



MÉXICO COMO EXPORTADOR DE CREATIVIDAD, CULTURA Y TECNOLOGÍA: FACTORES DE ÉXITO

Delgado-Cantú, Verónica Lizett.¹

Universidad Autónoma de Nuevo León • Facultad de Artes Visuales

Correo electrónico: v.ldelgado@hotmail.com,

*Praga y Trieste No. 4600, Fracc. Las Torres, Monterrey, Nuevo León, México, Tel. 01(81)
83294260*

Fecha de envío: 03/Mayo/2016

Fecha de aceptación: 16/Mayo/2016

Resumen

La era digital, el acceso a internet, el uso generalizado de aparatos móviles, entre otros factores han contribuido al crecimiento de las industrias creativas. El presente trabajo tiene como objetivo describir los factores que influyen el desarrollo y exportación de los servicios creativos, a través de la revisión y análisis de la literatura referente a las industrias creativas. Es un trabajo exploratorio que logró conceptualizar y clasificar la industria creativa a través de la búsqueda y análisis de la literatura correspondiente, mostrando un panorama de su crecimiento, forma de operar, ventajas y retos. Las principales actividades creativas en México son el diseño, la música, los nuevos medios y el cine. Este trabajo de investigación documental, deja ver que existen tres factores determinantes en el desarrollo y crecimiento de las exportaciones de las industrias creativas: la tecnología, la demanda y el turismo.

Palabras clave: *exportación, factores de éxito, industria creativa, servicios creativos.*

Introducción

Actualmente el mundo empresarial vive en una constante transformación, por lo que los líderes deben planear estrategias que integren la innovación y la creatividad si desean alcanzar una ventaja diferencial significativa frente a la inevitable competencia. En años recientes, se ha puesto especial atención a la industria denominada “creativa”, la cual integra actividades culturales, comerciales y tecnológicas que contribuyen a la economía del conocimiento.

Según la UNCTAD (2010) “la economía creativa traspasa las áreas del arte, los negocios y la conectividad, impulsando la innovación y los nuevos modelos de negocio”. La era digital, el acceso a internet, el uso generalizado de aparatos móviles, entre otros factores han contribuido a la expansión de estas industrias.

Conforme a un reporte de PROMEXICO (2014) “el valor de las industrias creativas en México creció 9.5% durante 2014 y ocupan el quinto lugar detrás de los sectores aeroespacial, agrícola, de alimentos y de automóviles” generando aproximadamente 27, 068 millones de dólares. De acuerdo con la UNCTAD (2010) México se encuentra en una posición privilegiada como exportador de servicios creativos, ocupando el décimo octavo lugar en el mundo y el primero en Latinoamérica, reportando ingresos que rebasan los 5 billones de dólares con tendencias de crecimiento.

En el país egresan cada año alrededor de 125 mil estudiantes de carreras como animación digital, cine, comunicación, diseño, ingeniería en medios digitales y otras afines, además de que existen más de 900 programas de posgrados relacionados con la ingeniería y la tecnología en universidades mexicanas (ANUIES, 2015). Esto también es un indicador de las oportunidades económicas, sociales, culturales y de desarrollo sostenible que esta industria promete.

Existen otros países donde también se le ha dado especial atención y apoyo a programas que apoyen a la industria creativa. Por ejemplo, en Reino Unido, el gobierno a través del Departamento de Cultura, Medios y Deportes (DMCS), anuncia frecuentemente iniciativas que apoyan a los jóvenes que desean formar parte de la industria creativa, como cursos de capacitación, vinculación con otras empresas del ramo, entre otros programas y políticas (Latham, 2012).

Esta tendencia de prestar atención al crecimiento de una industria cada vez más fuerte, nos hace reflexionar en los factores que pudieran influir en el éxito de las empresas que forman parte de ella, especialmente aquéllas que deseen exportar sus servicios, debido a las ventajas económicas que esto representa.

Planteamiento del problema

A pesar de que la industria creativa se encuentra en constante crecimiento, aún no hay suficiente conocimiento sobre sus ventajas y su forma específica de operar.

Jones, Comfort, Eastwood, & Hillier (2004), mencionan que este tipo de negocios creativos deben enfrentar al menos tres retos para lograr el éxito. Primero la necesidad de ofrecer a sus trabajadores un ambiente flexible que deje fluir la creatividad. Segundo, guardar la distancia entre el núcleo creativo y las demás actividades rutinarias de producción dentro de la empresa, ya que esto parece ser una característica esencial para el correcto funcionamiento de las industrias creativas. Y finalmente, resolver el problema de la globalización, el cual reside en empatar la creatividad local con el poder transnacional, sobre todo si desean exportar su talento.

Siguiendo la línea de Jones et al. (2004) cuando “sugieren incluir trabajos más amplios y críticos acerca del impacto social y económico que tienen las industrias creativas en el ámbito regional, nacional e internacional” (p. 141), y tratando de crear un punto de partida para futuras

investigaciones, es que se planteó el siguiente objetivo general: *Describir los factores que influyen el desarrollo y exportación de los servicios creativos, a través de la revisión y análisis de la literatura.*

Método

Este trabajo es exploratorio, ya que se logró conceptualizar y clasificar la industria creativa a través de la búsqueda y análisis de la literatura correspondiente, mostrando un panorama de su crecimiento, forma de operar, ventajas y retos. El estudio también es descriptivo ya que posteriormente se profundizó en una primera aproximación de cuáles son los factores que influyen el desarrollo y exportación de los servicios creativos.

Para ayudar a organizar y estructurar este trabajo, se utilizaron distintas técnicas, las cuales son parte esencial en el proceso de investigación científica. Primero se utilizó la técnica documental, ya que se realizó una recopilación de la literatura disponible en las bases de datos a las cuales se tuvo acceso, para posteriormente analizarla y así poder llegar a conclusiones objetivas. También se usó la técnica bibliográfica, ya que ordenar electrónicamente los archivos encontrados en las bases de datos, permitió tener un mayor control de los mismos y encausar el conocimiento derivado de estudios pasados.

Marco teórico

Conceptualización de la industria creativa

Para describir a la industria creativa, es inevitable hablar de creatividad, que básicamente es lo que le da origen a las actividades que la componen. Una definición sencilla es “el proceso por el cual se conduce a la producción de algo, que es tanto original, como útil” (Runco & Pritzker , 1999, p. 1). Como se puede apreciar, en la actualidad existen múltiples empresas que venden bienes y servicios estrechamente relacionados a este concepto.

Este tipo de actividades no son para nada nuevas, sin embargo, el término de *industria creativa* comenzó a popularizarse en Reino Unido apenas en 1997, y se define como “aquella que tiene su origen en la creatividad, habilidad y talento individual, y que tiene potencial para lucrar y dar trabajo a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual” (Department of Culture, Media and Sport, 1998).

Dentro de esta industria se encuentran principalmente empresas que se dedican a la publicidad, el diseño gráfico, de modas, industrial, de software, de interiores, la industria fílmica, la arquitectura, la música, las artes visuales, entre otras actividades relacionadas (Townley, Beech, & McKinlay, 2009). Por otra parte, la UNCTAD (2010) la define como:

...los ciclos de creación, producción y distribución de los bienes y servicios que tienen como base fundamental la creatividad y el capital intelectual; es aquella que constituye un conjunto de actividades basadas en el conocimiento, pero no limitándose a las artes, para generar ingresos en relación al comercio y derechos de propiedad intelectual; la que comprende productos tangibles e intangibles o servicios artísticos con contenido creativo, valor económico y objetivos de mercado y además es un punto de convergencia de artesanos, servicios y sectores industriales y constituye un nuevo sector dinámico en el mundo del comercio (p.34).

El término de industria creativa también se aplica a la producción de los bienes y servicios realizados por las industrias culturales y aquellas empresas que dependen de la innovación, la investigación y el desarrollo de software (UNESCO, 2013).

Clasificación de las industrias creativas

Se han detectado diferentes modelos de clasificación para las industrias creativas, a continuación se presentan los más relevantes (UNESCO, 2013) (ver Figura 1).

Figura 1. Principales modelos de clasificación para las industrias creativas

1. Modelo DCMS

Publicidad
 Arquitectura
 Arte y mercado de antigüedades
 Manualidades
 Diseño
 Moda
 Cine y video
 Música
 Artes escénicas
 Publicaciones
 Software
 Radio y televisión
 Juegos de video y computadora

2. Modelo de la UNCTAD

Patrimonio cultural
Expresiones culturales tradicionales. Artesanías, festivales y celebraciones.
 Sitios arqueológicos, museos, bibliotecas, exhibiciones, etc.

Artes
Artes escénicas. Música en vivo, teatro, danza, opera, circo, marionetas, etc.
Artes visuales. Pintura, escultura, fotografía y antigüedades.

Medios.
Audiovisuales. Cine, televisión, radio, y otras difusiones.
Editorial y medios impresos. Libros, prensa y otras publicaciones.

Creaciones funcionales
Servicios creativos. Arquitectura, publicidad, investigación y desarrollo creativos, servicios culturales y recreacionales.
Nuevos medios. Software, videojuegos y contenido creativo digital.
Diseño. Interior, gráfico, moda, joyería y juguetes.

3. Modelo de Textos simbólicos

Industrias principalmente culturales
 Publicidad
 Cine
 Internet
 Música
 Publicaciones
 Radio y televisión
 Juegos de video y computadora
 Industrias culturales periféricas
 Creaciones artísticas

Industrias casi culturales
 Electrónicos
 Moda
 Software
 Deportes

4. Modelo de Círculos Concéntricos

Expresiones puramente culturales
 Literatura
 Música
 Artes Escénicas
 Artes Visuales

Otras industrias culturales
 Cine
 Museos y bibliotecas

Industrias ampliamente culturales
 Servicios patrimoniales
 Publicaciones
 Grabación de sonido
 Radio y televisión
 Juegos de video y computadora

Industrias relacionadas
 Publicidad
 Arquitectura
 Diseño
 Moda

5. Modelo WIPO de propiedad intelectual

Industrias de propiedad intelectual principalmente
 Publicidad
 Entidades de gestión
 Cine y video
 Música
 Artes escénicas
 Publicaciones
 Software
 Radio y televisión
 Artes visuales y gráficas

Industrias de propiedad intelectual parcial
 Arquitectura
 Ropa, calzado
 Diseño
 Moda
 Bienes para el hogar
 Juguetes

Industrias de propiedad intelectual interdependientes
 Material de grabación virgen
 Electrónicos
 Instrumentos musicales
 Papel
 Fotocopiadoras y equipo fotográfico

6. Modelo del Instituto de Estadística de la UNESCO

Industrias en dominios culturales principales
 Museos, galerías, bibliotecas
 Artes escénicas
 Festivales
 Artes visuales, manualidades
 Diseño
 Publicaciones
 Radio y televisión
 Cine y video
 Fotografía
 Medios interactivos

Industrias en dominios culturales expandidos
 Instrumentos musicales
 Equipo de sonido
 Arquitectura
 Publicidad
 Equipo de impresión
 Software
 Equipo audiovisual

Las industrias creativas abarcan un sector muy amplio de empresas, por lo que algunas asociaciones y países han tratado de clasificarlas, sin embargo, aún no se llega a un acuerdo definitivo, esto podría dificultar el estudio de las interrelaciones entre dichas empresas.

Actualmente aún hay dudas acerca de si las empresas relacionadas al deporte, la investigación y desarrollo y los zoológicos, verdaderamente entran en la clasificación de este sector de la economía, en este sentido, la UNCTAD (2010) establece que una industria creativa debe contar con las siguientes características:

- Ciclos de creación, producción y distribución de los bienes y servicios que tienen como base fundamental la creatividad y el capital intelectual.
- Conjunto de actividades basadas en el conocimiento, pero sin limitarse a las artes; para generar ingresos en relación al comercio y derechos de propiedad intelectual.
- Debe comprender productos tangibles e intangibles o servicios artísticos con contenido creativo, valor económico y objetivos de mercado.
- Ser un punto de convergencia de artesanos, servicios y sectores industriales.
- Formar parte de un nuevo sector dinámico en el mundo del comercio.

En México, el INEGI (2016), a través del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE), clasifica las industrias creativas en dos tipos de actividades económicas principalmente (ver Figura 2).

Figura 2. Actividades económicas asociadas a las industrias creativas en México

(54) Servicios profesionales, científicos y técnicos	(71) Servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos
<p>(541) Servicios profesionales, científicos y técnicos</p> <p>(5413) Servicios de arquitectura, ingeniería y actividades relacionadas</p> <p>(5414) Diseño especializado (54141) Diseño y decoración de interiores (54142) Diseño industrial (54143) Diseño gráfico (54149) Diseño de modas y otros diseños especializados</p> <p>(5415) Servicios de diseño de sistemas de cómputo y servicios relacionados</p> <p>(5418) Servicios de publicidad y actividades relacionadas</p>	<p>(711) Servicios artísticos, culturales y deportivos, y otros servicios relacionados</p> <p>(7111) Compañías y grupos de espectáculos artísticos y culturales (71111) Compañías de teatro (71112) Compañías de danza (71113) Cantantes y grupos musicales (71119) Otras compañías y grupos de espectáculos artísticos</p> <p>(7113) Promotores de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares</p> <p>(7114) Agentes y representantes de artistas, deportistas y similares</p> <p>(7115) Artistas, escritores y técnicos independientes</p> <p>(712) Museos, sitios históricos, zoológicos y similares</p>

Según proyecciones del *Global Entertainment and Media Outlook 2012-2016*, de la consultora Pricewaterhouse Coopers (2012), el sector de industrias creativas en México continuará creciendo, donde Jalisco y la Ciudad de México aventajan en las áreas de animación y efectos especiales; mientras Nuevo León, en videojuegos e interactivos.

Principales actividades creativas en México

Según datos de PROMEXICO (2016), el país se está perfilando como líder en la producción creativa, debido a la competitividad de costos respecto a otros países latinoamericanos, la infraestructura con la que cuenta, su tecnología, la variedad de escenarios que ofrece, la experiencia y el capital humano. En las siguientes líneas se definen las principales actividades creativas que se desarrollan en México.

Diseño

El diseño es la actividad económica que representa la mayor parte de las exportaciones de la industria creativa de América Latina (RVO, 2013) y México ocupa los primeros lugares en exportación de este tipo de servicios creativos. Aunque no existe una definición exacta de lo que es el diseño, la UNCTAD (2010) lo define como

...el resultado de la creatividad expresada como una actividad económica basada en el conocimiento, la cual produce bienes y servicios con contenido creativo, valor cultural y económico y objetivos de mercado. La industria del diseño es parte de la economía creativa dado que pasa por el artesano, la manufactura y los componentes de servicios en la cadena de valores, la cual interactúa con la tecnología y se beneficia de la Propiedad Intelectual (p.220).

Música

La música es una de las industrias creativas centrales, con gran valor cultural y económico en todas las sociedades (UNCTAD, 2010). Este sector puede clasificarse dentro de las áreas audiovisuales, de nuevos medios o artes escénicas, según se necesite.

La música representa una industria dinámica en el comercio mundial, generando importantes ingresos y fuentes de empleo, México encabeza las exportaciones de música en Latinoamérica, además de ocupar el cuarto lugar en exportaciones de artes escénicas entre los países en desarrollo.

Nuevos medios

La UNCTAD (2010) menciona que este sector está formado por productos creativos expresados de forma digital y con contenidos como software, dibujos animados y productos interactivos como los videojuegos. Se trata de medios que facilitan la conectividad y que son usados como herramientas para la comercialización y distribución de otros productos como la música, películas, libros, noticias, publicidad e incluso la arquitectura.

En el 2008, México se encontraba en el tercer puesto del ranking de los 10 mejores exportadores de nuevos medios en las economías en desarrollo, siendo el único país fuera de Asia dentro de esta lista y según PROMEXICO existe una tendencia de crecimiento.

Cine

De acuerdo con la UNCTAD (2010), los ingresos generados por la industria cinematográfica provienen de salas de cine nacionales e internacionales, así como de los derechos derivados de la música, televisión, y satélite, video e internet, merchandising, rentas de CD's y DVD's y derechos de autor por la reproducción.

La fabricación, distribución y exhibición de las películas continua siendo dominado por un pequeño número de grupos y cerca del 80% de las películas vistas en el mundo son producciones realizadas en Hollywood.

Sin embargo, México tiene el mayor mercado del cine en Latinoamérica y ocupa el quinto lugar en el mundo en cuanto a asistencia al cine se refiere. Muchas producciones mexicanas se financian de forma combinada, tanto con fondos privados como gubernamentales, ya que existen políticas que han estimulado la industria desde el 2006.

De acuerdo al Instituto Mexicano de Cine (2013), el número de producciones y estrenos en México ha aumentado poco a poco, gracias a los incentivos fiscales que proporciona el gobierno para consolidar la industria del cine. Durante el 2013 se produjeron 126 películas mexicanas, la cifra más alta desde 1959, además de 360 cortometrajes y los instrumentos del Estado para apoyar y fomentar la producción participaron en el 75 % de la producción anual del país.

Estas son las principales industrias creativas en las que México destaca a nivel mundial y que representan una oportunidad de crecimiento económico, social y cultural para sus habitantes.

Factores que influyen en el desarrollo y exportación de los servicios creativos

Las industrias creativas se han visto favorecidas en los últimos años, ya que operan a través de redes flexibles de producción, además de contar con servicios que abarcan toda la cadena de valor empresarial. Las herramientas como redes sociales, teléfonos móviles y aplicaciones digitales, facilitan la conectividad y la colaboración entre los individuos desde lugares remotos. Otros factores que influyen en el incremento de las exportaciones en el área creativa, además de la tecnología son el turismo y la demanda.

Tecnología

La industria creativa se basa en gran parte en el uso de las tecnologías de información, de acuerdo con informes de la UNCTAD (2010), “la integración de las tecnologías multimedia y de telecomunicación, ha llevado a una integración de los medios, por lo cual el contenido creativo es producido, distribuido y consumido, por lo que ha fomentado nuevas formas de expresión artísticas y creativas”.

Según datos proporcionados por PWC (2012) México ha tenido avances significativos en materia de tecnología favoreciendo sus industrias creativas, esto se debe principalmente a que cuenta con un entorno comercial próspero, infraestructura avanzada en TI, capital humano especializado y un entorno de Investigación y Desarrollo (I&D) sólido. Jalisco ocupa el primer lugar en la industria de alta tecnología de México. De acuerdo con cifras de la Cámara Nacional de la Industria Electrónica, de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información CANIETI (2015) , aproximadamente el 60 % de sus exportaciones son productos y servicios de alta tecnología. Adicionalmente, cuenta con más de 600 negocios dedicados a la alta tecnología que generan más de 90 mil empleos.

Demanda

El incremento del consumo de servicios creativos es un factor determinante en el éxito de las industrias creativas y es necesario revisar cómo es que en los últimos años se ha dado este cambio en la demanda (UNCTAD, 2010).

Una de las causas es el aumento de los ingresos de los países industrializados, el cual genera que se destine más dinero a los bienes y servicios creativos, impulsando a las empresas a mantener un flujo constante de nuevos servicios y con versiones más económicas en sus precios.

Los cambios culturales también contribuyen al crecimiento de la industria creativa, como se mencionó en el punto anterior, el desarrollo de nuevas tecnologías y el uso cada vez más generalizado de internet y los aparatos móviles, ha ayudado a que cada vez existan más creadores de mensajes con contenido cultural, además de la expansión de las experiencias culturales de los usuarios.

También los cambios demográficos representan un cambio positivo para la industria creativa, la población mundial se incrementa cada día y hay una expectativa de vida mayor, lo cual apoya la existencia de una población de edades avanzadas que tienen tiempo libre para aprovechar las actividades proporcionadas por este sector económico.

Turismo

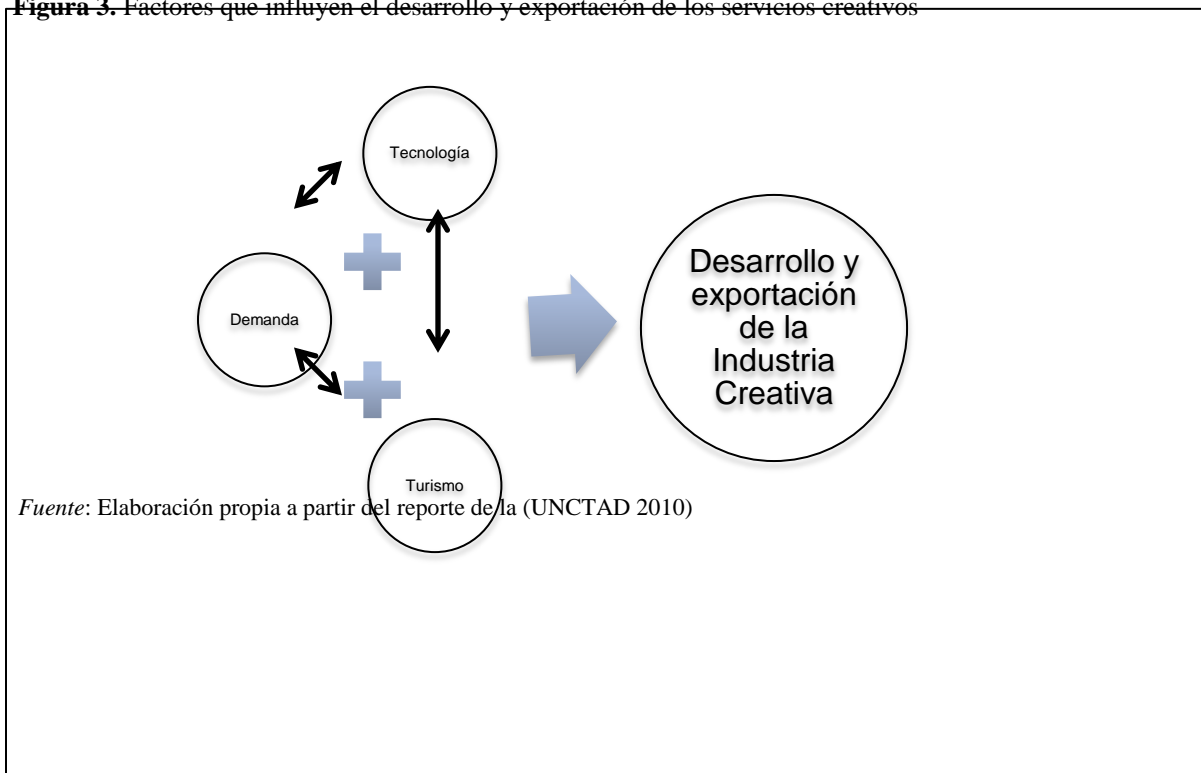
La UNCTAD (2010) reporta que el crecimiento mundial del turismo continúa fortaleciendo el crecimiento de las empresas que promueven bienes y servicios creativos. Un sector turismo dinámico puede usarse para diversificar la economía y generar beneficios sociales y medioambientales. Los turistas son los principales consumidores de los servicios culturales y recreacionales, así como también compran artesanías y música.

Existe la tendencia a promover productos turísticos basados en las industrias creativas, ya que al mejorar la imagen de un lugar, se pueden generar mejores experiencias turísticas, se pueden crear atmósferas y refrescar sectores.

Los factores antes mencionados están muy relacionados entre sí, ya que la tecnología y el turismo pueden incrementar la demanda, la tecnología puede apoyar al turismo, etcétera.

La Figura 3 muestra cómo se relacionan estos factores con la industria creativa.

Figura 3. Factores que influyen el desarrollo y exportación de los servicios creativos



Fuente: Elaboración propia a partir del reporte de la (UNCTAD 2010)

Conclusiones

La industria creativa es aquella que involucra bienes y servicios que aprovechan la propiedad intelectual, y que abarca sectores como la publicidad, las artes, el cine, el diseño, la música, entre otros. Este trabajo de investigación documental, deja ver que existen tres factores determinantes en el desarrollo y crecimiento de las exportaciones de las industrias creativas: la tecnología, la demanda y el turismo.

México es un país que ha mostrado fortalezas en este sector de la economía, además de que cuenta con ventajas competitivas en los tres factores recién mencionados. Jalisco es un estado que está muy fuerte en tecnologías de información, además de que en Ciudad de México, Nuevo León y Yucatán está creciendo el número de negocios relacionados al diseño de videojuegos, animación y efectos especiales. El país cuenta con muchos escenarios naturales que atraen a los productores extranjeros para realizar filmaciones y videos, además de que los costos de producción son considerablemente más baratos que en los países del norte.

Algunos de los apoyos gubernamentales con las que cuenta México para poder producir y exportar mejores productos y servicios creativos son: EFICINE, FIDECINE, FOPROCINE, FONDO PRO AUDIOVISUAL, PROSOFT, FONDO INNOVACIÓN y CONACyT entre otros.

De acuerdo con datos de PROMEXICO también existen programas de apoyo integral que ayudan a impulsar a las industrias creativas en el país. Algunas estrategias son:

- La Ciudad Creativa Digital, será un nodo de competitividad global para la producción audiovisual e interactiva, con infraestructura y tecnología de punta capaz de desarrollar los más grandes proyectos creativos de la industria y con capacidad para albergar a más de 10 mil creativos.

- El Programa de Apoyo a la Industria Cinematográfica y Audiovisual de Alto Impacto, iniciativa encabezada por el gobierno federal que implica desde un esquema de incentivos hasta una plataforma gubernamental de atención a la industria.
- El desarrollo de guías especializadas en producción cinematográfica y audiovisual y la integración de la cadena de proveeduría nacional de servicios al sector.
- La creación de portafolios de proyectos creativos exportables y el impulso de una plataforma de comunicación comunitaria, así como un suministro de mejores esquemas de protección de la propiedad intelectual.

Aún hay que resolver algunos de los retos planteados para este sector de la economía, que ha reportado un importante crecimiento en los últimos años y se ha mantenido en buenas posiciones como exportador entre los países en desarrollo, sin embargo hay que reconocer que tiene las herramientas para seguir exportando con éxito creatividad, cultura y tecnología.

Se espera que este trabajo sirva como base para futuras investigaciones que permitan probar empíricamente la relación entre los factores considerados para el éxito de las exportaciones de bienes y servicios generados por las industrias creativas, fortaleciendo aún más este sector económico en crecimiento.

Referencias

- ANUIES. (2015). *ANUIES*. Retrieved Abril 30, 2016, from <http://www.anui.es.mx>:
<http://www.anui.es.mx/informacion-y-servicios/informacion-estadistica-de-educacion-superior>
- CANIETI. (2015). *Cámara Nacional de la Industria Electrónica, de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información*. Retrieved Abril 30, 2016, from CANIETI: <http://canieti.org/>
- DCMS. (1998). *Creative Industries Mapping Document*. Londres: Department of Culture, Media and Sport.
- IMCINE. (2013). *IMCINE*. Retrieved Abril 30, 2016, from Instituto Mexicano de Cinematografía:
http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry56e33f9f9d72792dff003a13/56e3451b9d72792dff003e25/files/Anuario_Estadistico_de_Cine_Mexicano_2013.pdf
- INEGI. (2016). *Instituto Nacional de Estadística y Geografía*. Retrieved Abril 30, 2016, from www.inegi.org.mx: www.inegi.org.mx/sistemas/mapa/denue/
- Jones, P., Comfort, D., Eastwood, I., & Hillier, D. (2004). Creative Industries: Economic Contributions, Management Challenges and Support Initiatives. *Management Research News*, 134-141.
- Latham, P. (2012, Julio 12). *Gov.UK*. Retrieved Octubre 18, 2013, from Department for Culture, Media & Sport (DCMS): <http://blogs.culture.gov.uk>
- Pricewaterhouse Coopers. (2012). <https://www.pwc.com>. Retrieved Abril 30, 2016, from PWC:
<https://www.pwc.com/mx/es/industrias/entretanim-medios.html>
- PROMEXICO. (2014, Junio-Julio). *PROMEXICO Inversión y Comercio*. Retrieved Abril 30, 2016, from <http://www.promexico.gob.mx>: <https://www.promexico.gob.mx/documentos/reportes-com-inv/reporte-comercio-inversion-junio-julio-2014.pdf>
- PROMEXICO. (2016, Enero). *PROMEXICO*. Retrieved Abril 30, 2016, from PROMEXICO Acciones y Programas: <https://www.gob.mx/promexico/acciones-y-programas/industrias-creativas>
- Runco, M. A., & Pritzker, S. (1999). *Encyclopaedia of Creativity* (Vol. 2). California & London: Academic Press.
- RVO. (2013). <https://www.rvo.nl>. Retrieved Abril 30, 2016, from Rijksdienst voor Ondernemend Nederland:
<https://www.rvo.nl/sites/default/files/2014/02/Sector%20Report%20Creative%20Industries%20Mexico%202013.pdf>
- UNCTAD. (2010, Noviembre 4). *Economía Creativa: Una opción factible de desarrollo. Informe 2010*. Ginebra, Suiza.
- UNESCO. (2013). *Creative Economy Report*. New York: United Nations Development Programme.