papa (2020).		X			
67 Shepherd, Ahmed, Ramos & Ramos (2019).	X			X	

181
182
183
184
185
186
187
188
189

Continuación Tabla 1

Aspectos teóricos y/o claves de innovación en industrias creativas

Fuente	I	IC	EC	E	DE	CO
68 Silva, Rueda & Moreno (2023).	X				X	X
69 Snyder, H. (2019)		X				
70 Soto, Rico, & Hernández (2019)	X			X		
71 Tomczyk & Spsychalska (2018)		X	X		X	
72 Trujillo, Gallegos & Merlos (2021).					X	
73 Yecies, Yang & Lu (2020).					X	
74 Yu. W. (2020)	X				X	
75 Zhou et all (2020)	X				X	

190
191
192
193
194
195
196
197

El 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 3, se presentan los resultados obtenidos.

Figura 3.

Resultados del análisis documental, 2021

Postprint-Accepted manuscript

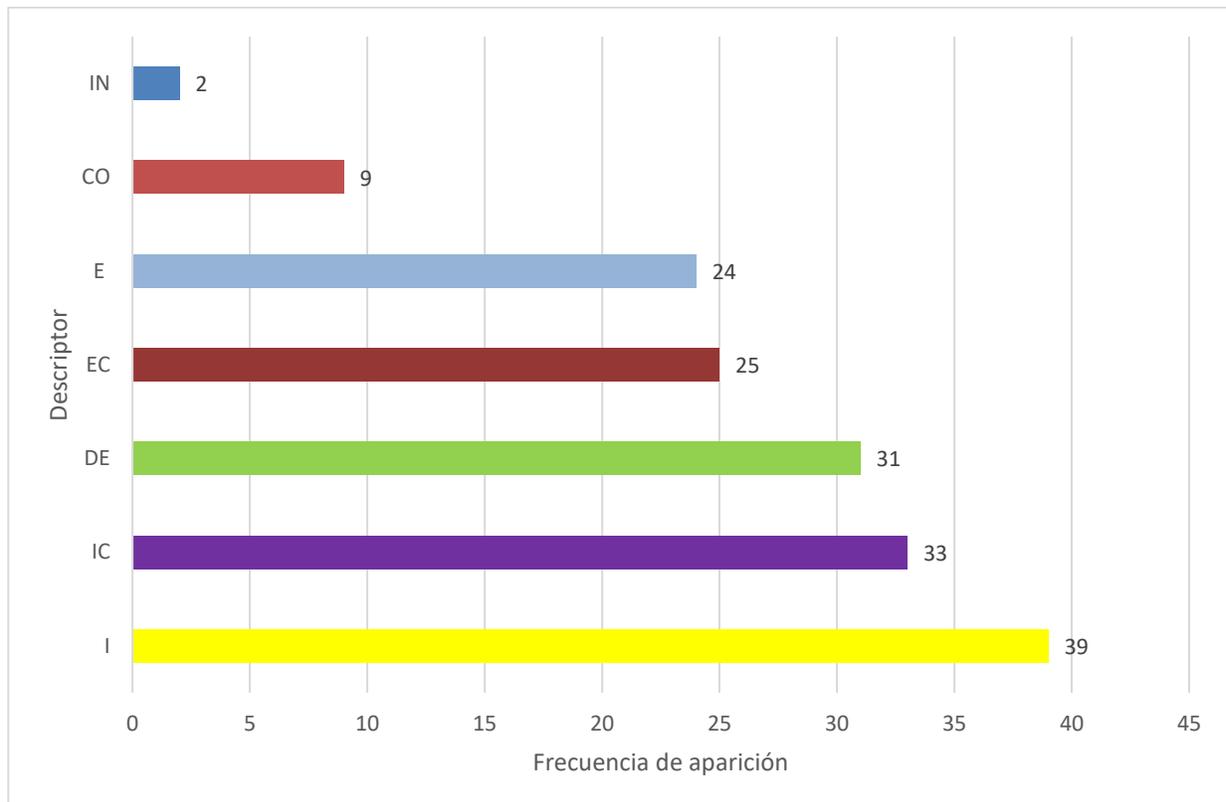
e-ISSN 0718-8307 p-ISSN 0717-9103

Universidad del Bío-Bío

Innovación e Industrias Creativas

Fraile Benítez *et al.*

<https://doi.org/10.22320/S07179103/2022.XX>



Fuente. Elaboración propia basado en resultados de análisis referencias. (2024)

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, Jimenez, Neira & Coll).

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

Postprint-Accepted manuscript

e-ISSN 0718-8307 p-ISSN 0717-9103

Universidad del Bío-Bío

Innovación e Industrias Creativas

Fraile Benítez *et al.*<https://doi.org/10.22320/S07179103/2022.XX>

224 los aspectos analizados; por ejemplo, es fundamental comprender el impacto de la innovación
 225 en las industrias creativas, alcanzadas por organizaciones que tienen como eje central la
 226 producción, difusión creación y distribución de servicio o bienes culturales o creativos. El
 227 termino de Industrias creativas varia en distintos países según
 228 (Tomczyk, Monika & Spsychalska-Wojtkiewicz, 2018) por ejemplo en Estados Unidos son
 229 llamadas industrias de la información. Aportes como los de (Rodríguez-Gulías, Fernández &
 230 Rodeiro-Pazos,), agregan que la innovación en industrias creativas se promueve a través de
 231 mecanismos de oferta y demanda los cuales se basan en la creación y desarrollo de nuevos
 232 servicios y productos, modelos de negocio, acompañadas de soluciones innovadoras,
 233 promotoras de cohesión social e identidad cultural.

234
 235 En este sentido se trata de definir innovación en industrias creativas según (Heinemann,
 236 Mckelvey, & Ljungberg, 2018), estas industrias se enfocan en la producción de bienes de
 237 experiencia de la mano de elementos creativos que apuntan al mercado jugando un papel
 238 importante los emprendedores creativos. Menciona (Santoro, Bresciani & Papa,2020), los
 239 cuales son caracterizados por la explotación de oportunidades orientadas a la libertad artística
 240 o al reconocimiento del equipo o compañeros. Por su parte (Martin-Rios & Parga-Dans,2016),
 241 hacen referencia a las industrias creativas como organizaciones que cuentan con el ingrediente
 242 de esfuerzo artístico o creativo en sus productos o servicios involucrando valor económico
 243 objetivos de mercado, alto componente creativo, y actividades de conocimiento.

244
 245 De igual forma, (Molina, Hervás & Boix), aseguran que las industrias creativas deben tener un
 246 alto componente de soluciones innovadoras que les permita proporcionar ventajas competitivas
 247 de la mano de un valor económico a través de un sentido de identidad, convivencia, solidaridad
 248 (Martin & Parga,2016) lo cual se refuerza con lo expuesto por (Chen, Chang, & Lin), quienes
 249 argumentan que las industrias creativas mejoran su capacidad competitiva y crean valor
 250 aprovechando tanto sus recursos como conocimiento.

251
 252 De otra parte (Mylonas & Petridou,2018) incluyen distintas áreas de negocio como arquitectura,
 253 música, fotografía, artes escénicas, publicidad, software donde el ingenio originalidad y novedad
 254 son determinantes en su desarrollo, y es que la creatividad es el corazón de las industrias
 255 creativas. Otros autores (Benghozi, & Salvador,2016) definen la innovación en industrias
 256 creativas como actividades basadas en el conocimiento que comprenden productos y servicios
 257 con contenido creativo. (Jones, Svejenova, Pedersen,& Townley, 2016) asocia a las industrias
 258 creativas como generadoras de efectos indirectos a otras industrias asociadas a la calidad de
 259 vida. Según (Donawa & Gámez, 2019) las industrias creativas son pioneras y son ejemplo para
 260 las empresas tradicionales.

261
 262 Bajo los planteamientos anteriores y considerando las investigaciones realizadas hasta 2024 se
 263 constituyen conceptos propuestos por distintos autores sobre la *innovación* en la última década.

264
 265 En la tabla 2 se presentan los autores con conceptos más significativos para industrias creativas
 266 e innovación en industrias creativas, encontrados en el análisis documental.

267

268 **Tabla 2**

269 *Bases de datos web of science, 2024*

Autor

Concepto innovación en industrias creativas e industrias
 creativas

Postprint-Accepted manuscript

e-ISSN 0718-8307 p-ISSN 0717-9103

Universidad del Bío-Bío

Innovación e Industrias Creativas

Fraile Benítez et al.

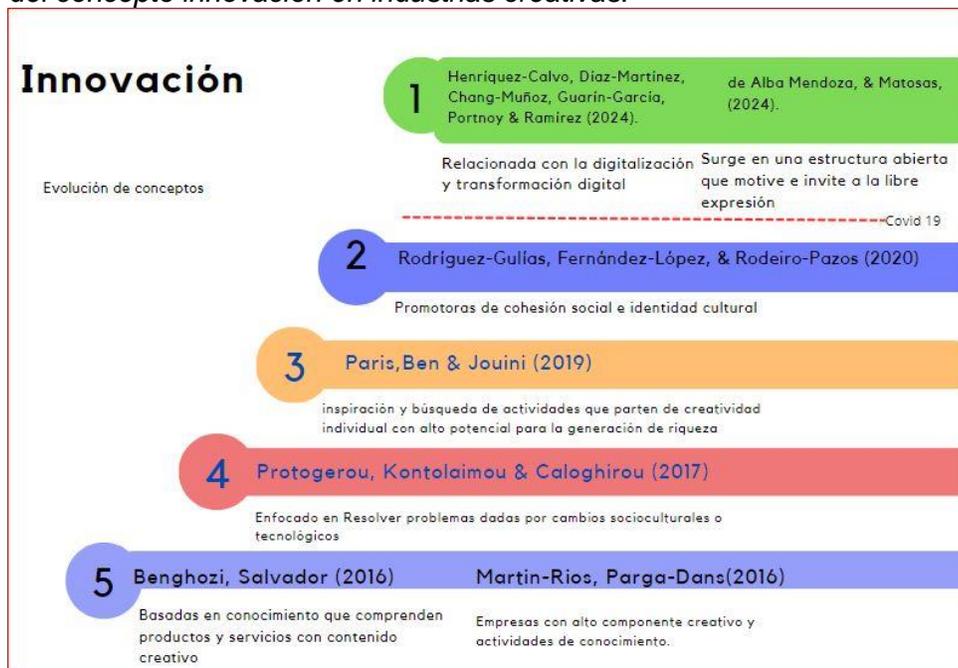
<https://doi.org/10.22320/S07179103/2022.XX>

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, Kontolaimou & Caloghirou (2017)	Industrias encargadas de resolver problemas dadas por cambios socioculturales o tecnológicos
Paris,Ben & Jouini (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, Fernández-López, & Rodeiro-Pazos (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, Díaz-Martínez, Chang-Muñoz, Guarín-García, Portnoy & Ramírez (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.

270
271
272
273
274
275
276

De otra parte, en la figura 4 se puede observar la evolución respecto al concepto innovación en industrias creativas.

Figura 4.
Evolución del concepto innovación en industrias creativas.



277
278
279
280

Fuente. Elaboración propia basada en revisión artículos científicos. 2024

Postprint-Accepted manuscript

e-ISSN 0718-8307 p-ISSN 0717-9103

Universidad del Bío-Bío

Innovación e Industrias Creativas

Fraile Benítez et al.

<https://doi.org/10.22320/S07179103/2022.XX>

281 Como se observa existen tres elementos que reflejan la importancia del concepto de innovación
 282 y la potencialidad de entrelazarlo de una manera fuerte con la creatividad, siendo claro que en
 283 países en desarrollo se generan ideas, pero no se hace mercadeo de estas y en eso quedan
 284 en la fase de ideación. (Gordillo, Marentes & Velásquez,2021), aseguran que la innovación en
 285 las industrias creativas va alineada con una búsqueda constante de algo novedoso que requiere
 286 de diferentes formas colaborativas, si bien importantes autores mencionados anteriormente
 287 afirman que la innovación en industrias va de la mano con un componente llamado practica o
 288 esfuerzo artístico el cual surge de una necesidad de expresión renovación libertad.

290 De otra parte, importancia de la innovación en las empresas y organizaciones es ampliamente
 291 estudiada por de Alba Mendoza, & Matosas, (2024); quienes subrayan que es un concepto
 292 ampliamente mencionado y vital para la supervivencia en un entorno empresarial cambiante.
 293 Los países que publicaron mayor número de documentos están en su orden Reino unido con
 294 54 publicaciones correspondiente al 12%, seguido por Estados Unidos y China con 47 y 44
 295 documentos que corresponden al 11% y 10% respectivamente; de Latinoamérica no aportan en
 296 los diez primeros lugares de publicación.

297 **Figura 5**
 298 *Mapa de Red generado de Scopus*
 299
 300



301 Fuente. Resultados generados por programa VOSviewer según fuentes Scopus (2024)

302
 303
 304

Postprint-Accepted manuscript

e-ISSN 0718-8307 p-ISSN 0717-9103

Universidad del Bío-Bío

Innovación e Industrias Creativas

Fraile Benítez *et al.*<https://doi.org/10.22320/S07179103/2022.XX>

DISCUSIÓN

305
306
307
308
309
310
311
312
313
314
315
316
317
318
319
320
321
322
323
324
325
326
327
328
329
330
331
332
333
334
335
336
337
338
339
340
341
342
343
344
345
346
347
348
349
350
351
352
353
354
355

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. Ibujés (2023); además se hace evidente que el proceso de monitoreo e incentivos influye de manera importante Higuera-Ojito, Cardona-Arbeláez & Lora-Guzmán (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, Álvarez-Peña & Castañeda-Junco (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, Chang & Lin, 2018). Las ideas y la innovación son el eje central de las actividades en las industrias creativas (Gundolf, Jaouen, and Gast, 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

Postprint-Accepted manuscript

e-ISSN 0718-8307 p-ISSN 0717-9103

Universidad del Bío-Bío

Innovación e Industrias Creativas

Fraile Benítez *et al.*<https://doi.org/10.22320/S07179103/2022.XX>

356 orientarse hacia la sostenibilidad y quizá alinearse a las estrategias latinoamericanas para
357 la transformación verde expuestas por (Braude, Castro & Fiorentin, 2024) y que además la
358 Transición Energética y Aprovechamiento Sustentable, de la Energía en México o la
359 Bioenergía en Costa Rica; o Eficiencia Energética de Chile y para Colombia avanzar en la
360 Construcción de un Sistema de Información de Economía Circular -SIEC.

361

362

CONCLUSIONES

363

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

372

373

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

381

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

386

387

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

398

399

400

401

402

403

404

Postprint-Accepted manuscript

e-ISSN 0718-8307 p-ISSN 0717-9103

Universidad del Bío-Bío

Innovación e Industrias Creativas

Fraile Benítez *et al.*<https://doi.org/10.22320/S07179103/2022.XX>

405

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

406

407 ~~B~~ghozi, P. J., & Salvador, E. (2016). How and where the R&D takes place in creative industries?
 408 Digital investment strategies of the book publishing sector. *Technology analysis & strategic*
 409 *management*, 28(5), 568-582.

410

411 ~~B~~raude, H., Castro, V., & Fiorentin, F. (2024). Estrategias, políticas e instrumentos para la innovación
 412 verde en América Latina.

413

414 ~~C~~ámara de Comercio de Bogotá Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).
 415 (2020). "Identificación y cierre de brechas de capital humano para el Clúster de Industrias
 416 Creativas y Contenidos de Bogotá-Región". Recuperado de <https://n9.cl/pecec>

417

418 ~~C~~arozo Correa, J. (2020). Método de Valoración de Beneficios Tributarios por inversión en proyectos
 419 de Investigación, Desarrollo e Innovación (I+ D+ i) en empresas colombianas.

420

421 ~~C~~ECT . (15 de 02 de 2023). Centro de estudios de Ciencia y Tecnología. Obtenido de
 422 <https://www.vosviewer.com/>

423

424 ~~C~~lein, C. L. (2020) Estrategias de innovación de productos culturales adoptadas por la industria de
 425 las artes escénicas, *Revisión de la ciencia gerencia*.

426

427 ~~C~~hen, M. H., Chang, Y. Y., & Lin, Y. C. (2018). Exploring creative entrepreneurs' happiness: cognitive
 428 style, guanxi and creativity. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14, 1089-
 429 1110.

430

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

433

434 ~~C~~ajaja Alegre, M., & Esponda Alva, C. (2017). Las industrias creativas dentro del desarrollo de las
 435 ciudades: perspectivas y estrategias desde un enfoque económico, social y urbano. In IX
 436 Seminario Internacional de Investigación en Urbanismo, Barcelona-Bogotá, Junio 2017.
 437 Departament d'Urbanisme i Ordenació del Territori. Universitat Politècnica de Catalunya.

438

439 ~~C~~ueva Estrada, J. M., & Sánchez-Bayón, A. (2024). Estudio bibliométrico de Economía Digital y sus
 440 tendencias . *Revista De Estudios Empresariales. Segunda Época*, (1), 195–209.

441

442 ~~D~~Alba Mendoza, I. M., & Matosas, J. M. (2024). Creatividad e innovación en la empresa. *Harvard*
 443 *Deusto Business Review*, (340), 28-35.

444

445 ~~D~~el Giorgio Solfa, F., Sierra, M. S., & Quiroga, O. D. (2021). Modelo para análisis de innovación
 446 tecnológica de productos en el sector metalmeccánico. *Investigación aplicada e innovación*, 15.

447

448 ~~D~~el Hwa Torres, Z. A., & Gámez Araujo, W. G. (2019). Ausencia de habilidades gerenciales para una
 449 cultura de innovación universitaria en instituciones de Colombia y Venezuela. *Revista*
 450 *Universidad y Empresa*, 21(36), 8-35.

451

452 ~~D~~orado Tovar, J. M. (2022). Factores operativos y tecnológicos y su relación con la competitividad de
 453 las MiPymes del sector metalmeccánico en Ciudad Juárez, México. Doctorado en Ciencias

Postprint-Accepted manuscript

e-ISSN 0718-8307 p-ISSN 0717-9103

Universidad del Bío-Bío

Innovación e Industrias Creativas

Fraile Benítez *et al.*<https://doi.org/10.22320/S07179103/2022.XX>

- 503 Enriquez-Calvo, L., Díaz-Martínez, K., Chang-Muñoz, E. A., Guarín-García, A. F., Portnoy, I., &
504 Ramírez, J. A. (2024). Analysis of the Impact Process Innovation and Collaboration on
505 Competitiveness in Small and Medium-sized Enterprises: A Case Study in Colombia. *Procedia*
506 *Computer Science*, 231, 636-641.
507
- 508 Sánchez-Gil, C., & Jaramillo-Gaitán, F. A. (2020). Laboratorio de innovación social: hibridación
509 creativa entre las necesidades sociales y las experiencias significativas de los estudiantes de
510 administración de empresas. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 10(2), 267-
511 281.
512
- 513 Herrera, J. A. A., & Jiménez, O. M. (2021). Estrategias y métodos para la gestión del conocimiento de
514 acuerdo con los requisitos NTC-ISO 30401: 2019. *SIGNOS-Investigación en sistemas de*
515 *gestión*, 13(2).
516
- 517 Herrera-Castiblanco, S. A. (2019). *Umbrales de la creatividad: Construcción Social de Conocimiento*
518 *Creativo en algunas Micro-pequeñas Organizaciones Productivas (MiPymes)* (Doctoral
519 dissertation).
520
- 521 Quera-Ojito, V. H., Cardona-Arbeláez, D. A., & Lora-Guzmán, H. S. (2021). Monitoreo, metas de
522 producción e incentivos en empresas manufactureras y sus resultados de innovación.
523 *Información tecnológica*, 32(6), 37-44.
524
525
- 526 Jesús Villacís, J. M. (2023). Contribución de la gestión del conocimiento a las capacidades de
527 innovación y al desempeño financiero. El caso de las medianas empresas de manufactura de
528 Pichincha.
529
- 530 Ho, H., Wang, Y., & Liu, M. (2019). The effect of the social network of the top management team on
531 innovation in cultural and creative industries: A study based on knowledge network
532 embedding. *Journal of Chinese Human Resource Management*, 10(1/2), 4-18.
533
- 534 Henz Quintero, J. D. (2021). Elementos de gestión de la innovación y marketing para la
535 competitividad del sector metalmeccánico Manizales.
536
- 537 Ches, C., Svejenova, S., Pedersen, J. S., & Townley, B. (2016). Misfits, mavericks and mainstreams:
538 Drivers of innovation in the creative industries. *Organization Studies*, 37(6), 751-768.
539
- 540 Qin, M., & Sychalska-Wojtkiewicz, M. (2020). Cross-sector partnerships for innovation and growth:
541 can creative industries support traditional sector innovations?. *Sustainability*, 12(23), 10122.
542
- 543 Ahn, K., & Wewel, S. A. (2018). Skills, scope and success: An empirical look at the start-up process
544 in creative industries in Germany. *Creativity and Innovation Management*, 27(3), 295-318.
545
- 546 Gerger, S. D., Conte, A., Coa, L. M. D., da Silveira, V. C., Isaza, J. R. F., Márquez, V. J. B., ... &
547 Baños, D. A. M. (2023). Gestión de pymes familiares. Estrategias de innovación en Brasil y
548 Colombia. *Revista Estrategia Organizacional*, 12(1), 179-205.
549
- 550 Odoni, P., Dell'era, C., Frattini, F., Petruzzelli, A. M., Verganti, R., & Manelli, L. (2020). Business
551 model innovation in cultural and creative industries: Insights from three leading mobile gaming

Postprint-Accepted manuscript

e-ISSN 0718-8307 p-ISSN 0717-9103

Universidad del Bío-Bío

Innovación e Industrias Creativas**Fraile Benítez et al.**<https://doi.org/10.22320/S07179103/2022.XX>

- 552 firms. *Technovation*, 92, 102084.
553
- 554 ~~554~~aro, B. E., & Uribe, E. F. G. (2021). Evolución de la industria metalmecánica en Juárez y la
555 adquisición de conocimiento. *Chihuahua Hoy*, 19(19).
556
- 557 ~~557~~on, J. G. M., Valenzuela, A. V., Ochoa, J. J. G., & Pérez, F. A. G. (2023). Capacidades tecnológicas
558 en industrias metalmecánicas y de información en Sonora-México. *Revista de ciencias*
559 *sociales*, 29(2), 156-170.
560
561
- 562 ~~562~~F. (2020). The digital transformation of business models in the creative industries: A holistic
563 framework and emerging trends. *Technovation*, 92-93, 102012.
564 <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2017.12.004>
565
- 566 ~~566~~, L. A. N., Bernedo, J. O. A., Lingan, A. M. A., & de León, E. R. G. P. (2023). Toma de decisiones
567 estratégicas en empresas: Innovación y competitividad. *Revista Venezolana de Gerencia:*
568 *RVG*, 28(9), 628-641.
569
- 570 ~~570~~C. H. S. (2018). Examining social capital, organizational learning and knowledge transfer in
571 cultural and creative industries of practice. *Tourism Management*, 64, 258-270.
572
- 573 ~~573~~pez Calderón, L. C. (2021). Industria 4.0 en países de Latinoamérica, Alemania, China, Estados
574 Unidos y Japón.
575
- 576 ~~576~~pez-Orjuela, I. P. (2020). Deficiencias del emprendimiento en Colombia. Trabajo de Grado.
577 Universidad Católica de Colombia. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.
578 Programa de Economía. Especialización en Administración Financiera. Bogotá, Colombia.
579
- 580 ~~580~~a, J. P. S., & Güenaga, J. B. (2019). Gestión de la innovación empresarial: conceptos, modelos y
581 sistemas. Fondo Editorial de la PUCP.
582
- 583 ~~583~~artin-Rios, C., & Parga-Dans, E. (2016). The early bird gets the worm, but the second mouse gets
584 the cheese: Non-technological innovation in creative industries. *Creativity and innovation*
585 *management*, 25(1), 6-17.
586
- 587 ~~587~~uel Molina, B., Hervás-Oliver, J. L., & Boix Domenech, R. (2019). Understanding innovation in
588 creative industries: knowledge bases and innovation performance in art restoration
589 organizations. *Innovation*, 21(3), 421-442.
590
- 591 ~~591~~ntoya, N. E. C. (2021). La innovación y sus implicaciones en las empresas del sector
592 metalmecánico en la ciudad de Cartagena: caso Asimecar. *Teknos revista científica*, 21(1), 57-
593 70.
594
595
- 596 ~~596~~rales-Morejón, S., Álvarez-Peña, M., & Castañeda-Junco, R. (2024). Incubadoras acreditadas y su
597 efecto en la creación de emprendimientos en el Ecuador. *Revista Colón Ciencias, Tecnología*
598 *y Negocios*, 11(1), 53-75.
599
- 600 ~~600~~elos-Gómez, J., Gómez-Yaspe, I. S., & Ávila-Suarez, R. D. J. D. (2021). Capacidades de inovação

Postprint-Accepted manuscript

e-ISSN 0718-8307 p-ISSN 0717-9103

Universidad del Bío-Bío

Innovación e Industrias Creativas

Fraile Benítez *et al.*<https://doi.org/10.22320/S07179103/2022.XX>

- 601 de pequeñas e medias empresas do setor metalomecânico em Cartagena, Colômbia.
 602 Entramado, 17(1), 12-29.
 603
- 604 Melos-Gómez, J., Gómez-Yaspe, I., & De Ávila-Suarez, R. (2021). Capacidades de innovación de
 605 las pequeñas y medianas empresas del sector metalmeccánico en Cartagena, Colombia.
 606 Entramado, 17 (1), 12-29.
 607
- 608 À Folch, T., & Brunet Icart, I. (2019). Aspectos espaciales de la creatividad y la
 609 innovación. *Economía, sociedad y territorio*, 19(60), 1-24.
 610
- 611 Msquera, G. A. Q., & Barbosa, J. V. (2021). El emprendimiento resultado de investigación: una tarea
 612 pendiente en Colombia. *Encuentros*, 19(01).
 613
- 614 Monas, N., & Petridou, E. (2018). Venture performance factors in creative industries: a sample of
 615 female entrepreneurs. *Gender in Management: An International Journal*, 33(5), 385-404.
 616
- 617 Varro, F. M. (2017). Innovación Pública en América Latina: Conceptos, experiencias exitosas,
 618 desafíos y obstáculos. *Revista de Gestión Pública*, 6(1), 5-18.
 619
- 620 Iz, O. L. O. (2021). Surgimiento y evolución de las políticas públicas deficiencia, tecnología e
 621 innovación en Colombia: un recorrido de 1967 al 2020. *Gobernanza universitaria*, 281.
 622
- 623 Lierna Jaramillo, E., & Buitrago Estrada, N. T. (2020). La economía naranja y las industrias
 624 creativas en Apartadó.
 625
- 626 is, T., & Ben Mahmoud-Jouini, S. (2019). The process of creation in creative industries. *Creativity
 627 and Innovation Management*, 28(3), 403-419
 628
- 629 z, C. I. (2020). El reto de las industrias creativas y culturales. *Innovare: Revista de ciencia y
 630 tecnología*, 9(3), 130-130.
 631
- 632 otogerou, A., Kontolaimou, A. y Caloghirou, Y. (2017). Innovación en las industrias creativas
 633 europeas: un enfoque empírico a nivel de empresa. *Industria e Innovación*, 24 (6), 587-612.
 634
- 635intero Llain, A. C. (2022). Propuesta de portafolio de capacidades investigativas de los programas
 636 de Ingeniería Industrial para fortalecer la articulación con el sector metalmeccánico en
 637 Bucaramanga, Santander.
 638
- 639nto Mosquera, J. A. (2020). Relación entre la innovación y la competitividad en mipymes del sector
 640 hotelero de Cartagena (Master's thesis, Universidad EAN).
 641
- 642as, D., & Scarlet, K. (2020). Creatividad e innovación de estudiantes universitarios. *Universidad
 643 Técnica de Manabí*. Recuperado el, 18(09), 2020.
 644
- 645ríguez Arroyave, C. (2020). Industrias creativas, como favorecedoras del crecimiento económico,
 646 legislación y aplicación en Colombia (Bachelor's thesis, Escuela de Derecho y Ciencias
 647 Políticas).
 648
- 649ríguez-Gulías, M. J., Fernández-López, S., & Rodeiro-Pazos, D. (2020). Innovation in cultural and

Postprint-Accepted manuscript

e-ISSN 0718-8307 p-ISSN 0717-9103

Universidad del Bío-Bío

Innovación e Industrias CreativasFraile Benítez *et al.*<https://doi.org/10.22320/S07179103/2022.XX>

- 650 creative industries firms with an academic origin (CCI-USOs): The role of regional
651 context. *Technovation*, 92, 102044.
652
- 653 Roman Castro, J. W. (2023). Influencia de la ingeniería inversa en la innovación industrial de las
654 empresas del sector Metal Mecánico en Cajamarca, 2022.
655
656
- 657 Romero-Betancur, J. D. (2021). Panorama tecnológico colombiano: una aproximación desde las
658 solicitudes de patentes en Colombia entre los años 2000 y 2018. *Revista científica*, (40), 89-
659 101.
660
- 661 Sánchez Montaña, H. (2023). Influencia de las capacidades dinámicas de aprendizaje, absorción y
662 adaptación en la ventaja competitiva en las empresas del sector metalmecánico, autopartista y
663 carroceros de Boyacá.
664
- 665 Fontoro, G., Bresciani, S., & Papa, A. (2020). Collaborative modes with cultural and creative industries
666 and innovation performance: the moderating role of heterogeneous sources of knowledge and
667 absorptive capacity. *Technovation*, 92, 102040.
668
669
- 670 Shepherd, C. D., Ahmed, P. K., Ramos, L., & Ramos, C. (2019). Administración de la innovación.
671
- 672 La Giraldo, C. A., Rueda Mahecha, Y. M., & Moreno Suárez, A. M. (2023). La innovación en las
673 comunicaciones en las Mipymes por medio de redes colaborativas y el uso de las Tic. *Revista*
674 *Boletín Redipe*, 12(9), <https://doi.org/10.36260/rbr.v12i9.2022377-393>.
675
- 676 Pender, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal*
677 *of business research*, 104, 333-339
678
- 679 Rico, A. C., Rico, F. C. C., & Hernández, R. V. R. (2019). Formación en creatividad e innovación:
680 estudiando las percepciones y prácticas de los jóvenes emprendedores locales/Training in
681 Creativity and Innovation: Studying perceptions and practices of Young Local
682 Entrepreneurs. *RICEA Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y*
683 *Administración*, 8(15), 1-28.
684
- 685 Penczyk, M., & Sychalska-Wojtkiewicz, M. (2018). Creative Industry in South Baltic Area
686 Region. *Management*, 22(2), 234-248.
687
- 688 Ajillo, S. E. A., Gallegos, M. S., & Merlos, J. C. P. (2021). Integración de la gestión del conocimiento
689 y la industria 4.0, una guía para su aplicación en una organización. *Brazilian Journal of*
690 *Business*, 3(1), 993-1009.
691
- 692 Kies, B., Yang, J. J., & Lu, Y. (2020). Korean webtoons and collective innovation: expanding
693 Europe's creative industries through competitive localization. *Innovation: The European Journal*
694 *of Social Science Research*, 33(4), 459-473.
695
- 696 Wu. (2020). Creative industries agglomeration and entrepreneurship in China: necessity or
697 opportunity?. *Industry and Innovation*, 27(4), 420-443.
698

Postprint-Accepted manuscript

e-ISSN 0718-8307 p-ISSN 0717-9103

Universidad del Bío-Bío

Innovación e Industrias Creativas

Fraile Benítez et al.

<https://doi.org/10.22320/S07179103/2022.XX>

690 Qiu, J., Li, J., Jiao, H., Qiu, H., & Liu, Z. (2020). The more funding the better? The moderating role of
700 knowledge stock on the effects of different government-funded research projects on firm
701 innovation in Chinese cultural and creative industries. *Technovation*, 92, 102059.