

TENDENCIAS TECNOLÓGICAS EN EL SECTOR DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS Y CULTURALES

Nombres y apellidos

ESTIVEN ENRIQUE GONZALEZ SARMIENTO

C.C. No. 1140903895

Código estudiantil: 201611474120

Correo institucional: egonzalez58@unisimon.edu.co

JHOSELIN ROA PEREZ

C.C. No. 1007951033

Código estudiantil: 201611476733

Correo institucional: jroa10@unisimon.edu.co

Trabajo de Investigación presentado como requisito para optar el título de:

ESPECIALISTA EN GERENCIA E INNOVACIÓN

Tutor(es):

PhD. ORTIZ OSPINO LUIZ EDUARDO

PhD. MONSALVE PELAEZ MAGDA ANDREA

RESUMEN

El propósito de esta investigación fue revisar las tendencias tecnológicas que se vinculan a las ICC para el desarrollo de bienes y servicios culturales. En este orden de ideas este estudio ha permitido identificar y analizar las tendencias tecnológicas más importantes en el sector de las Industrias Creativas y Culturales (ICC) a nivel mundial, y de esta manera comprender los cambios que puedan incidir en la transformación de estos sistemas empresariales. Por otro lado, la literatura y la evidencia empírica muestran el papel importante que juega la innovación para la competitividad y desarrollo económico de los territorios.

Este trabajo de carácter documental con enfoque cualitativo, en el cual se desarrolló una revisión sistemática de la literatura por medio de un proceso de vigilancia tecnológica y se obtuvo como resultado el análisis de las tendencias tecnológías del sector de las industrias creativas y culturales, en el cual se identificaron macrotendencias que se espera que sean las tendencias tecnológicas más influyentes en los próximos años para el sector de las industrias creativas y culturales enfocadas desde los contenidos digitales.

En este sentido, los hallazgos de este estudio brindan a los lectores una comprensión de la dinámica de las ICC a lo largo del tiempo; además, se revelan las tendencias tecnológicas que rodean a este campo emergente. El objetivo de esta economía es promover la innovación y la creatividad, así como la cultura. La última área busca profesionalizarse a través de la economía creativa.

Esta investigación cuenta con dos apartados que evidencian la importancia de las ICC en la transformación de la economía y la sociedad; el primero de ellos, es la contextualización del sector de las industrias creativas a nivel mundial por medio del análisis de diferentes autores, visibilizando su importancia en la actualidad. En el segundo apartado, se presentará el resultado de un proceso de vigilancia tecnológica con el propósito de analizar tres (3) categorías de impacto estimado influirá en tres ámbitos, sobre la demanda, sobre la oferta y sobre el ecosistema en

general, conformadas por 10 macrotendencias y 30 microtendencias; éstas a su vez, se relacionan con los diferentes procesos productivos que comprenden la creación, elaboración y circulación de bienes y servicios con contenidos digitales.

Desde el eje de ecosistema se logró comprender que los contenidos digitales se han ido transformando en los últimos años, gracias a las tendencias tecnológicas que han surgido en la última década; en este sentido, las tendencias han configurado la manera en la que se crea, produce, distribuye y consume los contenidos digitales; la naturaleza de dichos contenidos, es de cambio constante, ya que deben responder a las demandas del contexto, en este sentido, la creatividad de los agentes involucrados en el sector de las ICC es indispensable para generar nuevas formas de comercio de bienes y servicios creativos.

Desde la demanda se evidenció que en la medida en que se consolidan los nuevos desarrollos tecnológicos, también se incrementa el consumo de contenidos digitales. El aumento de los desarrollos tecnológicos se traduce en una mayor oferta de contenidos digitales, lo que a su vez representa mayor acceso para la demanda de dichos contenidos. Luego de la pandemia se ha acelerado la adopción y el desarrollo de los contenidos digitales. El mercado de contenidos digitales está en auge y cada vez es más común el consumo de este tipo de contenido. Su importancia radica en los múltiples beneficios que proporciona, como lo son las formas más eficientes y ágiles de comunicación, comercio, producción, circulación y consumo de contenido.

Por último y no menos importante, desde la oferta se observa que los avances tecnológicos en los entornos digitales han permitido el surgimiento de nuevos servicios, actividades, negocios y empresas en el sector del entretenimiento. Por un lado, gracias al auge de dispositivos móviles y el acceso a internet, millones de personas pueden acceder relativamente fácil a la información de las redes sociales, espacio que las empresas han aprovechado debido la concentración masiva de usuarios para promocionar sus marcas mediante publicidad y estrategias de

Marketing (sectores donde incorporan nuevos trabajadores, alianzas, subcontrataciones, etc.). Al mismo tiempo, se han adaptado a estas redes y a otros medios digitales la opción de compra y venta, desarrollando y fortaleciendo el denominado e-commerce, tal que el usuario pueda vivir una experiencia única donde disfrute de sus contenidos preferidos mientras adquiere productos del mercado.

A lo largo de la investigación, emergieron los subsectores a los que las tendencias tecnológicas apuntan. En este orden de ideas los principales subsectores de las industrias creativas y culturales para el segmento de contenidos digitales, y estos se distribuyen en la siguiente manera: Audiovisual, Diseño, Editorial y Publicaciones, Música y espectáculos, publicidad Digital, TI, Software, Servicios informáticos y Videojuegos.

En concordancia con lo descrito, es imprescindible reconocer el papel que tienen las industrias creativas y culturales en la transformación de un modelo de economía extractivista hacia uno sostenible y responsable socialmente.

Palabras clave: Industrias creativas y culturales, economía creativa, tendencias tecnológicas, vigilancia tecnológica.

ABSTRACT

The purpose of this research was to review the technological trends that are linked to the ICC for the development of cultural goods and services. In this order of ideas, this study has made it possible to identify and analyze the most important technological trends in the Creative and Cultural Industries (CCI) sector worldwide, and thus understand the changes that may affect the transformation of these business systems. On the other hand, the literature and empirical evidence show the important role that innovation plays for the competitiveness and economic development of territories.

This documentary work with a qualitative approach, in which a systematic review of the literature was developed through a process of technological surveillance and the analysis of technological trends in the creative and cultural industries sector was obtained as a result. which macrotrends were identified that are expected to be the most influential technological trends in the coming years for the sector of creative and cultural industries focused on digital content.

In this sense, the findings of this study provide readers with an understanding of the dynamics of CCIs over time; In addition, the technological trends surrounding this emerging field are revealed. The objective of this economy is to promote innovation and creativity, as well as culture. The last area seeks to become professional through the creative economy.

This research has two sections that show the importance of CCIs in the transformation of the economy and society; The first of them is the contextualization of the creative industries sector worldwide through the analysis of different authors, making its importance visible today. In the second section, the result of a technological surveillance process will be presented with the purpose of analyzing three (3) categories of estimated impact will influence three areas, on demand, on supply and on the ecosystem in general, made up of 10 macro trends and 30 micro

trends; These, in turn, are related to the different production processes that include the creation, production and circulation of goods and services with digital content.

From the ecosystem axis, it was possible to understand that digital content has been transforming in recent years, thanks to the technological trends that have emerged in the last decade; In this sense, trends have shaped the way in which digital content is created, produced, distributed, and consumed; The nature of said contents is constantly changing, since they must respond to the demands of the context. In this sense, the creativity of the agents involved in the CCI sector is essential to generate new forms of trade in creative goods and services.

From the demand it was evidenced that to the extent that new technological developments are consolidated, the consumption of digital content also increases. The increase in technological developments translates into a greater supply of digital content, which in turn represents greater access to the demand for such content. After the pandemic, the adoption and development of digital content has accelerated. The digital content market is booming and the consumption of this type of content is becoming more common. Its importance lies in the multiple benefits it provides, such as the most efficient and agile forms of communication, commerce, production, circulation, and consumption of content.

Last but not least, from the offer it is observed that technological advances in digital environments have allowed the emergence of new services, activities, businesses and companies in the entertainment sector. On the one hand, thanks to the rise of mobile devices and Internet access, millions of people have relatively easy access to information from social networks, a space that companies have taken advantage of due to the massive concentration of users to promote their brands through advertising and Marketing strategies (sectors where they incorporate new workers, alliances, subcontracting, etc.). At the same time, the purchase and sale option has been adapted to these networks and other digital media, developing and strengthening the so-called e-commerce, so that the user can live a unique

experience where they can enjoy their favorite content while purchasing products from the market.

Throughout the investigation, the subsectors to which the technological trends point emerged. In this order of ideas, the main subsectors of the creative and cultural industries for the digital content segment, and these are distributed as follows: Audiovisual, Design, Publishing and Publications, Music and shows, Digital advertising, IT, Software, Services computers, and video games.

In accordance with what has been described, it is essential to recognize the role that the creative and cultural industries have in the transformation of an extractives economic model towards a sustainable and socially responsible one.

Key Words: Creative and cultural industries, creative economy, technological trends, macro trends, micro trends.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aircards. (2021). The 5g & augmented reality advertising research report. Aircards press. Obtenido de aircards.co
- BBVA. (2022). ¿Qué es la 'gig economy'? Obtenido de <https://www.bbva.com/es/que-es-la-gig-economy/>
- BID. (2017). El futuro de la economía naranja. Obtenido de www.iftf.org
- BID. (2019). ECONOMÍA NARANJA: innovaciones que no sabías.
- Bilton, C. (2017). The disappearing product: Marketing and markets in the creative industries. Edward Elgar Publishing.
- Borrayo R. y Quintana L. (2018). "Creatividad, eficiencia y concentración espacial en México". Revista Problemas del Desarrollo, 193 (49), abril-junio
- Bouskela, M., Casseb, M., & Bassi, S. (2016). La ruta hacia las Smart Cities Migrando de una gestión tradicional a la ciudad inteligente.
- Castro, J. (19 de 03 de 2022). La República. Obtenido de <https://www.larepublica.net/noticia/83-millones-de-latinoamericanos-cuentan-con-al-menos-un-servicio-de-streaming>
- CB Insights. (2022). The Future of Fashion: From design to merchandising, how tech is reshaping the industry.
- CEPAL. (2010). la economía coreana. Obtenido de La estrategia de país de Corea del Sur apuesta por la Economía Naranja y se lleva el Oscar: <https://www.linkedin.com/pulse/la-estrategia-de-pa%C3%ADs-corea-del-sur-apuesta-por-econom%C3%ADa-luzardo/?originalSubdomain=es>
- Deloitte. (2018). Blockchain a Media A new Game Changer for the Industry. Obtenido de <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/tr/Documents/technologymedia-telecommunications/deloitte-PoV-blockchain-media.pdf>
- Deloitte. (2020). The 5G network slicing opportunity. Deloitte Insights. Deloitte. Recuperado el 11 de 06 de 2022, de www2.deloitte.com
- Dervojeda, K., Nagtegaal, F., Lengton, M., & Datta, P. (2013). Creative industries: Analysis of industry-specific framework conditions relevant for the development of world-class clusters. European Union: Brussels, Belgium.

- Duque. I., B. P. (2013). La economía naranja: una oportunidad infinita. inter-American Development Bank. Obtenido de La economía naranja: una oportunidad infinita. Inter-American Development Bank.
- Eikhof, D. R., & Haunschild, A. (2006). Lifestyle meets market: Bohemian entrepreneurs in creative industries. *Creativity and innovation management*, 15(3), 234-241.
- Endesa. (2022). Smart Cities. <https://www.fundacionendesa.org/es/educacion/endesa-educacion/recursos/smart-city>
- Ericsson. (2022). Ericsson Mobility Report. Recuperado el 27 de 05 de 2022, de ericsson.com
- Escobar Gálvez, G., Forero Rubiano, T., & Vargas Pérez, P. (2017). La institucionalidad de la economía naranja en Colombia: un estudio neo-institucional para el periodo 2010-2014. Retrieved from.
- Escorsa, P., Maspons, R., & Llibre, J. (2001). De la vigilancia tecnológica a la inteligencia competitiva.
- Euromonitor. (2022). 10 tendencias Globales.
- Fritz, J. L. (2020). Plotting a course from invention to innovation. Deloitte Insights. Recuperado el 08 de 06 de 2022, de www2.deloitte.com
- García, C., N. (2002). Las Industrias Culturales en la Integración Latinoamericana. *Punto Cero*, 7(5), 76-81.
- Global Institute Innovation Districts. (2014). The Rise of Innovation Districts. Massachusetts: GIID.
- Global Institute on Innovation Districts. (2020). Recuperado el 04 de 02 de 2022
- González, I. (2000). Patrimonio cultural. Conceptos, debate y problemas. Madrid editorial Cátedra.
- Grayscale Investments. (2021). The metaverse. Web 3.0 virtual cloud economies. Grayscale Research. Recuperado el 07 de 06 de 2022, de grayscale.com
- Hart, C. (1998). Doing a literature review. London: Sage Publications.
- Hawkins, J. (2013). The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. Penguin.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación
5ª edición. México: McGraw Hill.

Horkheimer y Adorno, T. (1988). Dialéctica de la Ilustración, Buenos Aires: Ed.

Howkins, G. (2001). The Creative Economy: How People Make Money From Ideas.
Penguin London.

Kriukova. y Ameridze. (2021). Immersive technologies for education. kpi.
Recuperado el 26 de 05 de 2022, de ela.kpi.ua

La República. (2019). La República. Obtenido de El modelo económico del K-pop,
la industria cultural que se toma al mundo: <https://www.larepublica.co/ocio/el-modelo-economico-detras-del-k-pop-2828863>

La República. (2021). Obtenido de <https://www.larepublica.co/internet-economy/la-industria-de-los-videojuegos-mueve-solo-en-cinco-paises-casi-us-109-000-millones-3138594>

Lado B. (s.f.). El Presente Digital del Libro: Claves para repensar nuestra industria.

McCay, E. (2022). 7 Principles for Creating Immersive Worlds. Valtech. Recuperado
el 03 de 06 de 2022, de valtech.com

Ministerio de Cultura. (2019). Nota metodológica sobre la definición y medición de
actividades incluidas en la cuenta satélite de Cultura y Economía Naranja de
Colombia.

Mintic. (2018). Plan TIC 2018-2022.

Nair, A. (2021). Alliedmarketresearch. Obtenido de Cloud Gaming Market Statistics:
2030.: <https://www.alliedmarketresearch.com/cloud-gaming-market-A07461>

NASAA. (2021). Creative Economy.

Newbiggin, J. (2010). La economía creativa. Una guía introductoria. British Council.

Newzoo. (2022). Global Games Market Report. Newzoo.

Nextrends Asia. (2021). Obtenido de <https://nexttrendsasiasia.org/south-korea-leading-the-way-in-gaming-industry/>

Ning, H. W. (2021). A Survey on Metaverse: the State-of-the-art, Technologies,
Applications and Challenges. Recuperado el 28 de 05 de 2022, de
<https://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/2111/2111.09673.pdf>

OTIS. (2022). The Creative Economy. OTIS COLLEGE REPORT ON THE CREATIVE ECONOMY.

PNUD & UNCTAD. (2010). Informe Economía Creativa (p. 483). Naciones Unidas.
Obtenido de: https://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_sp.pdf

Revista Semana. (21 de 04 de 2022). Netflix desacelera en suscripciones y pronostica el peor trimestre de crecimiento de su historia.
<https://www.semana.com/economia/empresas/articulo/netflix-desacelera-en-suscripciones-y-pronostica-el-peor-trimestre-de-crecimiento-de-su-historia/202137/>

Statista. (2022a). Evolución anual de los ingresos anuales generados por las competiciones de videojuegos a nivel mundial entre 2020 y 2030. Obtenido de <https://es.statista.com/estadisticas/711508/ingresos-anuales-del-mercado-de-esports-a-nivel-mundial/>

Statista. (2022b). Software enterprise. Recuperado el 05 de 26 de 2022, de [statista.com](https://www.statista.com)

Szpilbarg, D., & Saferstein, E. (2014). De la industria cultural a las industrias creativas: un análisis de la transformación del término y sus usos contemporáneos. *Estudios de Filosofía Práctica e Historia de las ideas*, 16(2), 99-112.

Thorsby, D. (2008). "Modelling the Cultural Industries." *International Journal of Cultural Policy* 14 (3): 217 - 232.

UNESCO. (2000). Cultura, comercio y globalización. Preguntas y respuestas. París, Francia.

UNESCO. (2009). Marco de Estadísticas Culturales de la Unesco 2009. Montral, Canadá.

UNESCO. (2021). Cities, culture and creativity.

Verhelst, Thierry. (1994). "The Social Dimensions of Culture" Source: LEADER Magazine nr.8 – Winter. En ec.europa.eu Culture and Rural Development, Rural Library.