

Análisis del sector de las Industrias Culturales y Creativas (ICC) en Colombia y su estructura
empresarial en el Área Metropolitana de Bucaramanga (2017- 2019)

Carlos Andrés Ramírez Parada

Trabajo de Grado para Optar el Título de Economista

Director

Amado Antonio Guerrero Rincón

PhD Historia

Codirector

Norberto Díaz Díaz

Estudiante Maestría en Economía y Desarrollo (UIS)

Universidad Industrial de Santander

Facultad de Ciencias Humanas

Escuela de Economía y Administración

Bucaramanga

2020

Dedicatoria

¡A mis padres...!

Agradecimientos

A mi familia por su apoyo incondicional desde el inicio hasta el fin.

A mi novia por sus palabras de aliento y apoyo en este proceso.

A mis amigos y compañeros, especialmente, Nicolas, Linda y Sebastián.

Al profesor Amado Guerrero y Est. Norberto Díaz por su compromiso para el desarrollo de este trabajo.

Y finalmente, a la Universidad Industrial de Santander, institución que me dio la oportunidad de formarme como profesional y ser partícipe de pluriculturalidad.

Tabla de contenido

Introducción	13
1. Planteamiento del problema.....	16
1.1 Justificación	18
1.2 Antecedentes	19
1.3 Objetivos	23
1.3.1 Objetivo general.....	23
1.3.2 Objetivos específicos	23
1.4 Marco conceptual.....	24
1.5 Clasificación de las industrias creativas y culturales en Colombia	29
1.6 Metodología	33
2. Entorno institucional de las industrias culturales y creativas en Colombia	34
2.1 Esbozo del marco institucional de las industrias culturales y creativas a nivel organizacional	37
2.1.1 El Ministerio de Cultura.....	38
2.1.2 El Consejo Nacional de la Economía Naranja.....	45
2.2 Marco normativo.....	45
2.2.1 Desarrollo normativo del sector.....	46
2.2.2 Lineamientos y políticas del sector cultural en Colombia.....	50
3. Cifras de las industrias culturales y creativas en la economía colombiana	53
3.1 Artes y patrimonio	57
3.2 Industrias culturales	59

3.3 Creaciones funcionales	60
4. La estructura empresarial de la industrias culturales y creativas en el Área Metropolitana de Bucaramanga (2017-2019).....	62
4.1 Área de artes y patrimonio.....	67
4.2 Área de creaciones funcionales.....	72
4.3 Área de industrias culturales.....	77
5. Conclusiones.....	82
Referencias bibliográficas.....	86
Apéndices	95

Lista de Tablas

Tabla 1. Criterios de selección de las actividades pertenecientes a las ICC para Colombia	30
Tabla 2. Clasificación de las actividades de inclusión total de las ICC para Colombia	32
Tabla 3. Líneas estratégicas del Ministerio de Cultura direccionadas a las ICC, 2018-2022.....	42
Tabla 4. Líneas estratégicas de la política de industrias culturales y creativas Colombia, 2019..	44
Tabla 5. Marco legal nacional relacionado con la economía creativa	46
Tabla 6. Documentos CONPES desarrollados entorno de la cultura en Colombia	51
Tabla 7. Actividades económicas pertenecientes al área de artes y patrimonio	68
Tabla 8. Actividades económicas pertenecientes al área de creaciones funcionales	73
Tabla 9. Actividades económicas pertenecientes al área de industrias culturales	77

Lista de Figuras

Figura 1. Estructura organizacional del Ministerio de Cultura.....	41
Figura 2. Participación del valor agregado de la economía creativa en el valor agregado del país, 2014-2018p.....	54
Figura 3. Valor agregado del sector de la cultura y la economía creativa en Colombia, 2014-2018p.	55
Figura 4. Número de ocupados en actividades de las ICC en la economía colombiana, 2014-2018p	56
Figura 5. Exportaciones de bienes de economía creativa de Colombia, 2015-2018	57
Figura 6. Participación de los subsectores en el área de artes y patrimonio, 2014-2018p.....	58
Figura 7. Participación de los subsectores en el área de industrias culturales, 2014-2018p.....	60
Figura 8. Participación de los subsectores en el área de creaciones funcionales, 2014-2018	61
Figura 9. Número de empresas de las ICC por municipios del AMB, 2017-2019*	65
Figura 10. Distribución de empresas por áreas de las ICC, 2017-2019*	66
Figura 11. Distribución de empresas de las ICC en los municipios del AMB, 2019*	67
Figura 12. Relación de empresas de acuerdo con el tamaño económico y persona jurídica, área de artes y patrimonio, 2019*	69
Figura 13. Relación de empresas de acuerdo con la edad empresarial y persona jurídica, área de artes y patrimonio, 2019*	70
Figura 14. Distribución de empresas por segmentos de artes y patrimonio, 2017-2019*	72
Figura 15. Relación de empresas de acuerdo con el tamaño económico persona jurídica, segmento de creaciones funcionales, 2019*	74

Figura 16. Relación de empresas de acuerdo con la edad empresarial y persona jurídica, área de creaciones funcionales, 2019*	75
Figura 17. Distribución de empresas por segmentos de creaciones funcionales, 2017-2019*.....	76
Figura 18. Relación de empresas con el tamaño empresarial y persona jurídica, área de industrias culturales, 2019*.....	78
Figura 19. Relación de empresas de acuerdo con la edad empresarial y persona jurídica, área de industrias culturales, 2019*.....	79
Figura 20. Distribución de empresas por segmentos de industrias culturales, 2017-2019*.....	81

Lista de Apéndices

Ápndice A. Programas e instrumentos para emprendedores y organizaciones informales y comunitarios.....	95
Ápndice B. Programas e instrumentos para emprendedores y organizaciones sin ánimo de lucro	96
Ápndice C. Programas e instrumentos para emprendedores y organizaciones emergentes	97
Ápndice D. Programas e instrumentos para emprendedores y organizaciones en vías de consolidación	99
Ápndice E. Programas e instrumentos para empresas consolidadas.....	100

Abreviaturas

AMB: Área Metropolitana de Bucaramanga

BID: Banco Interamericano de Desarrollo

CSCEN: Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja

DANE: Departamento Administrativo Nacional de Estadística

DNDA: Dirección Nacional de Derecho de Autor

DNP: Departamento Nacional de Planeación

EC: Economía Creativa

FINDETER: Financiera de Desarrollo Territorial

ICC: Industrias Culturales y Creativas

ONU: Organización de las Naciones Unidas

PND: Plan Nacional de Desarrollo

PNUD: Programa de las Naciones Unidas

PIB: Producto Interno Bruto

SENA: Servicio Nacional de Aprendizaje

SNCu: Sistema Nacional de Cultura

UNCTAD: Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo

UNESCO: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

Resumen

Título: Análisis del sector de las Industrias Culturales y Creativas (ICC) en Colombia y su estructura empresarial en el Área Metropolitana de Bucaramanga (2017- 2019)*.

Autores: Carlos Andrés Ramírez Parada**

Palabras claves: Economía creativa, industrias culturales y creativas, estructura empresarial, institucionalidad.

Resumen:

Las Industrias Culturales y Creativas (ICC) han tomado un alto grado de importancia en la coyuntura actual de crecimiento y desarrollo, debido a que la base de este nuevo campo económico se sustenta en la interacción de la innovación, la creatividad y el valor cultural; razón por la cual este sector presenta un gran potencial para la diversificación y competitividad de las economías. En Colombia se ha desarrollado un marco institucional a nivel organizacional y normativo que busca fomentar, desarrollar y fortalecer las actividades económicas que pertenecen a este sector, esto a través de incentivos al sector empresarial; como resultado de esto, la economía creativa ha tenido una dinámica positiva en indicadores económicos y sociales en el país.

Respecto a la caracterización de las ICC en el AMB, la base empresarial del sector allí está dada por las micro, pequeñas y mediana empresas; además, existe una alta concentración del tejido empresarial en la ciudad de Bucaramanga. Sumado a esto, se identificó que, de los sectores de mayor desarrollo, en cuanto al número de empresas, son la publicidad y los medios digitales y software, respectivamente. Finalmente, en comparación con otros estudios en el sector, se encontró un mayor crecimiento en el tejido empresarial en el AMB respecto a la dinámica del país.

* Trabajo de Grado

** Facultad de Ciencias Humanas, Escuela de Economía, director: Amado Antonio Guerrero Rincón, PhD en Historia

Abstrac

Title: Analysis of the Cultural and Creative Industries (CCI) sector in Colombia and its business structure in the Bucaramanga Metropolitan Area (2017- 2019)*

Author: Carlos Andrés Ramírez Parada **

Keywords: Creative economy, cultural and creative industries, business structure, institutionalidad.

Framework:

Cultural and creative industries have taken on a high degree of importance in the current growth and development context, because the basis of this new economic field is sustained by the interaction of innovation, creativity and cultural value; reason why this sector has great potential for the diversification and competitiveness of economies. In Colombia has been developed an institutional structure at the organizational and regulatory level that seeks to promote, develop and strengthen economic activities that belong this sector, this through incentives to the business sector; as a result of this, the creative economy has had a positive dynamic in economic and social indicators of the country.

Regarding the characterization of CCI in the AMB, the company base of the sector is given by micro, small and medium sized companies; besides, there is a high concentration of these companies in the city of Bucaramanga. In addition, the sectors of greatest development in terms of the number of companies were identified as advertising and digital media and software, respectively. Finally, in comparison with other studies in the sector, a greater growth in the companies in the AMB was found with respect to the dynamics of the country.

* Master's Thesis

** Faculty of Human Science, School of Economics, director: Amado Antonio Guerrero Rincón, Economist.

Introducción

Las sociedades han experimentado transformaciones a lo largo de su historia en aspectos sociales y económicos, de los cuales han surgido una serie de temáticas que implican la introducción de nuevos conocimientos e innovaciones en búsqueda de la obtención de escenarios de desarrollo y crecimiento económico, a partir del máximo aprovechamiento de los recursos disponibles, tanto tangibles como intangibles.

El concepto de *industrias culturales y creativas* ha cobrado un alto grado de importancia en la coyuntura actual de desarrollo, puesto que la base de este nuevo campo económico se sustenta en la interacción de la innovación, la creatividad y el valor cultural; recursos que son ilimitados y cuya transformación genera contribuciones a nivel económico y social, como es la creación de empleo y desarrollo sostenible.

Su alto crecimiento ha despertado el interés actualmente en todo el mundo, especial en Latinoamérica (Benjumea et al., 2018), logrando obtener el respaldo de entidades internacionales que buscan fomentar su desarrollo y control, a partir de mediciones estadísticas de la participación de este en las economías. Dentro de los organismos se destaca el Foro Económico Mundial (WEF), la Organización de las Naciones Unidas (ONU), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), entre otros.

Además, las industrias culturales y creativas han sentado el debate a nivel académico y político. En el primero, las discusiones se han centrado en la definición conceptual y la introducción de nuevos campos productivos al sector en los últimos años; en el segundo, ha sido la priorización de políticas que favorezcan el desarrollo y consolidación de las actividades económicas que hacen parte de este.

La contribución del sector a la economía mundial no pasa desapercibida. En el año 2000, según Howkins (2001), el sector crecía a una tasa del 5%, y tenía un valor mundial de 2.2 billones de dólares. Para 2013, las Industrias Creativas y Culturales (ICC) generaban 29.5 millones de empleos en el mundo, y lograban alcanzar un valor 2.205 billones de dólares en ingresos, lo equivalente el 3% del PIB mundial. En el caso de América Latina y el Caribe, el sector generó 1.9 millones de empleos y representaba el 2.2% del PIB de la región (Ernest & Young, 2015).

En cuanto a la contribución nacional, según Buitrago y Duque (2013), el sector representaba el 3,3% de la economía colombiana. Demostrando así la importancia de las ICC en la coyuntura económica del país y su potencial a futuro.

Pese a esta dinámica, el campo de las ICC no ha sido objeto de investigación a nivel local de tal manera que se pueda tener conocimiento sobre los recursos y capacidades disponibles con los que cuenta el sector, el cual, según Ernest & Young (2015) es un requisito clave para un proceso de planificación. En este sentido, el Programa de las Naciones Unidas (PNUD) y la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) en el 2013 han recomendado una serie de *indicadores* que permitan realizar un tipo de “medición” sobre los recursos y capacidades de este.

En el caso colombiano, las industrias culturales y creativas han logrado el desarrollo legislativo, cuyo objetivo ha sido generar incentivos en sectores específicos; sumado al esfuerzo por realizar la medición del impacto de estas a través de la Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja (CSCEN). Sin embargo, el Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2018-2022 ha contemplado directrices especiales para el fomento, desarrollo y fortalecimiento de las empresas pertenecientes al sector.

Por su parte Santander se ha caracterizado por ser uno de los departamentos de mayor competitividad a nivel nacional, centrando su estructura económica en su capital, Bucaramanga y el Área Metropolitana, municipios en los cuales se concentra tres cuartas partes del tejido empresarial del departamento. En este sentido, y siendo uno de los indicadores de medición de los recursos del sector, *empresas creativas*, surge la motivación la motivación de la presente investigación.

La cual tiene como objetivo analizar la estructura empresarial del sector de las Industrias Culturales y Creativas en el Área Metropolitana de Bucaramanga (AMB), 2017-2019, cuyas actividades económicas están contempladas con inclusión total en la clasificación para Colombia por parte del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) y el Ministerio de Cultura.

Este trabajo se divide en cinco apartados. El primero está dado por el desarrollo de un marco conceptual, en el cual se busca exponer la evolución de industria cultural y las discusiones dadas entorno a este respecto a su impacto a nivel económico y social.

El segundo comprende el entorno institucional desarrollado en el país para las actividades económicas que hacen parte de las ICC, el cual incluye el nivel organizacional y normativo establecido hasta la actualidad. El tercer apartado presenta la dinámica del sector de las ICC en la economía colombiana (2014-2018p) en cifras, desagregada por las tres grandes áreas que lo componen, de acuerdo con las estadísticas disponibles por parte de la CSCEN. En el cuarto estará la caracterización de la estructura empresarial de las ICC en el AMB (2017-2019p) para las actividades de inclusión total, según la clasificación del país. Finalmente, el último corresponderá las conclusiones y reflexiones, las cuales surgirán del desarrollo y resultados de la investigación.

1. Planteamiento del problema

La interacción entre economía, cultura, tecnología y creatividad se han convertido en un motor de generación de empleo, ingresos y exportaciones, acciones que se han enmarcado dentro de lo que se conoce como Economía Creativa – EC -, siendo el corazón de esta las *industrias culturales y creativas*. Sin embargo, el sector presenta dos situaciones problemáticas en el contexto nacional e internacional. El primero es la falta de un consenso en cuanto a la definición y campos de la economía que hacen parte del sector; el segundo, es la escasa medición de indicadores del sector en lo social y económico, que sean la base para la planificación de políticas, programas y proyectos; siendo la segunda problemática, la base de esta investigación para el AMB.

En el caso de Colombia los cambios constitucionales a finales del siglo pasado han beneficiado el sector, dando las garantías para el desarrollo de un marco institucional sólido sobre las actividades económicas que pertenecen a este, de tal forma que se han brindado incentivos para el desarrollo y fortalecimiento de este. Estos esfuerzos se ven reflejados en la importancia económica y social que ha ganado el sector en el país, según Buitrago y Duque (2013), la Economía Naranja¹ (EC) tenía una participación económica del 3.3% en el país, y a su vez, contribuía al 5.8% del empleo nacional. Así mismo, para la Cuenta Satélite de Cultura (2019), el valor agregado total del campo cultural para el 2018p fue de 28.425 mil millones de pesos², con un crecimiento del 6,0% respecto al 2017.

¹ Economía naranja es el término acuñado por Felipe Buitrago e Iván Duque para referirse a la Economía Creativa en su libro titulado *Economía Naranja: Una oportunidad infinita*, en el cual presentan la importancia económica y social del sector, y su participación en el PIB de los diferentes países de América Latina y el Caribe. En este libro los autores definen la economía naranja como “el conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual” (Buitrago y Duque, 2013, p. 40)

² Precios corrientes

Las ICC se presentan como un sector productivo con potencial para el futuro de las economías, siendo la creatividad el eje de la innovación y diversificación de una economía competitiva (De Jesús et al., 2017); sin embargo, al ser un área incipiente y de bajo reconocimiento público, no cuenta bases sólidas de información (cualitativa y cuantitativa) que permitan conocer e identificar los recursos disponibles en este, lo cual se convierte en un obstáculo para la planificación de políticas, programas y proyectos sobre este. Además, la escasa o nula información del estado de las ICC en un área específica afecta el proceso de planificación de desarrollo urbano, puesto que en la mayoría de los casos no es incluido este componente, con miras a la construcción de un ecosistema creativo.

Con el propósito de cerrar brechas de información entre este y los demás sectores tradicionales de la economía, el PNUD y la UNESCO (2014) proponen una serie de indicadores que permiten realizar una “medición” (de carácter cualitativo o cuantitativo) a las capacidades y recursos disponibles, siendo uno de estos, *empresas creativas*, con el cual se busca conocer el número, tamaño y la participación de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) en la estructura del sector.

En el caso del AMB solo existe un estudio sobre el sector empresarial realizado por la Cámara de Comercio, cuyos resultados se limitan a una muestra de 300 encuestas, esto como producto de las redes de trabajo identificadas a través de la metodología de *bola de nieve*. Sin embargo, se hace pertinente realizar una caracterización global del sector que identifique los campos que mayor desarrollo han tenido a nivel empresarial y de mayor participación en el tejido de este.

Por lo tanto, el presente trabajo está orientado en base a la siguiente pregunta de investigación, *¿Cuál es el estado y participación de las industrias culturales y creativas en el*

sector empresarial del Área Metropolitana de Bucaramanga (2017-2019p) ?, limitando las ICC a las 34 actividades económicas de inclusión total contempladas por la clasificación de DANE y Mincultura (2019). Además, esta investigación parte de la hipótesis que *las tendencias internacionales muestran que las industrias culturales y creativas se están convirtiendo en un sector importante para la economía, igualando o superando a los sectores tradicionales, esto acompañado de un crecimiento del sector empresarial creativo*; con lo cual se busca conocer en detalle cómo se encuentra la participación, estado y concentración de las ICC para el área metropolitana.

1.1 Justificación

El crecimiento económico de un país o región está directamente relacionado con la contribución realizada por el sector empresarial desarrollado en este, ya que son actores dinamizadores de los sectores productivos de la economía. La EC ha sido uno de los sectores productivos que ha ganado mayor importancia a nivel mundial en los últimos años (Potts & Morrison, 2009), lo cual ha volcado la atención del sector público por generar y propiciar políticas que permitan el desarrollo de las actividades creativas y culturales dentro de la economía, y obtener las máximas ventajas económicas y sociales que brinda el sector.

No obstante, los datos estadísticos sobre el sector creativo y cultural son bastante escasos, lo cual se refleja en las mediciones sobre la contribución y participación económica del sector, y los recursos con los que cuenta. Lo anterior hace que exista un sesgo de información entre los demás sectores productivos de la economía y el sector creativo, para Benavente y Grazzi (2017), algunas de las razones para esta deficiencia es un sistema de clasificación inadecuado y el alto nivel de informalidad en la economía creativa, lo cual puede afectar directamente el desarrollo de

políticas públicas, programas de financiamiento y desarrollo empresarial, que tienen principalmente el propósito de fomentar, desarrollar y fortalecer el sector.

En este sentido, la presente investigación pretende brindar una base de información referente a la participación de las 34 actividades económicas de inclusión total de la EC en la estructura empresarial del AMB y la distribución de cada una de estas en las tres grandes áreas que la componen, de tal manera que se contribuya al planteamiento y desarrollo de planes de acción futuros. Además, siendo esta investigación una de las primeras desarrollados a nivel local en este ámbito, se espera incentivar a futuras investigaciones desde la academia para que complementen la información sobre el estado y participación del sector en la economía local, a partir de nuevos indicadores sociales y económicos.

1.2 Antecedentes

La economía creativa es uno de los sectores que mayor atención ha recibido en el mundo, tanto en el ámbito político como económico, esto como consecuencia de su importante crecimiento a nivel económico y su impacto social. Sin embargo, por ser un sector incipiente, en comparación con los sectores tradicionales (como agricultura, construcción, minería), no cuenta con simplificada información cualitativa y cuantitativa que permita una eficaz construcción de agenda de política pública para el desarrollo del sector. En el caso colombiano se han venido adelantando esfuerzos desde el gobierno central para que el sector se convierta en una importante fuente de desarrollo económico y social, para lo cual se han adelantado estudios desde las Cámaras de Comercio, con el fin de diagnosticar el estado del sector a nivel de regiones.

A pesar de ello, existe un importante vacío en investigaciones y estudios desde la academia que involucren indicadores económicos y/o sociales de la EC.

El primer acercamiento por parte de Colombia para diagnosticar las industrias creativas se da a través del *Mapeo de Industrias Culturales de Bogotá y Soacha*, estudio llevado a cabo en conjunto por British Council, El Instituto Distrital de Cultura y Turismo, El Centro de Estudios para el Desarrollo Económico de la Universidad de los Andes, y la Cámara de Comercio de Bogotá (2002), cuyo objetivo principal fue realizar un diagnóstico del sector en Bogotá y Soacha. Para el estudio se seleccionaron 16 subsectores creativos, de los cuales se buscaba la recolección de datos económicos en términos cualitativos y cuantitativos, y casos de éxito en cada uno de los subsectores.

Dentro de los resultados que obtenidos en el estudio, respecto a la distribución de los establecimientos, fue la fuerte concentración en los sectores de artesanías, diseño de modas, y libros, folletos, periodicos y revistas; además, que en el sector prevalecía la figura jurídica de persona natural. Así mismo, que la escasa asociatividad en la mayoría de los subsectores genera falta de información estadística confiable. Los autores también encontraron un bajo uso de herramientas tecnológicas, lo que representa una baja productividad para las empresas; sumado a ello, la falta de políticas públicas que permitieran la promoción y desarrollo del sector.

Entre tanto, Valero & Soler (2012), realizan la primera caracterización del sector creativo en Colombia, denominada *Creative Industries in Colombia: characterization and development*, en el cual toman como referencia la perspectiva y percepción de dos grupos de actores: los empresarios y/o gerentes de las empresas de industrias creativas, y los especialistas del país sobre el sector. Los objetivos principales de este trabajo fueron la caracterización de variables tanto a nivel empresa, como de operaciones de estas en el mercado, además, recomendaciones a nivel de políticas para el desarrollo del sector a nivel económico. Esta caracterización fue realizada a partir de una muestra de 257 empresarios y 48 especialistas encuestados.

Los resultados arrojados por el estudio mostraron una baja experiencia gerencial en el sector, ya que más de la mitad de los empresarios tenían menos de 10 años en este, así mismo, una baja presencia de capital calificado con formación profesional y especializada para ser directivos de empresas. Entre tanto, las actividades creativas que mayor número de empresas concentraron fue música, artes escénicas y audiovisuales, y el mercado de destino de la producción era nacional e internacional. Dentro de las conclusiones que dejó la caracterización es la baja implementación de programas de formación gerencial y de crecimiento empresarial, orientados a las industrias creativas.

En el escenario Internacional, Hernández, J. (2013), realiza una investigación titulada *Perfil de la Economía Creativa en Puerto Rico*, a través de la cual buscó conocer la participación económica del sector en la isla para el año 2011, y a su vez, una comparación sobre algunos factores respecto al 2007. De acuerdo con la clasificación de la UNTACD, para 2011, el sector aportaba el 3,61% del PIB, y representaba el 1,69% del empleo total. Dentro de los resultados el autor también encontró que las actividades que tienen mayor participación en el número de negocios son: creaciones funcionales, medios, arte y patrimonio, respectivamente. Sin embargo, el subsector de creaciones funcionales tuvo un significativo descenso en el número de negocios entre 2007 y 2011. Finalmente, Hernández, J (2013), recomienda el uso de metodologías homogéneas a nivel internacional para el cálculo económico del sector, de tal forma que se pueda realizar comparaciones entre países. Además, la creación de una agenda de investigación que conlleve a una política pública adecuada al sector creativo y cultural.

Entre tanto, Severino, G. (2018), realiza un estudio en Chile sobre el subsector de la Animación, denominado *Creative Industries in Chile, the case of animation*, a través del cual muestra la participación de las empresas del sector creativo y cultural en la estructura empresarial

del país durante el periodo 2005-2014, encontrando un crecimiento continuo en el número de empresas durante el periodo analizado, y que el sector estaba conformado mayoritariamente por microempresas. Dentro de las conclusiones y recomendaciones que arrojó el estudio, para el sector creativo y el subsector de animación, está la constitución de mecanismos que permitan conocer de forma más exacta la participación económica del sector, además, que se deben aunar más esfuerzos entre el sector público y privado para el fortalecimiento empresarial.

Así mismo, Murciano y Gonzáles (2018) a través del trabajo titulado *Las industrias culturales y creativas en España: una aproximación cuantitativa*, analizan la dimensión económica y social del sector en el país a través de cuatro variables básicas, como lo son empleo, empresas, Producto Interno Bruto y Valor Añadido Bruto. En cuanto al indicador de empresas, los autores encontraron que en el tejido empresarial las actividades que mayor participación tenían, de acuerdo con el número de empresas, eran diseño, creación, traducción, arte, espectáculos, comercio y alquiler, y a su vez, que la mayoría de las empresas eran Pymes (micro, pequeñas y medianas). Una de las conclusiones a las que llegan los autores, respecto al sector creativo, es que tiene un margen de ventaja para el desarrollo de empleo y empresas en escenarios de post crisis económicas, como la presentada en 2008, lo que se convierte en una ventaja de competitividad a nivel nacional e internacional.

Para el caso del AMB, la Cámara de Comercio (2018) realizó un *Mapeo del Sector Creativo y Cultural*, llevado a cabo a través de la metodología de bola de nieve, esto con el objetivo de identificar redes de trabajo en el sector, aplicando encuestas a 300 agentes que hicieran parte de los sectores cultural y creativo. En él, se identificaron la concentración geográfica a nivel municipal de los agentes encuestados; su formación académica y distribución de los agentes en los diferentes campos; la sostenibilidad económica, es decir, si sus ingresos dependen exclusivamente

de la actividad creativa o cultural que realizan o tienen otras fuentes, además, el tiempo que llevaban en el mercado y la naturaleza económica con la cual se encuentran registrados; las características de los bienes y servicios ofertados y su mercado de destino; y finalmente el *Mapeo* presenta la incidencia que han tenido las políticas públicas y las nuevas tecnologías en el sector, desde la perspectiva de los agentes encuestados.

Dentro de los resultados obtenidos se debe resaltar la significativa diferencia que tiene el municipio de Bucaramanga, en cuanto a la presencia de un mayor número de empresas; así mismo que el sector está conformado, en su mayoría, por capital humano calificado. Sin embargo, el *Mapeo* demostró que el sector creativo y cultural es muy incipiente, y predomina el registro de persona natural; además, el principal destino de los bienes o servicios producidos son para el mercado regional o local.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Analizar el sector empresarial de las industrias culturales y creativas en el Área Metropolitana de Bucaramanga (2017-2019), según las actividades económicas de inclusión total en el sector.

1.3.2 Objetivos específicos

Exponer el marco institucional desarrollado entorno de las industrias culturales y creativas en Colombia.

Describir la dinámica del sector de las industrias creativas y culturales en la economía colombiana, 2014-2018p

Caracterizar la estructura empresarial de las industrias culturales y creativas en Área Metropolitana de Bucaramanga (2017-2019), según las actividades económicas de inclusión total en el sector.

1.4 Marco conceptual

El siglo XXI ha estado marcado por importantes cambios en los procesos productivos, y a su vez, el surgimiento de nuevos sectores en la economía, los cuales han ganado importancia a nivel académico y político, como es el caso del sector de la *economía creativa*. Este término aparece en el debate público por primera vez en el año 2001 por John Howkins en su libro “*Creative economy: how people make money from ideas*”, en el cual, de una manera muy general, incluye todas las actividades relacionadas con la propiedad intelectual, la propiedad industrial, las marcas y el diseño. “Esta definición tan extensa incluye las denominadas industrias culturales y creativas” (Casani et al., 2012, p. 50).

Según la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) (2006), la economía creativa es definida como un concepto de evolución, cuya base han sido los activos de alto componente creativo, generadores de crecimiento y desarrollo económico.

Respecto al concepto de *Industrias Creativas y Culturales*, su divulgación conceptual se da a finales de los 90’ del siglo pasado, sin embargo, las primeras discusiones en materia económica que involucran el sector se remontan a la década de 1940 desde la Teoría Crítica de la Sociedad de la Escuela de Frankfurt, cuando Max Horkheimer y Theodor Adorno emplearon el concepto de “industria cultural” como crítica a la relación entre economía y cultura (Fonseca,

2008; Casani et al., 2012; Castro, 2016), la cual se basó principalmente en el consumo masificado de los bienes servicios provenientes del artes y la cultura, “veían el ocio degradado y el consumo como resultado de una industria cultural que “transfiere el motivo del lucro desnudo a las formas culturales”” (Benjumea et al, 2018, p.29), ya que de esta forma los productos provenientes de la industria cultural estarían sujetos a las reglas de mercado como los demás sectores (Casani et al., 2012; Benjumea et al., 2018).

En síntesis, la crítica se centraba en el fenómeno de clases sociales, ya que la masificación del arte y la cultura le permitiría tener más inclusión al sector obrero, debido a la mayor facilidad del acceso a los bienes y servicios provenientes de la industria cultural, con lo cual, las elites perderían exclusividad, ocasionando que los bienes y servicios perderían valor (Benjumea et al., 2018)

Sin embargo, para la década de 1960 la concepción de la relación economía y cultura cambia, ya que “muchos analistas empezaron a reconocer que el proceso de mercantilización no siempre o no necesariamente acaba resultando en degeneración de la expresión cultural” (PNUD y UNESCO, 2014, p. 20). Sumado a esto, en esta misma década, la cultura empieza a tener la atención sistemática desde la economía, siendo Baumol y Bowen en 1966, quienes mostraron “que si se consideraba un bien de interés social era necesario financiarlo con apoyo público (subvenciones o de desgravaciones fiscales a las aportaciones privadas)” (Casani et al., 2012, p. 51).

Para la década de 1980, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), introduce nuevas actividades en el concepto de industrias culturales, como lo son música, escritura, arte, moda, diseño e industrias de medios (PNUD &

UNESCO, 2014). Ante este respaldo a nivel internacional, el término de industrias culturales empieza a tener una aceptación positiva en el plano académico y político.

No obstante, el término *industria creativa* aparece por primera vez en el informe *Creative Nation: Commonwealth Cultural Policy*, en Australia en 1994, a pesar de ello, es el Departamento de Cultura, Música y Deportes (DCMS) de Reino Unido, quien da la transición definitiva del término de *industria cultural* a *industria creativa* a finales de la década de los 90' y populariza el término en toda Europa (Boix et al., 2011; Ghazi y Goede, 2018); Pero este nuevo término abarca un número más amplio de actividades productivas, encontrándose “los bienes y servicios que producen industrias culturas, así como aquellas que dependen de la innovación, incluyendo los campos de investigación y desarrollo de software” (PNUD y UNESCO, 2014, p. 20). De esta forma, el DCMS crea su propia definición y clasificación para el sector.

Según el DCMS (2001), las industrias creativas son “las actividades que tienen su origen en creatividad, las capacidades y el talento individual, y que tienen un potencial de creación de riqueza y empleo a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual” (DCMS, 2001, p. 20), sin embargo, esta definición no incluye derechos derivados de la propiedad industrial y de las patentes (Casani et al., 2012).

A partir de esta primera definición, la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), como organismo internacional, brinda una definición a nivel mundial sobre el sector (Flores et al., 2015). Para la UNCTAD son,

- a) ciclos de creación, producción y distribución de bienes y servicios que utilizan creatividad y capital intelectual como *inputs* primarios;
- b) constituyen un conjunto de actividades basadas en el conocimiento, centrado pero no limitado a las artes, que genera potencialmente ingresos del comercio y los derechos de propiedad intelectual;
- c)

comprende productos tangibles y servicios intangibles intelectuales o artísticos con contenido creativo, valor económico y objetivos de mercado; *d*) son un cruce entre los sectores artesanos, de servicios e industriales, y *e*) constituyen un nuevo sector dinámico en el comercio mundial (UNCTAD, 2008, p. 13).

En el caso colombiano, la definición de industrias creativas está dada por “aquellas industrias que generan valor en razón de sus bienes y servicios, los cuales se fundamentan en la propiedad intelectual³” (Congreso de la República, 2017); concepto bajo el cual se agrupa una serie de sectores económicos con potencial de crecimiento en el país y los cuales se busca desarrollar, fomentar e incentivar a la inversión en estos.

Para Hartley (2005), el factor común sobre estas definiciones de industrias creativas es la convergencia de la capacidad y talento individual desde las industrias culturales al contexto de las nuevas tecnologías en la economía basada en el conocimiento. No obstante, la pluralidad conceptual en el sector ha suscitado las críticas desde la academia y la política, ya que la direccionalidad conceptual dada por las organizaciones e instituciones públicas de los gobiernos está condicionada por los intereses y objetivos que persigue cada ente (Valera y Soler, 2012; Castro, 2016). Además, “este término no parece tener una base teórica sólida” (Flores et al., 2015), y no cuenta con unas fronteras definidas que permitan estudios y estadísticas comparativas entre países o regiones (Bustamante, 2018).

A pesar de las diferentes críticas por el uso del concepto y las actividades productivas que puede llegar abarcar el sector, dependiendo de las clasificaciones, Para Buitrago y Duque (2013) las industrias creativas dentro de la dinámica de crecimiento se han caracterizado por ser de doble

³ Para la presente investigación se tomará como referencia este concepto en referencia a las industrias culturales y creativas.

naturaleza, tanto social como económica; debido a que las actividades que componen el sector son fuente de identidad y cohesión social, en el ámbito cultural; y además, se han convertido en fuentes de generación de empleo y desarrollo sostenible en las economías, a partir de los nuevos modelos de negocio, basados principalmente en las tecnologías y comunicaciones.

En este sentido, las industrias creativas representan el área de superposición entre cultura, tecnología y comercio, que implica la prestación de servicios representados por un elemento sustancial de actividades artísticas e intelectuales asociadas a un papel importante en el desarrollo social y humano (Gregory, 2016). De este modo los espacios culturales se convierten en factores constructores de tejido social y desarrollo, a través de actividades culturales, eventos artísticos, teatro, cine, etc. que generan convivencia y educación entre las comunidades.

En el aspecto económico, la creatividad se ha convertido en la fuerza motriz para el crecimiento y desarrollo económico de los países en la era digital. Para Buitrago y Duque (2013), el aprovechamiento del talento creativo genera oportunidades para la atracción de inversión y tecnología y nuevos modelos de negocio. Este talento creativo Richard Florida lo denomina la *clase creativa*, desde su perspectiva “las personas creativas impulsan el crecimiento económico regional y estas personas prefieren lugares que sean innovadores, diversos y tolerantes” (Florida, 2003), estas condiciones en capital humano y geográfico, permite a las empresas responder a las oportunidades y adaptarse, crecer y competir en este mundo cambiante. Bajo esta óptica del aprovechamiento del talento creativo, las empresas tendrían oportunidades de diseñar y producir productos o servicios innovadores y altamente rentables (Florida, 2003; Ghazi & Goede, 2018).

Neil Lee (2014) establece que uno de los canales a través de los cuales las industrias creativas pueden conducir al crecimiento es con políticas para atraer o poner en marcha empresas creativas que puedan generar empleo en el sector, “en particular aquellas especialidades que atraen

más empleo creativo” (Lee, 2014, p. 455). Entre tanto, las ciudades que establecen clusters son propensas a atraer más empresas y a generar un mayor número de empleos; sumado a ello, las empresas que hacen parte del sector tienden a ser facilitadoras para el establecimiento de redes de negocio entre las diferentes actividades productivas (Lee, 2014)

En su participación como dinamizadores del sector creativo las empresas “es donde se da la generación primaria de ideas y su transformación en bienes y servicios” (Buitrago y Duque, 2013), además, las “empresas creativas” tienden a ser mayoritariamente micro y pequeñas empresas (PNUD y UNESCO, 2014).

1.5 Clasificación de las industrias creativas y culturales en Colombia

Un variado número de modelos han surgido desde diferentes instituciones oficiales a nivel internacional que tratan de agrupar las actividades económicas que hacen parte de la estructura del sector de las industrias creativas, sin embargo, se resaltan 6 modelos de clasificación⁴, cada uno de ellos ha surgido de manera subjetiva, de acuerdo con el propósito de operacionalización. Por lo tanto, cada modelo expone de forma diferente las actividades que componen el núcleo y periferia de las industrias creativas (UNCTAD, 2010), denotándose explícitamente las disparidades conceptuales y clasificatorias del sector, siendo este uno de los principales obstáculos para una eficiente medición del sector y comparación a nivel internacional.

Para el caso colombiano, el artículo 6° de las Ley 1834 de 2017 designó al Ministerio de Cultura - Mincultura - y al Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE – como

⁴ 1) Modelo del Departamento para la Cultura, Medios de Comunicación y Deportes (DCMS por sus siglas en inglés); 2) Modelo de Textos Simbólicos; 3) Modelo de círculos Concéntricos; 4) Modelo de la Organización de la Propiedad Intelectual (OMPI); 5) Modelo del Instituto de Estadística de la UNESCO y 6) Modelo de Americanos por las Artes.

las entidades que trabajarán en coordinación, y “levantarán, ampliarán, adecuarán y actualizarán los sectores y alcances de la cuenta satélite de cultura (CSC), la cual se denominará “Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja” – CSCEN -” (Ministerio de Cultura, 2019).

Dando cumplimiento a lo anterior, el Mincultura y el DANE trabajaron en conjunto con una serie de entidades públicas con el fin de delimitar el listado de actividades económicas que harían parte de la medición de la CSCEN; a partir de esto, se construye el documento titulado *Nota metodológica sobre la definición y medición de actividades incluidas en la cuenta satélite de Cultura y Economía Naranja de Colombia*, el cual contiene los criterios de selección y el total de actividades económicas seleccionadas.

Tabla 1.

Criterios de selección de las actividades pertenecientes a las ICC para Colombia

N°	Criterios
1	Que las actividades coincidan con la definición de industrias creativas designada en las Ley 1834 de 2017.
2	La actividad debe estar reconocida dentro de las metodologías de los organismos internacionales especializados en el sector ⁵
3	La actividad debe estar incluida en el documento Metodología General Cuenta Satélite de Cultura – CSC – del DANE ⁶ en 2017
4	La inclusión parcial de actividades económicas relacionadas con la labor artesanal

⁵ Tomando como referencia 5 metodologías: La Guía Metodológica para la implementación de las Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica publicada por el Convenio Andrés Bello en el año 2015, La Guía para determinar la Contribución Económica de las Industrias Relacionadas con el Derecho de Autor publicada por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) en el año 2015 Satélite de Cultura en Iberoamérica, La metodología de la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea EUIPO. Intellectual property rights intensive industries and economic performance in the European Union, publicada en el año 2016 por esta Entidad, El Marco de Estadísticas Culturales de la UNESCO (MEC) (2009) y El Manual metodológico de los indicadores UNESCO de cultura para el desarrollo publicado en 2014.

⁶ Este documento fue el marco de referencia del DANE hasta el 2019, en el cual se establecían las actividades pertenecientes al sector de industrias culturales y los cálculos de las cuentas de producción los Balances Oferta-Utilización (BOU) y cuenta del gasto, entre otros, basándose exclusivamente en los sectores señalados en el Manual del Convenio Andrés Bello (Mincultura, 2019, p. 9)

- 5 La inclusión parcial de actividades económicas relacionadas con el turismo cultural
- 6 La inclusión parcial de actividades económicas relacionadas con las cocinas tradicionales de Colombia
- 7 La inclusión de actividades de comercio que estuvieran vinculadas a la cadena productiva de bienes considerados culturales

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

De acuerdo con estos criterios, para el caso colombiano fueron seleccionadas un total de 103 actividades, las cuales, 34 recibieron la denominación como actividades de inclusión total, 67 de inclusión parcial y 2 no tienen información desagregada (Ministerio de cultura, 2019). Para efectos de la presente investigación se tendrán en cuenta solo las actividades de inclusión total de las industrias culturales y creativas, las cuales, de acuerdo con el Ministerio de Cultura “se trata de actividades consideradas como nucleares del sector cultural y creativo o que dependen principalmente del derecho de autor, por lo tanto, todo su proceso productivo se asocia con la Economía Naranja” (Ministerio de Cultura, 2019).

Sumado a esto, una de las razones que respaldan la selección de estas 34 actividades, se debe a que, todas ellas hacen parte de al menos dos de las metodologías internacionales analizadas (Ministerio de Cultura, 2019).

Además, para el análisis simplificado de las ICC, el DANE agrupa estas actividades en tres grandes áreas, las cuales corresponden a artes y patrimonio, creaciones funcionales e industrias culturales; estas áreas a su vez se encuentran desagregadas en una serie de segmentos, los cuales concentran un variado número de actividades económicas con características productivas similares dentro de las ICC (*Ver Tabla 2*).

En el caso del área de artes y patrimonio se encuentra dividido en los segmentos de artes visuales, artes escénicas, educación cultural y recreativa, patrimonio, actividades manufactureras

de la economía naranja, turismo cultural y actividades asociativas y de regulación; no obstante, los tres últimos segmentos no abarcan actividades de inclusión total de las ICC. Por su parte, creaciones funcionales se desagrega en los segmentos de diseño, medios digitales y software, y publicidad; a su vez, industrias culturales lo hace en editorial, fonografía, audiovisual y agencias de noticias y otros servicios información.

Tabla 2.

Clasificación de las actividades de inclusión total de las ICC para Colombia

Áreas	Segmento	Actividad económica	Código CIU	
Creaciones funcionales	Diseño	Fabricación de instrumentos musicales	3210	
		Fabricación de juegos, juguetes y rompecabezas	3240	
		Actividades especializadas de diseño	7410	
	Medios digitales y software	Edición de programas de informática (software)	Edición de programas de informática (software)	5820
			Actividades de desarrollo de sistemas informáticos (planificación, análisis, diseño, programación, pruebas)	6201
			Portales web	6312
Artes y patrimonio	Publicidad	Publicidad	7310	
	Artes visuales	Actividades de fotografía	7420	
		Artes escénicas	Creación teatral	9003
	Artes plásticas y visuales		9005	
	Actividades teatrales		9006	
	Actividades de espectáculos musicales en vivo		9007	
	Educación cultural y recreativa	Enseñanza cultural	Otras actividades de espectáculos en vivo	9008
			Enseñanza cultural	8553
	Patrimonio	Actividades de bibliotecas y archivos	Actividades de bibliotecas y archivos	9101
			Actividades y funcionamiento de museos, conservación de edificios y sitios históricos	9102
Actividades de jardines botánicos, zoológicos y reservas naturales			9103	
Actividades de parques de atracciones y parques temáticos			9321	
Industrias culturales	Fonografía	Producción de copias a partir de grabaciones originales	1820	
		Actividades de grabación de sonido y edición de música	5920	
	Editorial	Edición de libros	5811	

	Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas	5813
	Otros trabajos de edición	5819
	Creación literaria	9001
	Creación musical	9002
Audiovisual	Actividades de producción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de television	5911
	Actividades de posproducción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de television	5912
	Actividades de distribución de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de television	5913
	Actividades de exhibición de películas cinematográficas y videos	5914
	Creación audiovisual	9004
	Transmisiones de radio	6010
	Programación y transmisiones de televisión	6020
Agencias de noticias y otros servicios de información	Actividades de agencias de noticias	6391
	Otras actividades de servicio de información n.c.p.	6399

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

1.6 Metodología

Para el desarrollo y cumplimiento de los objetivos de la presente investigación se hará uso de información cuantitativa y cualitativa, es decir, será de carácter mixto. Respecto a la información cualitativa, se hará una revisión y construcción bibliográfica acerca del desarrollo y consolidación de la institucionalidad de las industrias culturales y creativas en Colombia, de tal forma, que se expongan las entidades oficiales encargadas del fomento y desarrollo de estas, así mismo, las diferentes leyes y decretos por parte del Congreso de la República que regulan e incentivan diferentes actividades económicas vinculadas al sector; además, los documentos CONPES que avalan políticas direccionadas a la promoción de las industrias y sectores culturales en el país.

En cuanto a la información de carácter cuantitativo, en primera medida, se hará uso de Bases de Datos de la Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja – CSCEN - del DANE, con la cual se describirá la dinámica del sector de las ICC en la economía del país en el periodo 2014-2018p, a su vez, se analizará la participación de cada una de las áreas y segmentos dentro de este.

En segunda instancia, se construirá una base de datos acerca de las empresas pertenecientes a las ICC, de acuerdo con la clasificación de Mincultura y DANE, registradas en el AMB en el periodo 2017-2019p, lo cual se hará a partir de los Reportes Sectoriales del Portal Compite360⁷ según los códigos de las actividades económicas de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme 4.0 A.C. Esta base permitirá la caracterización de las ICC a nivel de las tres áreas y sus segmentos, y su desagregación en los municipios que componen el AMB.

A partir de esto se podrá identificar el crecimiento del sector durante el periodo, y desagregar el total de empresas registradas en el 2019p de acuerdo con su tamaño económico, figura jurídica y edad empresarial. Estos dos componentes cuantitativos serán desarrollados desde un carácter descriptivo, de tal manera que se permita identificar las áreas y segmentos de mayor desarrollo a nivel nacional en la economía y a nivel local en el tejido empresarial.

2. Entorno institucional de las industrias culturales y creativas en Colombia

El objetivo del presente apartado es realizar una exposición general sobre el marco institucional de los sectores y actividades pertenecientes a las industrias culturales y creativas en

⁷ COMPITE360 es un sistema de consulta en Internet que contiene información comercial, financiera, jurídica y económica de empresas en Colombia legalmente constituidas en las diferentes cámaras de comercio (Compite360, 2020).

Colombia, con lo cual se pueda conocer el estado actual de la institucionalidad del sector y cuáles han sido las áreas que mayor desarrollo han presentado en este aspecto. Sin embargo, en primera instancia se presentan algunos antecedentes en materia cultural del país que han sido la base para la construcción de aspectos institucionales en la actualidad del mismo.

De acuerdo con North (1991), las instituciones son un conjunto de “limitaciones creadas por el hombre que estructuran la interacción política, económica y social” (North, 1991, p. 97), las cuales pueden ser de carácter formal e informal y cuyo objetivo es “crear orden y limitar la incertidumbre”; así mismo, estas instituciones se encuentran en constante evolución, de tal manera que conectan el pasado con el presente y futuro, proveyendo incentivos en la economía (North, 1991).

Para el Observatorio Iberoamericano de Cultural (OIBC) (2016) “por institucionalidad de la cultura se refiere a los organismos nacionales responsables del sector como ministerios, secretarías o consejos. En particular, se presta atención a sus propias estructuras y organigramas” (p. 61) entendida como la “institucionalidad organizacional”; de igual forma, se abordará, “la institucionalidad normativa”, la cual comprende un conjunto de “cuerpos legales que permitan garantizar, defender, promover, proteger y democratizar la cultura” (CNCA, 2012, p. 30) desarrollado entorno de las actividades específicas del sector.

Actualmente se destaca a Colombia como uno de los países líderes en América Latina en materia de institucionalidad de las industrias creativas debido al amplio desarrollo que se ha enmarcado a partir de la Ley General de Cultura de 1997 y el impulso dado a nuevos sectores a través de la Ley Naranja de 2017, la cual ha buscado fomentar las industrias creativas en el país, y con ello se generen impactos positivos a nivel económico y social.

Pese a que estas han sido las principales acciones en los últimos años en pro de la consolidación del sector y cada uno de sus actores, Bravo (2010) destaca una serie de hitos en la historia del país que son en la actualidad referentes del proyecto de industrias creativas de este, dentro de los cuales se encuentra la Real Expedición Botánica iniciada en 1783 que “permitió el nacimiento del primer observatorio astronómico y hoy, más de dos siglos después, es un pilar del patrimonio nacional” (Bravo, 2010, pág. 9). Además, la fundación de la Biblioteca Nacional en 1777 y el Museo Nacional en 1823.

Ya en el siglo XX con una dinámica diferente en la historia del país, en 1930 se llevó a cabo el proyecto de cultura liberal; además, se da la inauguración de los Salones de Arte Regional y la consolidación de la Radiodifusora Nacional de Colombia en 1940, la creación del Instituto Caro y Cuervo en 1942 y la creación de Servicio Arqueológico Nacional (1938) y del Instituto Etnológico (1941), el Instituto Colombiano de Antropología -antecesores del actual Instituto Colombiano de Antropología e Historia (ICANH) en 1952 -. Y en 1954 bajo el régimen de Gustavo Rojas Pinilla se inicia la Televisora Nacional. Más adelante, en 1968 se da la creación del Instituto Colombiano de Cultura - Colcultura – antecesor del Ministerio de Cultura; posterior a 1982 se da origen a los Planes de Cultura Regional (Bravo, 2010).

No obstante, en la década de los 90’ se presentan las transformaciones más importantes, debido a participación que adquiere la cultura en el escenario político y administrativo del país. En 1991 la nueva Constitución incluye a la cultura como derecho constitucional estableciendo finalmente en 1997 el Sistema Nacional de Cultura mediante la Ley 397.

2.1 Esbozo del marco institucional de las industrias culturales y creativas a nivel organizacional

Acorde con la Ley 393 de 1997 se crea el Sistema Nacional de Cultura (SNCu), el cual se define como un sistema abierto, conformado por marco legal y estratégico que busca el desarrollo cultural, así como el acceso a los bienes y servicios culturales por parte de las comunidades a nivel nacional. Además, la generación de oportunidades en torno a la cultura y la articulación entre los agentes sociales, las iniciativas privadas y la institucionalidad estatal en torno a la construcción colectiva de lo público.

El SNCu está conformado por unas instancias culturales de orden nacional y territorial, las cuales son responsables de formular, ejecutar y hacer seguimiento a las políticas culturales acordes a los planes y proyectos en los ámbitos local y regional. Estas entidades están sujetas a la estructura orgánica del territorio, encontrándose las secretarías de Cultura, Direcciones de Cultura, Coordinaciones de Cultura, entre otros. No obstante, la institución principal de orden nacional en el manejo legal y ejecutivo del sector es el Ministerio de Cultura.

Sumado a esto, en el ámbito nacional existe un carácter mixto en la institucionalidad del sector, es decir, existe el trabajo coordinado con otros sectores para el manejo de políticas y programas como el caso de cultura y turismo: cultura y deporte; cultura y educación; y cultura y desarrollo social.

Además, como espacio de participación en el SNCu de la sociedad civil (agentes y organizaciones) y la institución pública existen los consejos, los cuales están a nivel nacional y territorial y tienen como función asesorar al gobierno en materia de políticas, programas, planes y estrategias para el fortalecimiento del sector.

Para el caso de las industrias culturales y creativas se creó en el 2018 el Consejo Nacional de Economía Naranja mediante el Decreto 1935, el cual se encargará de las acciones interinstitucionales de los campos del sector a nivel nacional.

2.1.1 El Ministerio de Cultura

El Ministerio de Cultura es la máxima entidad institucional del Sistema Nacional de Cultura (SNCu) – reglamentado a través del Decreto 1589 de 1998 – en el país, “tiene como objetivo formular, coordinar, ejecutar y vigilar la política del Estado en materia cultural, deportiva, recreativa y de aprovechamiento del tiempo libre” (Ministerio de Cultura, 2019). Bajo su responsabilidad la institución deberá liderar políticas y programas de desarrollo creativo y protección de su memoria, “donde todos los ciudadanos sean capaces de interactuar y cooperar con oportunidades de creación, disfrute de las expresiones culturales, deportivas, recreativas y de aprovechamiento del tiempo libre en condiciones de equidad y respeto por la diversidad” (Ministerio de Cultura, 2019).

La creación del Ministerio de Cultura se da a través de la aprobación de la Ley 397 de 1997, conocida comúnmente como la Ley General de Cultura, con la cual se reemplaza el Instituto Colombiano de Cultura (Colcultura), el cual funcionaba como una entidad adscrita al Ministerio de Educación y era el encargado del sector cultural a nivel nacional. De esta forma la Ley dio cumplimiento a los artículos 70, 71 y 72 de la Constitución Política de 1991, en los cuales el Estado tiene como deber la promoción, el fomento, la búsqueda y protección del patrimonio cultural, el conocimiento y expresiones; además, se determinó cuáles serían las funciones del nuevo Ministerio y dictó normas sobre patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura.

De acuerdo a Cruz (1997), las razones para la creación de esta nueva cartera ministerial en el sector cultura estaban encaminadas en primera medida por buscar diversificar las fuentes de financiamiento de las actividades culturales, ya que de esta forma se empezaría a trabajar en la creación de incentivos tributarios para la atracción del sector privado y aumentar el presupuesto con el cual funcionaba Colcultura; en segunda medida, al tener la figura de Ministerio, el sector cultura podría tener participación directa como miembro en el Consejo de Política Económica y Social (Conpes).

La nueva institución presentó algunos cambios en la estructura en comparación a Colcultura; en primera medida se crearon tres nuevas direcciones - Dirección de Cinematografía, Dirección de Etnocultura y Dirección de Infancia y Juventud – que se sumarían a las cuatro subdirecciones que presentaba Colcultura – Subdirección de Comunicaciones Culturales, Subdirección de Patrimonio Cultural, Subdirección de Bellas Artes y Subdirección de Fomento (Becerra, 1997). Así mismo, el Archivo General de la Nación, el Instituto Caro y Cuervo y el Instituto Colombiano de Antropología e Historia (ICANH) quedarían adscritos al despacho de esta cartera.

No obstante, el ministerio ha experimentado cambios en su estructura orgánica en los últimos años; estas modificaciones han tenido como objetivo el fortalecimiento del sector cultural, de forma transversal, y a su vez, la inclusión de nuevos campos para el desarrollo y fortalecimiento a través de este.

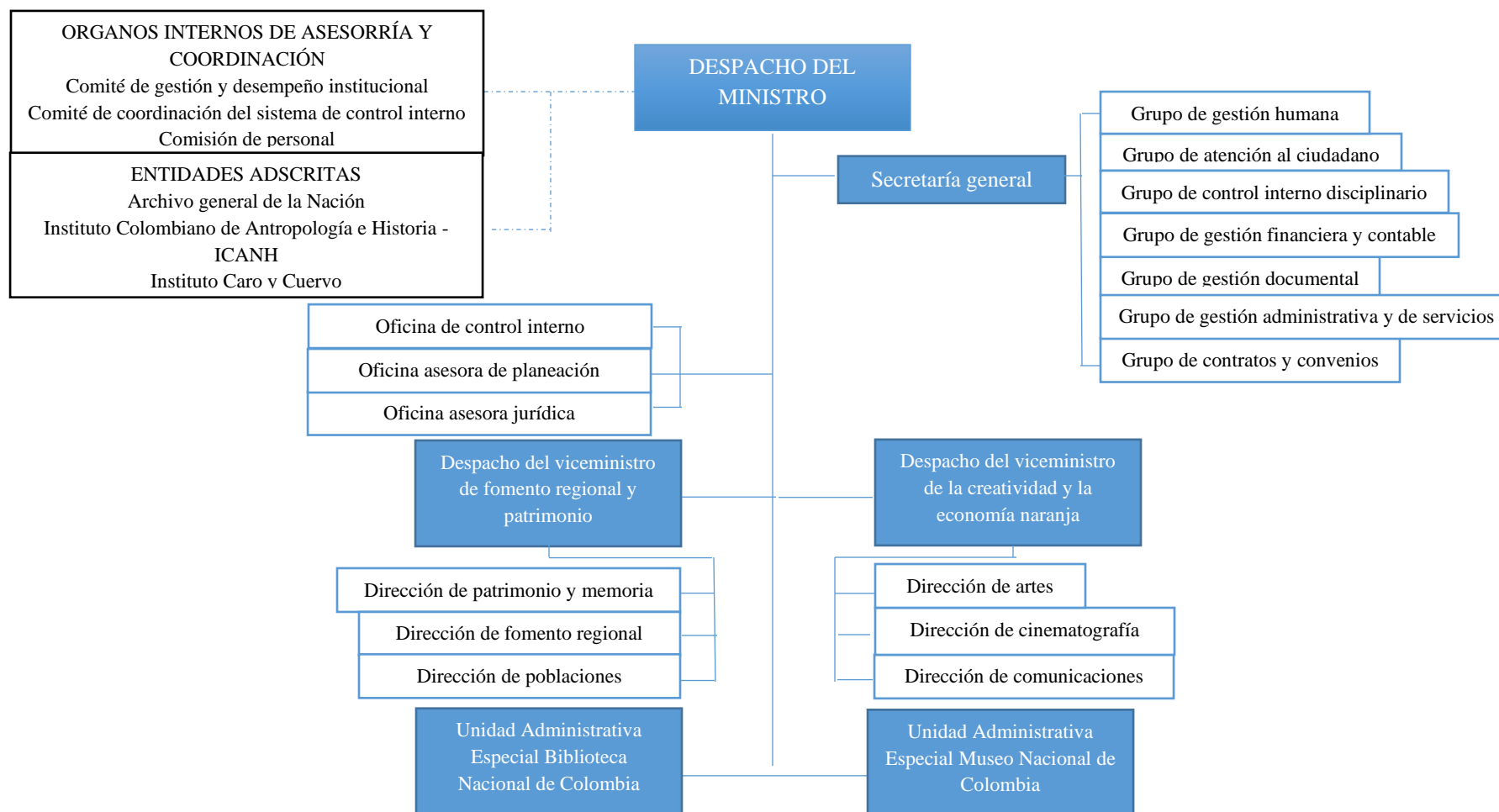
La estructura organizacional con la cual funciona actualmente el Ministerio de Cultura fue establecida mediante el Decreto 2120 del 15 de noviembre del 2018⁸, con el cual se modifica la

⁸ Mediante este decreto se derogaron los decretos 1746 de 2003 y 4827 de 2008 que fueron la base para la estructura del Ministerio hasta el año 2018.

estructura del MinCultura y se dictan las diferentes funciones y disposiciones de las unidades adscritas. Dentro de los cambios se encuentra la creación del Despacho del Viceministerio de la Creatividad y la Economía Naranja, el cual tendrá adscritas tres Direcciones - Dirección de Artes, Dirección de Cinematografía y Dirección de Comunicaciones – y tendrá dentro de sus funciones el desarrollo de la economía cultural y creativa, así como la elaboración de los planes, programas y proyectos que en materia de artes, comunicaciones, cinematografía y economía cultural y creativa dirigidos desde el Ministerio (Decreto 2120, 2018, art. 5)

Figura 1.

Estructura organizacional del Ministerio de Cultura



Nota: Elaboración propia en base al Ministerio de Cultura (2019)

De acuerdo con la Figura 1, la estructura jerárquica del Ministerio está organizada con comunicación directa del Despacho del ministro con el Despacho del viceministro de Fomento Regional y Patrimonio, el Despacho del viceministro de la Creatividad y la Economía Naranja, la Secretaria General y las dos Unidades Administrativas Especiales. Desde el Despacho del ministro se coordinan y articulan las iniciativas generadas en las diferentes dependencias del MinCultura con objetivos específicos.

Para el periodo 2018-2022, la institución cuenta con ocho líneas estratégicas direccionadas desde las apuestas del Plan Nacional de Desarrollo (ver tabla 3), *Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad*.

Tabla 3.

Líneas estratégicas del Ministerio de Cultura direccionadas a las ICC, 2018-2022.

N°	Líneas estratégicas
1	Formular, implementar y realizar seguimiento a las políticas públicas, orientadas a la garantía de derechos culturales y a la consolidación de la de Economía Naranja con enfoque territorial y poblacional, para promover el reconocimiento de la diversidad cultural y la salvaguardia del Patrimonio y la memoria. Mejorar continuamente.
2	Liderar la articulación entre los diferentes niveles de gobierno, los agentes del sector cultura y el sector privado para propiciar el acceso a la cultura, la innovación y el emprendimiento cultural desde nuestros territorios.
3	Ampliar la oferta institucional que contribuya al cierre de brechas sociales, impulsando las manifestaciones artísticas y culturales, los talentos creativos, la innovación y el desarrollo de nuevos emprendimientos.
4	Establecer alianzas estratégicas para la consecución de recursos que apoyen el desarrollo de procesos culturales.
5	Generar y consolidar espacios que faciliten entornos apropiados para el desarrollo de los procesos y proyectos artísticos y culturales.
6	Implementar acciones de protección, reconocimiento y salvaguarda del patrimonio cultural colombiano para preservar e impulsar nuestra identidad nacional, desde los territorios.
7	Impulsar procesos creativos culturales que generen valor social agregado y fortalezca la identidad y memoria cultural, desde los territorios.

-
- | | |
|----------|---|
| 8 | Fortalecer la capacidad de gestión y desempeño institucional y la mejora continua de los procesos, basada en la gestión de los riesgos, el manejo de la información y la evaluación para la toma de decisiones. |
|----------|---|
-

Nota: Adaptado de Ministerio de Cultura (2019).

2.1.1.1 Viceministerio de la Creatividad y la Economía Naranja. El viceministerio es una nueva dependencia del Ministerio de Cultura, su creación se da con el objetivo de fomentar y desarrollar el sector creativo y economía naranja en el país. Sus funciones son establecidas en el artículo 14 del decreto 2120 de 2018, dentro de las principales se encuentra la de proponer al ministro las políticas de fomento y estímulo a la creación y a la investigación de la actividad artística y cultural, así como las necesarias para el fortalecimiento de las expresiones culturales y su divulgación en todos los niveles territoriales nacionales y en el exterior; además, la regulación en materia de creatividad, desarrollo de la economía cultural y creativa, garantizando la preservación de la pluralidad y diversidad cultural en el territorio (Decreto 2120, 2018).

Así mismo la de articular, liderar y viabilizar, bajo las orientaciones del ministro, las acciones interinstitucionales del Consejo Nacional de la Economía Naranja y otros agentes; también trabajar de manera coordinada con otros ministerios para el desarrollo de los lineamientos de una plataforma de articulación y consulta de los diferentes actores que hacen parte del sector. Sumado a esto, desde este despacho se debe desarrollar y analizar la Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja en coordinación con el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) (Decreto 2120, 2018).

A este nuevo despacho fueron adscritas tres direcciones existentes dentro de la estructura del Mincultura, los cuales son: Dirección de Artes, Dirección de Cinematografía y la Dirección de Comunicaciones.

2.1.1.2 Herramientas de fomento y desarrollo de las Industrias Creativas. Con la aprobación de la Ley 1834 de 2017 se establece desde el plano institucional el fomento de las industrias creativas en el país, a través de la construcción de una política nacional que tenga la participación de todos los actores del sector; actualmente, se están realizando los diálogos regionales para la construcción de los lineamientos de dicha política que tiene 7 líneas estratégicas, y cuenta con la vinculación de forma transversal de 21 entidades del Gobierno Nacional (ver tabla 4).

Tabla 4.

Líneas estratégicas de la política de industrias culturales y creativas Colombia, 2019

Línea	Información	Instituciones	Infraestructura	Industria	Integración	Inclusión	Inspiración
Objeto	Cifras, mediciones, mapeos, estudios, diagnósticos y conocimiento.	Articulación intersectorial, estímulos tributarios y financiación.	Bienes públicos, infraestructura, encadenamientos productivos y clústers.	Asistencia técnica para el emprendimiento creativo.	Internacionalización, mercados locales y posicionamiento, clústers y encadenamientos productivos.	Formación y talento humano para las artes, el patrimonio y los oficios del sector creativo.	Creación innovadora, audiencias, mentalidad y cultura, y propiedad intelectual.
Entidad	DANE MinCultura MinCIT SENA DNDA Colciencias	MinCultura MinCIT SENA MinTIC FINDETER DNP Bancoldex INNpulsas	FINDETER DNP MinCultura MinCIT MinTIC SENA Bancoldex INNpulsas	MinCIT MinCultura MinTrabajo SENA DNDA FINDETER INNpulsas	MinCIT MinCultura MinTIC SENA FINDETER Procolombia Artesanías de Colombia	MinCultura SENA MinTrabajo MinEducación	MinCultura DNDA MinCIT MinTIC Colciencias INNpulsas SIC

Nota: Adaptado de Ministerio de Cultura, 2019

Esta articulación permite la oferta de más de 70 programas que están enfocados en generar condiciones para el desarrollo de proyectos creativos a nivel nacional (Ministerio de Cultura, 2019).

La oferta de programas o instrumentos para el desarrollo de proyectos se encuentra dividido en 4 ejes de intervención: recursos para la operación, asistencia para el negocio, regulación y competencia, y mentalidad y cultura; además, categorizado en 5 grupos de actores del sector

creativo, los cuales son: emprendedores y organizaciones informales y comunitarios; emprendedores y organizaciones sin ánimo de lucro; emprendedores y organizaciones emergentes; emprendedores y organizaciones en vías de consolidación; y empresas consolidadas (ver apéndice A, B, C, D y E).

2.1.2 El Consejo Nacional de la Economía Naranja

Este órgano se crea mediante el Decreto 1935 de 2018, teniendo como objetivo ser “asesor y consultor del Gobierno Nacional, encargado de formular lineamientos generales de política y de coordinar las acciones interinstitucionales necesarias para la promoción, defensa, divulgación y desarrollo de la economía creativa” (Decreto 1935, 2018, art. 1).

Estará conformado por siete ministros (cultura; interior; hacienda y crédito público; trabajo; comercio, industria y turismo; educación nacional; tecnologías de la información las comunicaciones), el director del Departamento Nacional de Planeación (DNP), el director del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), el director del Servicio Nacional de Aprendizaje (Sena), el director de la Dirección Nacional de Derecho de Autor (DNDA) y el presidente de la Financiera de Desarrollo Territorial (FINDETER).

Será presidido por el Ministro de Cultura y la Secretaría Técnica de este órgano estará ejercida por el despacho del viceministro(a) de la creatividad y la economía naranja o la dependencia que este designe (Decreto 1935, 2018, art. 5).

2.2 Marco normativo

A través de la Constitución Política de 1991 se inicia la transformación de marco institucional del sector cultural en Colombia. Los artículos 70, 71 y 72 de esta dictan y establecen

normas sobre el patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura y el deber del Estado para el fomento y protección de esta.

En consecuencia, en el país se ha desarrollado un consistente marco normativo, a través de Leyes y Decretos que busca consolidar los diferentes campos que hacen parte del sector.

2.2.1 Desarrollo normativo del sector

A continuación, en la tabla 5 se exponen las principales Leyes y Decretos que se han establecido entorno a las actividades que en la actualidad hacen parte de las industrias creativas o *economía naranja*. La revisión se hace posterior a la Constitución de 1991, en la cual el sector cultural tiene un espacio de participación dentro de los deberes del Estado con los ciudadanos y, es a partir de allí que se ha construido un marco normativo sólido en el sector cultural; además, en los últimos años se han adherido nuevos campos que están direccionados en la actualidad por el Ministerio de Cultura, sector que en un marco general se conoce como *economía creativa*.

En la tabla se presentan las generalidades de cada una de las disposiciones legislativas por parte del Congreso de la República, las cuales de forma unánime buscan la preservación, fomento, fortalecimiento, desarrollo e incentivos en cada uno de los campos de las ICC.

Tabla 5.

Marco legal nacional relacionado con la economía creativa

Leyes y Decretos	Nombre	Generalidades
Ley 98 de 1993	Ley del Libro	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se estimula la producción literaria en el país, teniendo como objetivo que el libro sea el principal medio de difusión de la cultura. 2. Se estableció exenciones y deducciones sobre la renta y el impuesto de timbre a procesos que intervienen en la cadena editorial; y otros incentivos tributarios.
Ley 397 de 1997	Ley General de Cultural	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se crea el Ministerio de Cultura como máxima entidad del sector que se encargará formular, coordinar, ejecutar y vigilar la política del Estado en materia

		<p>cultural, deportiva, recreativa y de aprovechamiento del tiempo libre.</p> <p>2. Dentro de las disposiciones de esta nueva entidad – que reemplaza al Instituto Colombiano de Cultura (Colcultura) – será la participación dentro de la elaboración de los Conpes y el aumento del presupuesto del sector para el fomento y desarrollo de este en los diferentes campos.</p>
Decreto 1589 de 1998	Sistema Nacional de Cultura	<p>1. Se reglamenta el Sistema Nacional de Cultura (SNCu) el cual tendría como principal objetivo contribuir y garantizar el acceso a las manifestaciones, bienes y servicios culturales y a promover la creatividad de los colombianos.</p> <p>2. El SNCu se desempeñará de forma descentralizada; se articulará, relacionará e integrará con entidades y actores nacionales y territoriales que se relacionen con el sector cultura, de manera que gestionará las políticas públicas y la generación de espacios culturales en los territorios.</p>
Ley 666 de 2001	Estampilla “Procultura”	<p>1. Se autoriza a los órganos locales la emisión de la Estampilla “Procultura”, que tiene como fin generar un mayor financiamiento al sector para el fomento y estímulo de este a través de proyectos de carácter nacional o local.</p> <p>2. El producido de este gravamen está destinado a estimular y promocionar la creación, actividad artística y cultural, mejorar los espacios públicos, fomentar la formación y capacitación, apoyar programas de extensión y artística, y un aporte parcial a la seguridad social del creador y del gestor cultural.</p>
Ley 814 de 2003	Ley del Cine	<p>1. Se fomenta la actividad cinematográfica en Colombia en cada una de las etapas de desarrollo de esta (producción, distribución o comercialización y exhibición), involucrando a todos los sectores que hacen parte de la industria; estimulando la inversión en la producción de bienes y servicios, además, facilitando la gestión de la industria y protección de esta. El cumplimiento de esta Ley se dará a través de la Dirección Cinematográfica del Ministerio de Cultura.</p> <p>2. Creación de una contribución parafiscal, denominada “Cuota para el Desarrollo Cinematográfico”, la cual es aplicable para los exhibidores cinematográficos, los distribuidores que realicen la actividad de comercialización.</p> <p>3. Creación de estímulos a la creación, producción, coproducción y exhibición de cortometrajes colombianos y a la distribución de largometrajes.</p>
Decreto 826 de 2003	Consejo Nacional del Libro y la Lectura	<p>1. Se modifica la integración del Consejo Nacional del Libro y la Lectura y las funciones que ejercerá la secretaría técnica de este.</p>
Ley 1037 de 2006	Convención para la Salvaguardia del Patrimonio	<p>1. Se adoptan las disposiciones en materia de Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Unesco, teniendo como obligación el cumplimiento de una serie de funciones establecidas en la</p>

	Cultural Inmaterial	<p>convención para la salvaguardia del patrimonio a nivel nacional como internacional.</p> <p>2. La Convención permitirá la cooperación entre los países parte, así mismo, estos contarán con recursos provenientes de un <i>Fondo</i> que se conformará a partir de las <i>Contribuciones</i> que deben realizar los países.</p>
Ley 1185 de 2008	Ley del Patrimonio Cultural	<p>1. Se modifica la integración del patrimonio cultural de la Nación y establecen nuevas disposiciones que obliga a las entidades públicas a la preservación y protección de este a nivel territorial y nacional, a través de estímulos y obligaciones sobre los Bienes del Patrimonio Cultural y Registro de Bienes de Interés Cultural</p> <p>2. Se establece que el Sistema Nacional de Patrimonio Cultural de la Nación estará constituido por instancias públicas del nivel nacional y territorial.</p>
Decreto 2941 de 2009	Reglamentación del Patrimonio Cultural de la Nación	<p>1. El objetivo principal de este Decreto es la reglamentación general del componente inmaterial del Patrimonio Cultural de la Nación en forma acorde con la Convención de la Unesco para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial.</p> <p>2. Se establece las manifestaciones que pueden ingresar en la Lista Representativa de Patrimonio Cultural Inmaterial (LRPCI).</p>
Decreto 763 de 2009	Modificación de criterios de BIC y PEMP	<p>1. Se modifican los criterios de valoración para la declaración de Bienes de Interés Cultural (BIC) y los Planes Especiales de Manejo y Protección (PEMP) para bienes muebles.</p>
Ley 1379 de 2010	Ley de Bibliotecas Públicas	<p>1. Se organiza la Red Nacional de Bibliotecas Públicas, se regula su funcionamiento y establecer los instrumentos para su desarrollo integral y sostenible.</p>
Ley 1493 de 2011	Ley de Espectáculos Públicos	<p>1. Se busca formalizar el sector del espectáculo público de las artes escénicas, con lo cual el Estado impulsará, estimulará y fomentará los procesos, proyectos y actividades culturales, respetando la diversidad cultural de la nación colombiana y los derechos de autor.</p> <p>2. Se generan incentivos fiscales para el fomento y desarrollo del sector en cuanto a las inversiones en infraestructura y se excluyen de IVA los espectáculos públicos de las artes escénicas y servicios artísticos; además, se gravan los servicios artísticos de no residentes.</p> <p>3. Se crea una contribución parafiscal a los espectáculos públicos de las artes escénicas</p> <p>4. Facilitación de condiciones para la realización de trámites, control y vigilancia de los escenarios dispuestos para la realización de los espectáculos</p>
Ley 1556 de 2012	Ley de Fomento a la Actividad Cinematográfica en Colombia	<p>1. Se fomenta la actividad cinematográfica en el país, promoviendo el territorio nacional como elemento del patrimonio cultural para la filmación de audiovisuales, articulando la actividad turística y la promoción de imagen del país.</p> <p>2. Se da la creación del Comité Promoción Fílmica Colombia, que se desempeñará como órgano</p>

		<p>directivo del Fondo Fílmico Colombia (FFC) que será administrado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.</p> <p>3. Se establecen estímulos e incentivos tributarios a la producción de obras audiovisuales en el país.</p>
Ley 1675 de 2013	Ley del Patrimonio Cultural Sumergido	1. Se establecen las condiciones para proteger, visibilizar y recuperar el Patrimonio Cultural Sumergido, así como ejercer soberanía y generar conocimiento científico sobre el mismo.
Ley 1834 de 2017	Ley Naranja	<p>1. Se busca desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas. Las cuáles serán aquellas que generen valor en sus bienes y servicios en base a la propiedad intelectual</p> <p>2. Se establece la formulación de una política integral de la economía creativa y las estrategias para su gestión; además, la conformación institucional del sector y el manejo de las estadísticas; así mismo, los incentivos para la promoción y fomento de las industrias creativas en la economía.</p>
Decreto 1935 de 2018	Consejo Nacional de Economía Naranja	1. A través de este Decreto se da la creación del Consejo Nacional de Economía Naranja, que será el encargado de formular lineamientos generales de política y de coordinar las acciones interinstitucionales necesarias para la promoción, defensa, divulgación y desarrollo de la economía creativa, como órgano asesor y consultor del Gobierno Nacional.
Decreto 2120 de 2018	Modificación de la Estructura del Ministerio de Cultura	<p>1. A través de este Decreto se modifica la estructura orgánica del Ministerio de Cultura y las funciones de sus dependencias.</p> <p>2. Se da la creación de los despachos del Viceministerio de Fomento Regional y Patrimonio y el Viceministerio de la Creatividad y la Economía Naranja, así mismo, se establecen qué Direcciones estarán adscritas a cada uno de estos.</p>
Ley 1955 de 2019	Plan Nacional de Desarrollo	1. Con esta Ley se expide el Plan Nacional de Desarrollo, 2018 – 2022 titulado “Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad” dentro del cual el gobierno nacional pretende fomentar las industrias creativas, específicamente con la estrategia transversal de Pacto por la protección y promoción de nuestra cultura y desarrollo de la economía naranja “ <i>Pacto por la protección y promoción de nuestra cultura y desarrollo de la economía naranja</i> ”, las líneas de este pacto se encuentran relacionadas y aportarán al cumplimiento de la Agenda 2030 y algunos Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).
Decreto 1669 de 2019	Incentivo y fomento de las ICC	1. A través de este Decreto el gobierno nacional incentiva y fomenta el sector de las industrias creativas mediante financiamiento e incentivos tributarios para la creación de empresas pertenecientes al sector.

Nota: Adaptado de Secretaría del Senado, 2019

2.2.2 Lineamientos y políticas del sector cultural en Colombia

La doble naturaleza que presenta los bienes y servicios de origen cultural representan un enorme reto para el planteamiento de políticas, programas y proyectos orientados a promover el sector, puesto que la oportunidad en el ámbito económico no debe opacar el enfoque social y representativo que tiene este (Consejo Nacional de Cultura y Artes (CNCA) – Chile, 2012). Por lo tanto, las estrategias planteadas a favor de este deben tener una perspectiva integral, involucrando los diferentes enfoques originados a partir de la creatividad y la cultura.

Con el reconocimiento de los gobiernos sobre el impacto social y económico de las industrias culturales y creativas en la sociedad se identifican áreas y campos claves de intervención, a través de estrategias de permitan superar los desafíos y crear oportunidades de desarrollo para los diferentes actores involucrados en la cadena de valor. En este sentido, desde la creación del Ministerio de Cultural en 1997, como entidad coordinadora y líder del sector, desde los diferentes gobiernos se ha trabajado en conjunto con otros entes (económicos y sociales) en directrices que permitan el fortalecimiento del sector, empezando por su institución central hasta campos específicos de cultura y creatividad.

A continuación, se presentan, de manera simplificada en la tabla 6, los lineamientos y políticas presentados por el Consejo Nacional de Política Económica y Social (CONPES) entorno del sector cultural y creativo en Colombia; en los cuales se identifican las problemáticas y a partir de estas se plantean una serie de objetivos y estrategias encaminadas a superar las barreras que interrumpen el desarrollo y crecimiento del sector o subsector.

Tabla 6.*Documentos CONPES desarrollados entorno de la cultura en Colombia*

Nombre documento	Generalidades	Estrategias
CONPES 3803 de 2014: Política para la preservación del Paisaje Cultural Cafetero de Colombia (PCCC)	Con la declaración del PCCC como patrimonio mundial por parte de la UNESCO, el Estado contrajo responsabilidades con el fin de conservación y preservación de este, en este sentido, el objetivo de este documento CONPES fue formular una política que potencie su productividad y sostenibilidad.	Con el propósito de dar cumplimiento a los objetivos específicos fijados en la formulación de la política, se establecieron cinco estrategias, con referencia en cada uno de estos, las cuales son: <i>1) Generar apropiación social del patrimonio cultural material e inmaterial del PCCC; 2) Fortalecer el ordenamiento territorial y garantizar la sostenibilidad ambiental, económica y social, en la zona de influencia del PCCC; 3) Mejorar las condiciones sociales de la población del PCCC; 4) Fomentar la caficultura en el PCCC y 5) Mejorar la accesibilidad y el turismo en el PCCC.</i>
CONPES 3659 de 2010: Política nacional para la promoción de las industrias culturales	El objetivo principal de esta política es aprovechar el potencial competitivo de las industrias culturales, aumentar su participación en la generación del ingreso y el empleo nacionales, y alcanzar elevados niveles de productividad	Las bases de esta política son cinco estrategias para la superación de las problemáticas identificadas en el sector: <i>1) Promoción de la circulación de bienes y servicios de las industrias culturales; 2) Incremento del acceso a los mecanismos de financiamiento; 3) Apoyo a las iniciativas locales para el desarrollo de las industrias culturales; 4) Ampliación de la oferta de formación especializada y 5) Fomento del uso de las nuevas tecnologías en el desarrollo de modelos de negocio de las industrias culturales.</i> La implementación de cada una de estas líneas estratégicas busca la consolidación del sector a nivel nacional como internacional, esperando encontrar mercados en los cuales estas puedan ser competitivas.
CONPES 3658 de 2010: Lineamientos de Política para la recuperación de los centros históricos en Colombia	Siendo los Centros Históricos una oportunidad de desarrollo para determinados municipios, este documento CONPES buscaba establecer los lineamientos conceptuales, institucionales y operativos, que permitan la articulación de las distintas entidades nacionales y territoriales, con el fin de preservar u aprovechar los CH,	Con el objetivo de conservar y revitalizar el patrimonio en este documento se plantean tres estrategias para el cumplimiento de estos objetivos. <i>1) Apoyar a los actores gubernamentales, en la materialización de políticas orientadas a la revitalización de los CH; 2) Apoyar a las entidades territoriales en la optimización de los recursos financieros para la recuperación de los</i>

	la búsqueda de financiamiento y vinculación de actores privados al este proceso.	<i>CH y la atracción de la inversión y 3) Apoyar a las ET en los procesos de adaptación de la funcionalidad urbanística y de las condiciones arquitectónicas de los CH</i>
CONPES 3462 de 2007: Lineamientos para el fortalecimiento de la cinematografía en Colombia	Este documento estaba orientado a fortalecer la institucionalidad, los procesos y las agendas intersectoriales, con el objetivo de aprovechar los recursos y capacidades que tiene el cine colombiano para propiciar desarrollo económico y social.	Para lograr el fortalecimiento de este campo en el país, se buscaba mediante la articulación de esfuerzos técnicos, económicos y humanos, basándose en las siguientes estrategias: 1) <i>Generación de estabilidad jurídica para la inversión en este;</i> 2) <i>Agilización de trámites burocráticos en los diferentes aspectos del sector;</i> 3) <i>Promoción del país a nivel internacional para la producción de películas;</i> 4) <i>Capacitación técnica a nivel nacional que permita contar el país con capital humano enfocado en el sector; entre otras estrategias.</i>
CONPES 3409 de 2006: Lineamientos para el fortalecimiento del Plan Nacional de Música para la Convivencia.	Este documento estaba orientado a fortalecer los procesos del subsector de la música, las agendas intersectoriales y el presupuesto del PNMC, buscando aprovechar el potencial de la música en el ámbito social y desarrollo de ciudadanía.	En búsqueda de alcanzar una serie de objetivos planteados en este documento, se plantearon cinco documentos estratégicos: 1) <i>Gestión para el fortalecimiento institucional, la participación social y la consolidación del subsector musical;</i> 2) <i>Formación con el fin de cualificar los procesos de conocimiento que fundamentan la práctica musical;</i> 3) <i>Dotación para las escuelas de música;</i> 4) <i>Divulgación de la producción musical y</i> 5) <i>Información sobre los procesos y manifestaciones de tal forma que se tengan datos fiables y de calidad.</i>
CONPES 3162 de 2002: Lineamientos para la sostenibilidad del Plan Nacional de Cultura 2001 – 2010 “Hacia una ciudadanía democrática cultural”.	Los lineamientos de este documento buscaban el fortalecimiento del Ministerio de Cultura y que a partir de este se potencialicen los procesos del sector, fomentar los valores, la creatividad, la cohesión social, el mejoramiento de la calidad de vida y la búsqueda de la paz.	Para superar las dificultades identificadas en el sector cultural el PNC debía basarse en dos principios fundamentales, los cuales eran: 1) <i>Fortalecimiento del MinCultura y</i> 2) <i>Reorganización del sector.</i> En el primero siendo la entidad líder para la coordinación e implementación del PNC y en el segundo, a partir de información, estadísticas, proyectos, etc.

Nota: Adaptado de Consejo Nacional de Política Económica y Social

3. Cifras de las industrias culturales y creativas en la economía colombiana

En el presente apartado se presentará la dinámica de la EC en la economía nacional para el periodo 2014-2018p. Se abordará cuál fue la tendencia del valor agregado⁹ del sector en cada uno de estos años y cuáles de sus tres grandes áreas y segmentos influyeron en su crecimiento o decrecimiento, de acuerdo con sus variaciones en cada año; esto se hará de una forma descriptiva, de tal manera que se pueda conocer cuáles han sido las cifras de las industrias culturales y creativas a nivel económico y social (empleo) en el país.

La obtención de la información estadística de las ICC en Colombia está a cargo de la Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja – CSCEN¹⁰ -, este sistema opera bajo control del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) en coordinación del Ministerio de Cultura. Bajo estos criterios, el presente apartado será desarrollado en base a la información cuantitativa oficial de la CSCEN para el periodo 2014-2018p, años en los cuales dichas entidades han venido trabajando de forma coordinada para el desarrollo y obtención de información estadística del sector y conocer la dinámica de este en el país.

Con la aprobación de la Ley 1834 de 2017 o “Ley Naranja” se incorporan nuevas actividades económicas al sector, lo cual obliga a una actualización de la información estadística de este y a una reestructuración de la CSCEN¹¹. En base a lo anterior, el DANE ha determinado que “la participación del valor agregado de la Economía Naranja con respecto al valor agregado

⁹ Valor agregado: Valor adicional creado por un agente económico por el proceso de producción. Se obtiene de la diferencia entre el valor de la producción a precios básicos y el valor del consumo intermedio a precios de compra empleado por los agentes económicos en sus procesos productivos.

¹⁰ De acuerdo con la Ley 1834 de 2017, la CSCEN debe levantar, ampliar, adecuar y actualizar la información de la producción (creación, la producción y la comercialización) de bienes y servicios de los sectores que hacen parte de las industrias culturales y creativas del país.

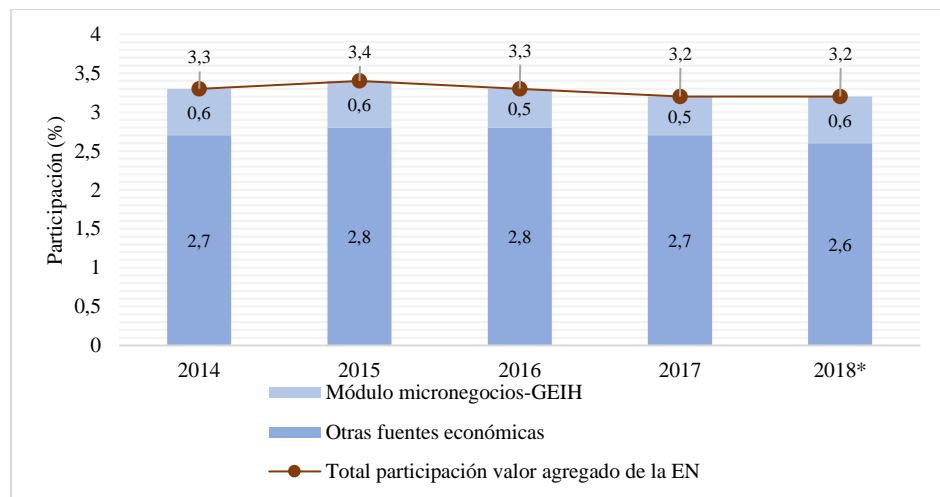
¹¹ Anterior a la aprobación de la Ley 1834 de 2017 se llamaba Cuenta Satélite de Cultura

nacional se ubica en promedio para la serie 2014-2018P en 3,3%¹² (DANE, 2019, p. 21), dentro del cual, en promedio, 53,7% ha sido generado por las actividades de inclusión total, y el restante 46,3% por las actividades de inclusión parcial. Así mismo, la participación de las 3 áreas en la composición del valor agregado del sector durante el periodo, en promedio, fue: creaciones funcionales el 44,4%; artes y patrimonio el 28,3% e industrias culturales el 27,3% (DANE, 2019).

En la Figura 2 se puede observar la dinámica de la participación del valor agregado de la economía naranja respecto al país en 2014-2018p; a su vez, se identifica, que, en promedio, el 17,0% de la información de la composición de este la fuente de información fue el módulo de micronegocios y 83,0% otras fuentes económicas.

Figura 2.

Participación del valor agregado de la economía creativa en el valor agregado del país, 2014-2018p.



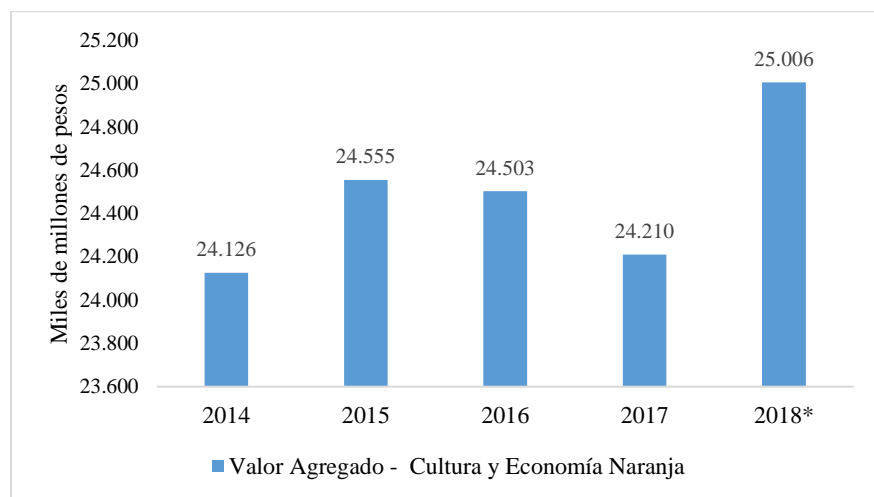
Nota: Elaboración propia en base al Segundo Reporte de Economía Naranja (2019). Valores actualizados al 20 de septiembre de 2019.

¹² Este crecimiento está dando en precios constante por encadenamiento de 2015. Además, el valor es en base de la medición de 101 actividades de las 103 que conforman el sector o la clasificación. No se incluyen 2 actividades de tipo parcial debido a que no se cuenta con información disponible a nivel nacional (DANE, 2019).

Respecto a la dinámica del valor agregado del sector para el periodo (ver figura 3), en el 2018p la economía naranja creció un 3,6% respecto al 2014, es decir, presentó una variación anual promedio del 0,9%. No obstante, esta variación positiva se debe al buen desempeño que tuvo el sector en el último año, debido a que en el 2017 por el contrario decreció un 1,2%, frente al año anterior.

Figura 3.

Valor agregado del sector de la cultura y la economía creativa en Colombia, 2014-2018p.



Nota: Elaboración propia en base a datos obtenidos de Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja (CSCEN), 2019. Precios constantes. Valores actualizados al 20 de septiembre de 2019.

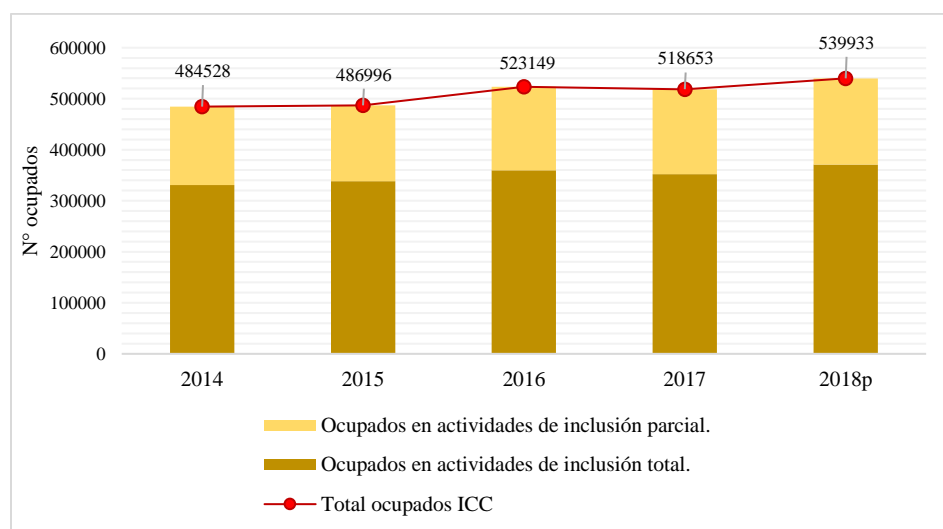
De acuerdo con Fedesarrollo, las industrias ICC “no solo son relevantes por su transversalidad en la actividad económica y el valor agregado que generan, sino porque también involucran procesos de innovación que pueden convertirse en una fuente generadora de empleo en nuevos sectores” (FEDESARROLLO, 2019, pág. 4), en el caso colombiano, como se observa en la figura 4, el sector ha tenido una dinámica positiva en este campo, medido a través del número de ocupados que hacen parte de él.

Frente al periodo 2014-2018p el número total de ocupados del sector creció un 11,4%, es decir, con variación anual promedio del 2,8%; superior a esta media estuvo el crecimiento en los años 2016 y 2018p, con 7,4% y 4,1%, respectivamente.

Además, las actividades de inclusión total, en promedio, ocuparon el 68,2% de las personas del sector y el restante 31,8% estuvo en las actividades de inclusión parcial; así mismo, la variación anual promedio en el número de ocupados en la primera categoría fue del 2,9% mientras en la segunda del 2,5%

Figura 4.

Número de ocupados en actividades de las ICC en la economía colombiana, 2014-2018p.



Nota: Elaboración propia en base a datos obtenido de CSCEN (2019). Precios constantes.

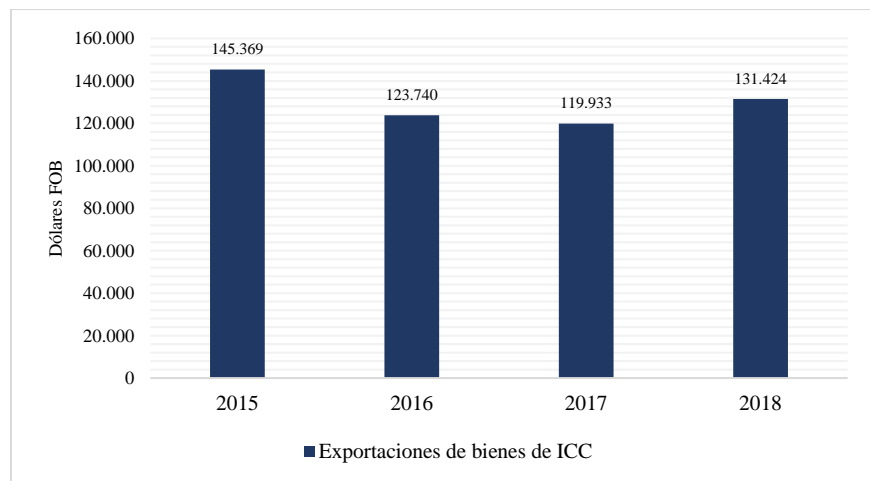
Valores actualizados al 20 de septiembre de 2019.

Finalmente, la dinámica en la exportación de bienes pertenecientes a las actividades de las ICC ha sido fluctuante, pese al crecimiento del 9,6% en el valor de las exportaciones en 2018 frente al 2017, este estuvo muy por debajo del total en 2015, aproximadamente en unos US 13.945 dólares FOB (ver figura 5). De acuerdo con el DANE (2019), el 29,1% del valor de las

exportaciones del 2018 correspondieron a la actividad de edición de libros, seguida por la fabricación de joyas, bisutería y artículos conexos con el 28,7%.

Figura 5.

Exportación de bienes de la economía creativa en Colombia, 2015-2018p



Nota: Elaboración propia en base al Segundo Reporte de Economía Naranja (2019). Valores actualizados al 20 de septiembre de 2019.

3.1 Artes y patrimonio

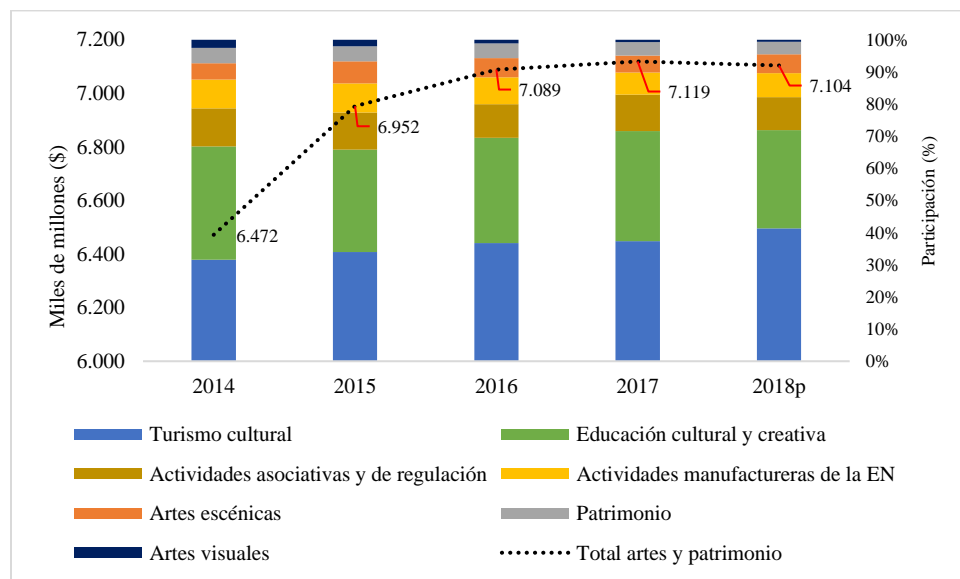
El área de artes y patrimonio fue durante 2014-2018p, en promedio, la segunda de mayor participación en el valor agregado de las ICC. En el último año esta alcanzó un valor de \$7.104 miles de millones, es decir, representó el 28,4% del valor agregado de las industrias creativas en Colombia. Así mismo, las actividades que hacen parte de esta tuvieron un crecimiento en conjunto del 9,8% en 2018p respecto al 2014, es decir, su valor agregado pasó de \$6.672 a \$7.104 miles de millones, lo cual significa una variación anual promedio del 2,4%. Sin embargo, en 2018p el área presentó un decrecimiento frente al 2017 del 0,2%.

De acuerdo con la clasificación DANE y Mincultura (2019) para Colombia, el área de artes y patrimonio se encuentra dividida en 7 segmentos o subsectores, los cuales contribuyen de manera diferenciada en valor agregado de este (ver figura 6). Para el periodo 2014-2018p, en promedio, el segmento de turismo cultural fue la mayor participación en el sector con el 36,2%; seguido por educación cultural y recreativa con el 32,9%, actividades asociativas y de regulación con el 11,1%, actividades manufactureras de la economía naranja con el 8,1%, artes escénicas con el 5,8%, patrimonio con el 4,4% y artes visuales con el 1,4%.

En el 2018p solo los subsectores de turismo cultural y artes escénicas presentaron crecimiento frente al 2014, del 47,4% y 29,1% respectivamente, los demás segmentos obtuvieron variaciones negativas, lo cual significa que, el crecimiento del área estuvo directamente relacionado con las actividades económicas que componen estos subsectores.

Figura 6.

Participación de los subsectores en el área de artes y patrimonio, 2014-2018p



Nota: Elaboración propia a partir de la DANE - CSCEN (2019). Precios constantes – p: Valores actualizados al 20 de septiembre de 2019

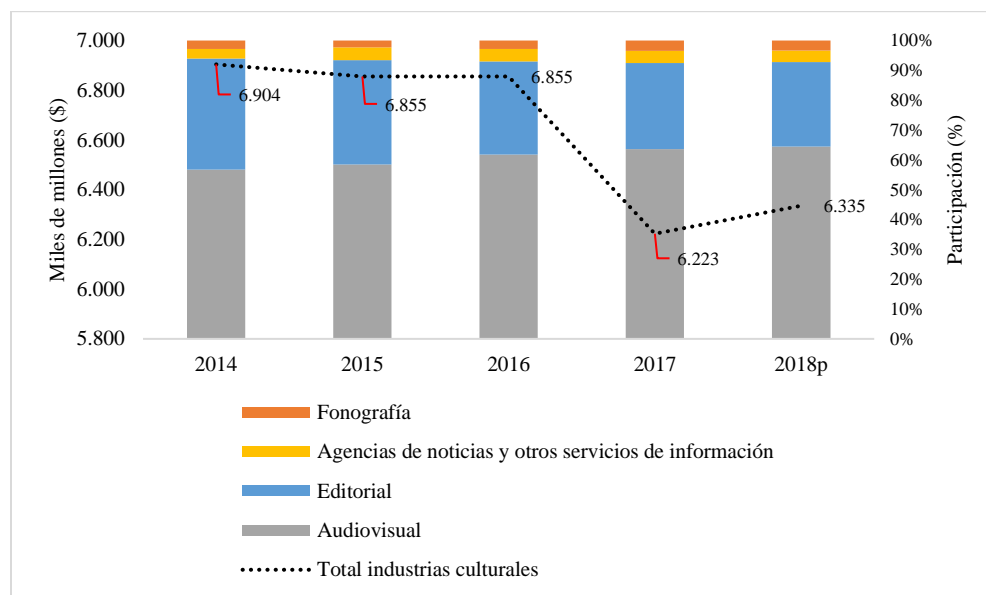
3.2 Industrias culturales

El área de industrias culturales fue en el periodo 2014-2018p, en promedio, el tercero de mayor participación en el valor agregado de las IC en el país. Para 2018p, este alcanzó un valor de \$6.335 miles de millones, es decir, lo correspondiente al 25,3% del valor agregado de las ICC en este año. Sin embargo, el área no tuvo una dinámica positiva en su crecimiento. En el último año presentó un decrecimiento del 8,2% respecto al 2014, es decir, descendió de \$6.904 a \$6.335 miles de millones su valor; esta variación se debe directamente al decrecimiento del segmento de editoriales, el segundo más importante, el cual cayó un 31,7%, en el mismo periodo. No obstante, la caída más drástica del área se da en el año 2017, con una variación del -9,2%, frente al 2016.

El área de industrias culturales se encuentra dividida en 5 segmentos, los cuales contribuyen de manera diferenciada en valor agregado de este (ver figura 7). Para el periodo 2014-2018p, en promedio, el subsector de audiovisual tuvo la mayor participación en el sector con el 61,0%; seguido de editorial con el 32,2%, agencias de noticias y otros servicios de información con el 3,9% y fonografía con el 3,0%. En el 2018p, el subsector de agencias de noticias y otros servicios de información fue que mayor crecimiento (9,5%) respecto al 2014; seguido por fonografía (5,8%) y audiovisual (2,1%).

Figura 7.

Participación de los subsectores en el área de industrias culturales, 2014-2018p.



Nota: Elaboración propia a partir de la DANE - CSCEN (2019). Precios constantes – p: Valores actualizados al 20 de septiembre de 2019.

3.3 Creaciones funcionales

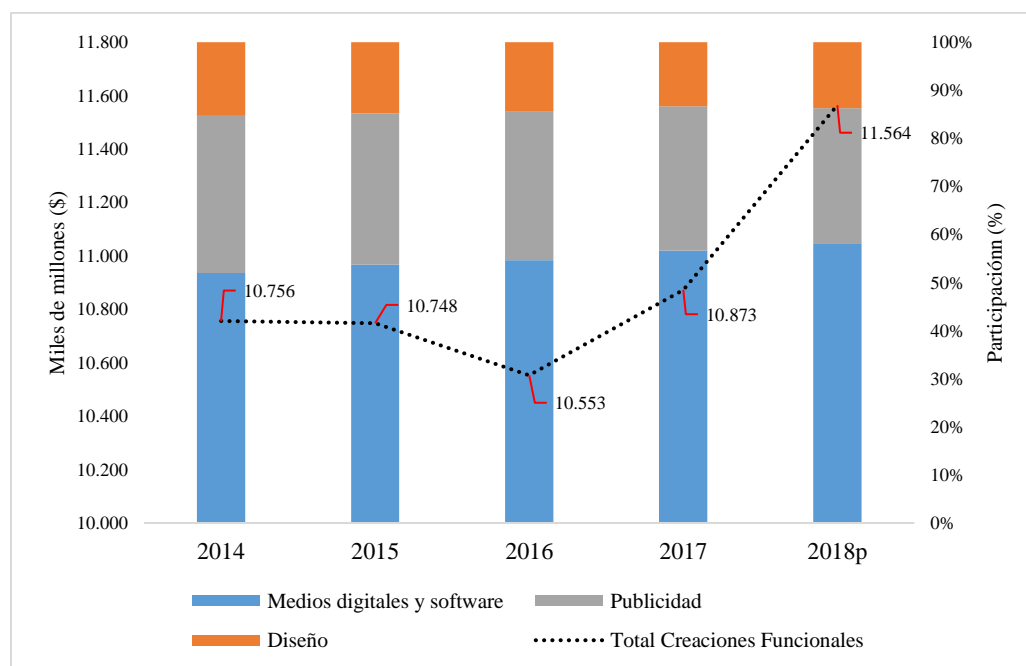
Creaciones funcionales fue durante 2014-2018p, en promedio, el área de mayor participación en el valor agregado de las ICC. En el último año esta alcanzó un valor de \$11.564 miles de millones, es decir, representó el 44,5% del valor agregado de las industrias creativas en Colombia. Así mismo, el área alcanzó un crecimiento en el 2018p del 7,5% respecto al 2014, es decir, el valor agregado de esta pasó de \$10.756 a \$11.564 miles de millones, lo cual representa una variación anual promedio del 1,5%.

De acuerdo con la clasificación DANE y Mincultura (2019) para Colombia, el área de creaciones funcionales se encuentra dividida en 3 segmentos o subsectores, los cuales contribuyen de manera diferenciada en valor agregado de este (ver Figura 8). Para el periodo 2014-2018p, en

promedio, el segmento de medios digitales y software fue la mayor participación en el sector con el 55,0%; seguido por publicidad con el 30,6% y diseño con el 14,3%. Así mismo, en 2018p, el primero de los segmentos fue el único en presentar un crecimiento respecto al 2014, siendo este del 19,4%; por su parte el segundo y tercero presentaron una variación negativa del 8,1% y 4,4%, respectivamente.

Figura 8.

Participación de los subsectores en el área de creaciones funcionales, 2014-2018p



Nota: Elaboración propia a partir de la DANE - CSCEN (2019). Precios constantes – p: Valores actualizados al 20 de septiembre de 2019

4. **La estructura empresarial de la industrias culturales y creativas en el Área Metropolitana de Bucaramanga (2017-2019¹³)**

En Colombia, la definición de empresa es unánime sin importar el tamaño de estas, en todos los casos son consideradas “unidades de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica en actividades agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, en el área rural o urbana. Para la clasificación por tamaño empresarial, entiéndase micro, pequeña, mediana y gran empresa” (Ley 1450, 2011, art. 43), esta clasificación se puede realizar en base a tres criterios: número de trabajadores totales, valor de ventas anuales y valor activos totales¹⁴.

No obstante, para la implementación de políticas y acceso a beneficios del gobierno de las micro, pequeña y mediana empresa se tiene en cuenta el criterio de ventas brutas anuales. Específicamente cada uno de los criterios están determinados en la Ley 590 de 2000 art. 2 de la siguiente forma¹⁵:

- Micro: Número total de trabajadores menor a diez (10); y el valor de sus activos totales inferior a quinientos uno (501) salarios mínimos mensuales legales vigentes (Congreso de Colombia, 2000).

¹³ Los datos del año 2019 tienen fecha de corte el 08 de septiembre de 2019.

¹⁴ Es importante aclarar que a partir del 05 de diciembre de 2019 el único criterio a tener en cuenta para la clasificación de las empresas según su tamaño es el valor de sus ingresos por actividades ordinarias anuales, organizados en tres grandes sectores económicos: servicios, manufactura y comercio; definido mediante el Decreto 957 del 05 de junio de 2019.

¹⁵ Estos criterios de clasificación fueron modificados mediante el Decreto 957 del 5 de junio de 2019, el cual entró en vigor a partir de diciembre de ese mismo año.

- Pequeña: Número total trabajadores entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores; y el valor de sus activos totales entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.001) salarios mínimos mensuales legales vigentes.
- Mediana: Número total de trabajadores entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores; y el valor de sus activos totales entre cinco mil uno (5.001) y quince mil (15.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.
- Grande: Aquellas unidades económicas que tienen un número de trabajadores e ingresos por actividades ordinarias anuales mayores al rango superior de las medianas empresas.

Las empresas son actores dinamizadores de la actividad económica, debido a su participación en la producción de bienes y servicios, y a su vez, en la generación de empleo. En el caso del sector de las industrias creativas, se ha caracterizado por estar conformado principalmente por unidades económicas Pymes y Mipymes¹⁶ (PNUD y UNESCO, 2014); de acuerdo al Consejo Nacional de Política Económica – CONPES - las Mipymes se han convertido en actores fundamentales para el crecimiento económico, la transformación productiva y aumento de la productividad, generando impactos en la reducción de la pobreza y la inequidad (CONPES 3484, 2007).

Santander se ha caracterizado por ser un departamento competitivo a nivel nacional, esto producto del desarrollo y crecimiento de su tejido empresarial, a septiembre de 2019¹⁷, existían en el departamento un total de 88.000 empresas registradas, de las cuales, el 79,3% se ubicaban en el Área Metropolitana de Bucaramanga¹⁸, siendo Bucaramanga el municipio con mayor número de

¹⁶ El término Pymes hace referencia a las pequeñas y medianas empresas, mientras Mipymes es la conformación entre micro, pequeña y mediana empresa, según la Ley 905 de 2004, conocida como la Ley Mipymes.

¹⁷ Empresas activas al domingo 08 de septiembre de 2019, de acuerdo con el reporte de la Cámara de Comercio al portal Compite360

¹⁸ Conformada por los municipios de Bucaramanga, Floridablanca, Piedecuesta y Girón

empresas registradas con 45.578; seguido por Floridablanca con 12.572, Piedecuesta con 5.826 y Girón con 5.789.

En base a la clasificación de las ICC por parte del DANE y el Ministerio de Cultura (2019), en el Área Metropolitana de Bucaramanga había en el 2019 un total de 2.076 empresas pertenecientes a las 34 actividades económicas de inclusión total, las cuales representaban el 3,0% del tejido empresarial del área. Respecto a cada uno de los municipios que hacen parte de esta, en Bucaramanga el 3,7% de las empresas registradas en este municipio hacían parte de las ICC, siendo este el municipio de mayor concentración del sector; seguido por Floridablanca con el 3,5%, Piedecuesta con el 2,5% y Girón con el 1,8%.

De acuerdo con el Reporte Sectorial del Portal Compite360 (2019), las ICC tuvieron una dinámica de crecimiento en el AMB durante el periodo 2017-2019*. En este último año el sector, en conjunto, creció un 17,0% respecto al 2017¹⁹, es decir, se pasó de 1.774 a 2.076 empresas; así mismo frente al 2018, el crecimiento fue del 6,9%.

Según el tamaño económico del total de unidades productivas registradas en 2019, el 96,8% de estas eran microempresa, el 3,0% pequeña, el 0,1% mediana y el 0,05% gran empresa; de acuerdo con lo anterior, el 99,9% de la estructura empresarial de las ICC en el AMB estaban ubicadas en la categoría de Mipymes y el 3,1% como Pymes. Además, la figura jurídica predominante en el sector era la persona natural, el 68,4% de las empresas estaban registradas bajo esta figura, seguido por las sociedades con el 31,2% y el 0,4% como empresa unipersonal.

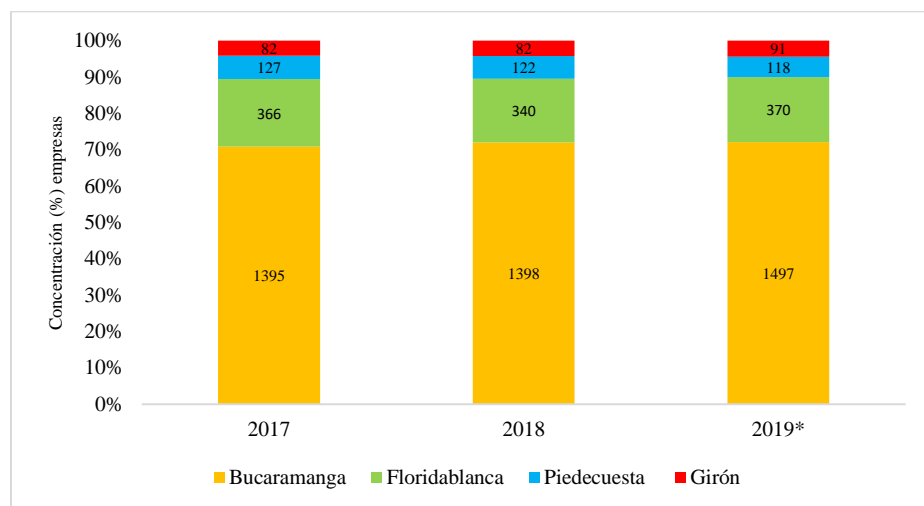
Así mismo, como se observa en la figura 9, al desagregar la concentración de las empresas de ICC en los 4 municipios que componen el AMB y el crecimiento en cada uno de estos durante

¹⁹ Lo cual significa una variación anual promedio del 8,5%

2017-2019, se tiene que, en promedio, en Bucaramanga se ubicaron el 71,6% de las empresas del sector, además, el crecimiento empresarial en el municipio fue del 3,6%, anual. Por su parte, en Floridablanca concentró el 18,0% de las unidades productivas y el tejido empresarial tuvo una variación del 0,9%, anual.

Figura 9.

*Número de empresas de las ICC por municipios del AMB, 2017-2019**



Nota: Elaboración propia en base a datos obtenidos del Portal Compite360 (2019).

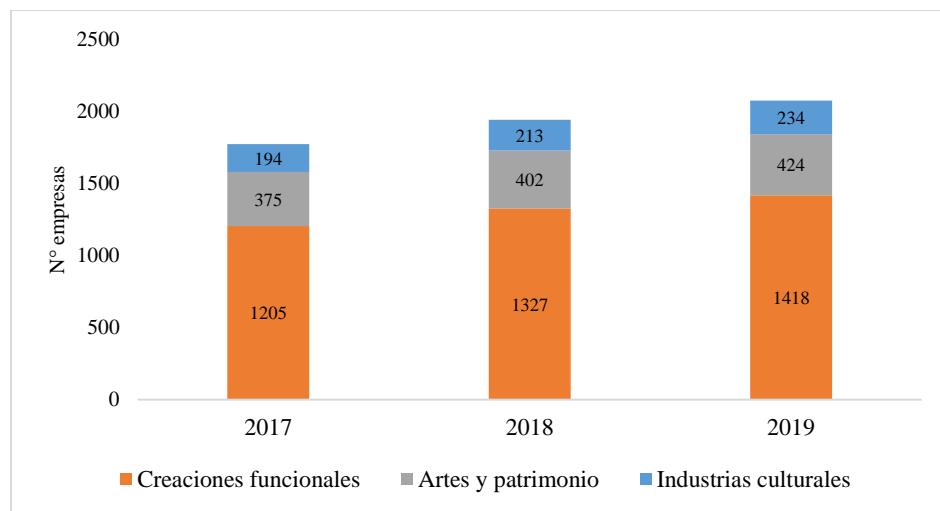
En cuanto a Piedecuesta, este municipio concentró el 6,1% del sector de las ICC, y, además, el número de unidades decreció en 3,6%, de forma anual. Respecto a Girón, en el municipio se ubicó el 4,3% de las empresas, logrando a su vez, un crecimiento anual del 5,5%.

De acuerdo con la clasificación de las industrias culturales y creativas en Colombia presentada por el DANE & Mincultura (2019), divide al sector en tres áreas generales, las cuales son: artes y patrimonio, creaciones funcionales e industrias culturales. En cuanto a la concentración de empresas en los 3 sectores de las ICC en el AMB durante el periodo, en promedio, el 10,4% hacían parte de los campos de industrias culturales, el 21,4% de artes y patrimonio y el 68,2% de creaciones funcionales. Además, los tres sectores presentaron un crecimiento en su estructura

empresarial entre 2017 y 2019 (ver figura 10), teniendo una variación anual superior al 7,0% cada una de las tres áreas.

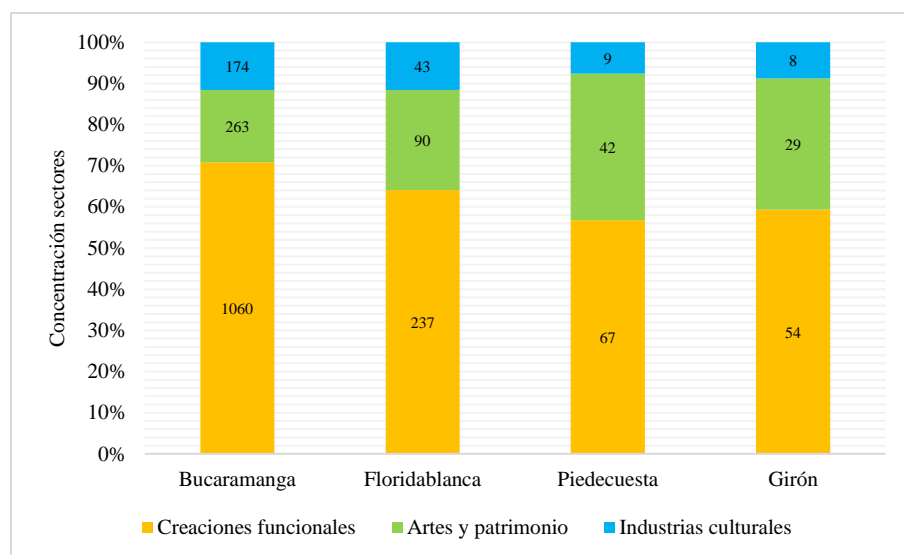
Figura 10.

*Distribución de empresas por áreas de las ICC, 2017-2019**



Nota: Elaboración propia en base a datos obtenidos del Portal Compite360 (2019).

En base a lo anterior, en la figura 11 se presenta la distribución del total de empresas de los 3 sectores de las ICC en los 4 municipios del AMB para el año 2019, obteniendo como resultado que el sector de creaciones funcionales tenía una representación superior al 55,0% del tejido empresarial en los 4 cuatro municipios; además, en promedio, el sector artes y patrimonio representa en la estructura empresarial de las ICC en cada municipio el 27,3% e industrias culturales el 9,9%.

Figura 11.*Distribución de empresas de las ICC en los municipios del AMB, 2019**

Nota: Elaboración propia en base a datos obtenidos del Portal Compite360 (2019).

4.1 Área de artes y patrimonio

De acuerdo con la UNCTAD (2010), “el patrimonio cultural está relacionado como el origen de todas las formas de arte y el alma de la cultura y las industrias creativas” (p. 35), debido a que tiene interrelaciones con aspectos culturales históricos, antropológicos, étnicos, estéticos, sociales e influencia la creatividad (UNCTAD, 2010).

De acuerdo la clasificación de sectores de las industrias creativas y las actividades de inclusión presentadas por el DANE (2019)²⁰, el sector de artes y patrimonio está conformado por 11 actividades económicas de inclusión total con referencia en la CIU 4.0 (ver tabla 7).

²⁰ Nota metodológica sobre la definición y medición de las actividades incluidas en la Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja de Colombia

Tabla 7.*Actividades económicas pertenecientes al área de artes y patrimonio*

Concepto	Actividad	Código CIU
Artes visuales	Actividades de fotografía	7420
Artes escénicas	Creación teatral	9003
	Artes plásticas y visuales	9005
	Actividades teatrales	9006
	Actividades de espectáculos musicales en vivo	9007
	Otras actividades de espectáculos en vivo	9008
Educación cultural y recreativa	Enseñanza cultural	8553
Patrimonio	Actividades de bibliotecas y archivos	9101
	Actividades y funcionamiento de museos, conservación de edificios y sitios históricos	9102
	Actividades de jardines botánicos, zoológicos y reservas naturales	9103
	Actividades de parques de atracciones y parques temáticos	9321

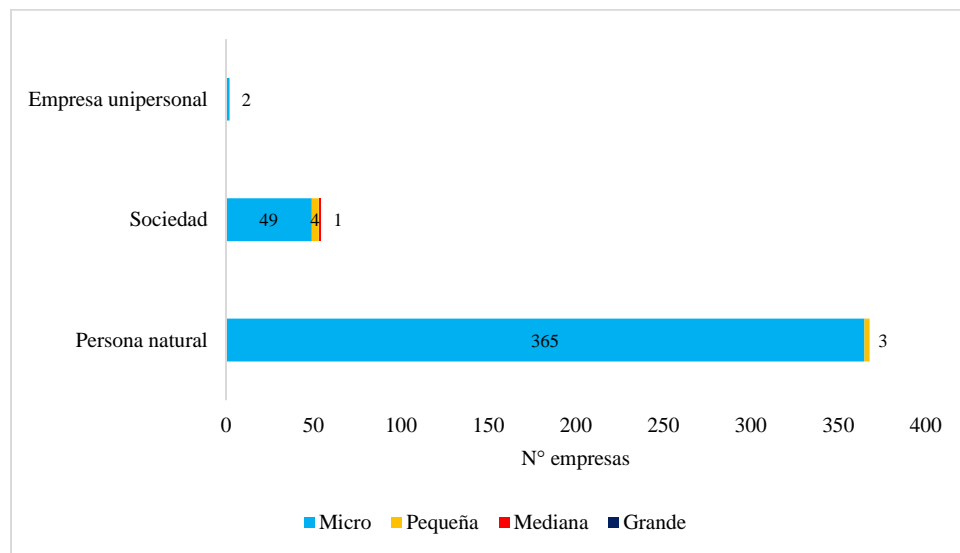
Nota: Adaptado de Nota metodológica sobre la definición y medición de actividades incluidas en la cuenta satélite de Cultura y Economía Naranja de Colombia.

Según el Reporte Sectorial de Compite360 (2019), en el año 2019 el 20,4% de las empresas de ICC registradas en el AMB pertenecían al sector de artes y patrimonio; así mismo, este sector alcanzó un crecimiento del 13,1% en el último año respecto al 2017, es decir, pasó de 375 a 424 empresas. Una variación anual promedio del 6,5%.

En la figura 12 se muestra la relación del registro del total de unidades productivas del sector en cuanto a la figura jurídica y el tamaño de estas en 2019. De acuerdo con esta relación, el 86,8% estaban registradas bajo el concepto de persona natural, el 12,7% como sociedades y 0,5% como empresa unipersonal; en cuanto al tamaño económico, el 98,1% eran microempresa, el 1,7% pequeña y el 0,2% mediana empresa.

Figura 12.

*Relación de empresas de acuerdo con el tamaño económico y persona jurídica, área de artes y patrimonio, 2019**

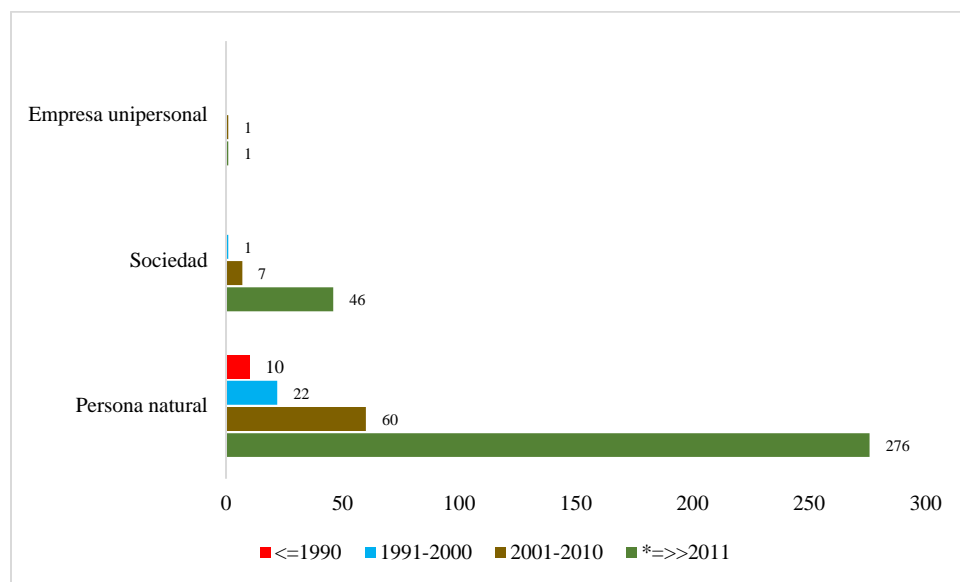


Nota: Elaboración propia en base a datos obtenidos del Portal Compite360 (2019).

La figura 13 presenta la relación de la figura jurídica de las empresas y su tiempo de permanencia en el mercado. Del total de empresas registradas bajo el concepto de persona natural, el 8,7% tenían 20 años o más de registro, el 16,3% entre 10-19 años y el 75,0% menos de 9 años. En la categoría de sociedades, solo el 1,9% tenían 20 años o más de actividad, el 13,0% entre 10-19 años, y el 85,1% menos de 9 años. En cuanto a las empresas unipersonales, en el sector existían 2 empresas bajo esta categoría, de las cuales, 1 tenía una edad entre 10-19 años y la otra, menos de 9 años.

Figura 13.

*Relación de empresas de acuerdo con la edad empresarial y persona jurídica, área de artes y patrimonio, 2019**



Nota: Elaboración propia en base a datos obtenidos del Portal Compite360 (2019).

Dentro de la metodología implementada por el DANE para la medición de las ICC en Colombia, artes y patrimonio se encuentra dividido en 7 subsectores, los cuales abarcan una serie de actividades económicas de inclusión total o parcial. Los subsectores son: artes visuales, artes escénicas, patrimonio, educación cultural y recreativa, actividades de manufactura de la economía naranja, turismo cultural y actividades asociativas y de regulación, sin embargo, para el caso de la presente investigación, solo se analizarán las 4 primeras categorías, debido a que estas son las únicas que abarcan actividades económicas de inclusión total del sector de las ICC.

En la figura 14 se muestra el total de empresas en cada uno de estos cuatro segmentos (2017-2019). Artes escénicas fue el subsector con mayor número de empresas registradas, en él se concentraban el 46,0% de las unidades productivas de artes y patrimonio, así mismo, este había

presentado un crecimiento del 7,7% respecto al 2017, es decir, pasó de 181 a 195 empresas, lo que significa una variación promedio anual del 3,8%. Además, el 100% de las empresas registradas pertenecían a la categoría de Mipymes y el 1,0% eran consideradas Pymes. Respecto a la edad empresarial en el subsector, el 23,6% de este tenían 10 años o más de experiencia en el mercado; a su vez, la distribución de empresas por los municipios del AMB presenta que, el 60,0% de estas se ubicaban en Bucaramanga, el 23,6% en Floridablanca, el 9,2% en Piedecuesta y el 7,2% en Girón.

En segundo lugar, artes visuales concentró en 2019 el 32,0% de las empresas del sector, y a su vez, este presentó un crecimiento del 12,4% frente al 2017, es decir, pasó de 181 a 195 empresas, lo que representa una variación promedio anual del 6,2%. El 100% del subsector se encuentra bajo la categoría de empresas Mipymes y el 1,5% como Pyme²¹. En cuanto a la edad empresarial de las unidades productivas registradas en el 2019, el 26,5% tenían 10 o más años de actividad; así mismo, la distribución de estas empresas en los municipios del AMB, en Bucaramanga se ubicaban el 60,3% de estas, en Floridablanca el 21,3%, en Girón el 9,6% y en Piedecuesta el 8,8%.

Al subsector de educación cultural y recreativa pertenecían el 14,6% de las empresas del sector en 2019, siendo este el tercer campo con mayor número de unidades registradas; a su vez, este logró un crecimiento del 26,5% respecto al 2017, es decir, aumentó de 49 a 62 unidades; el 100% de estas se encontraban bajo la categoría de empresas Mipymes²², de las cuales, el 19,4% tenían una edad de 10 años o más de registro. En cuanto a la ubicación de las unidades productivas

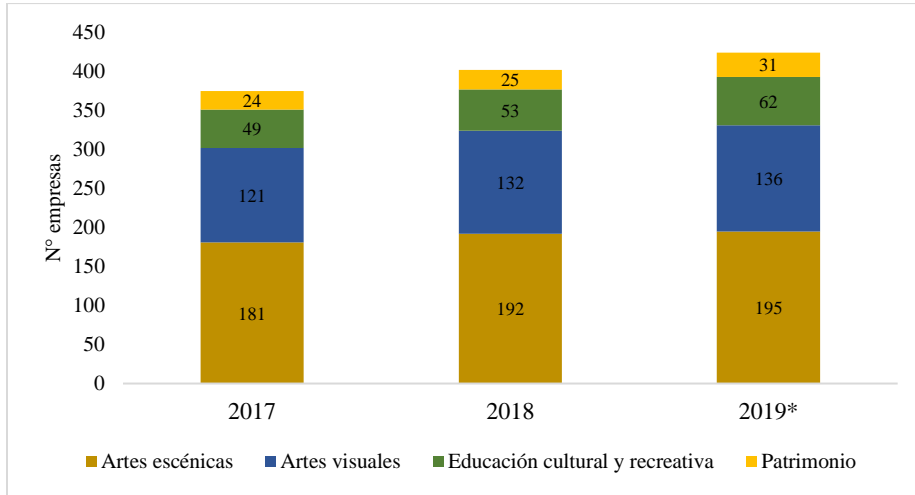
²¹ Siendo en su totalidad empresas (2) de tamaño pequeño.

²² Siendo el total de tamaño micro

en el AMB, el 69,4% tenían como domicilio Bucaramanga, el 17,7% a Floridablanca, el 11,3% a Piedecuesta y el 1,3% a Girón.

Figura 14.

*Distribución de empresas por segmentos de artes y patrimonio, 2017-2019**



Nota: Elaboración propia en base a datos obtenidos del Portal Compite360 (2019).

Finalmente, en cuarto lugar, se encuentra el campo de patrimonio, el cual representaba el 7,3% del sector en 2019, cuyo crecimiento respecto al 2017 fue del 29,1%, es decir, aumentó de 24 a 31 empresas, las cuales, el 100% pertenecían a la categoría de Mipymes y el 12,9% como Pymes. En cuanto a la edad empresarial del subsector, el 22,6% de este tenían 10 años o más de registro; respecto a la ubicación de empresas en el AMB, el 67,7% lo hacía en Bucaramanga, el 16,1% en Piedecuesta, el 12,9% en Floridablanca y el 3,2% en Girón.

4.2 Área de creaciones funcionales

Tomando como referencia la clasificación de sectores de las industrias creativas y las actividades de inclusión presentadas por el DANE (2019), el sector de creaciones funcionales está

conformado por 7 actividades económicas de inclusión total con referencia en la CIIU 4.0 (ver tabla 8)

Tabla 8.

Actividades económicas pertenecientes al segmento de creaciones funcionales

Concepto	Actividad económica	Código CIIU
Diseño	Fabricación de Instrumentos musicales	3210
	Fabricación de juegos, juguetes y rompecabezas	3240
	Actividades especializadas de diseño	7410
Medios digitales y software	Edición de programas de informática (software)	5820
	Actividades de desarrollo de sistemas informáticos (planificación, análisis, diseño, programación, pruebas)	6201
	Portales web	6312
Publicidad	Publicidad	7310

Nota: Adaptado de Nota metodológica sobre la definición y medición de actividades incluidas en la cuenta satélite de Cultura y Economía Naranja de Colombia.

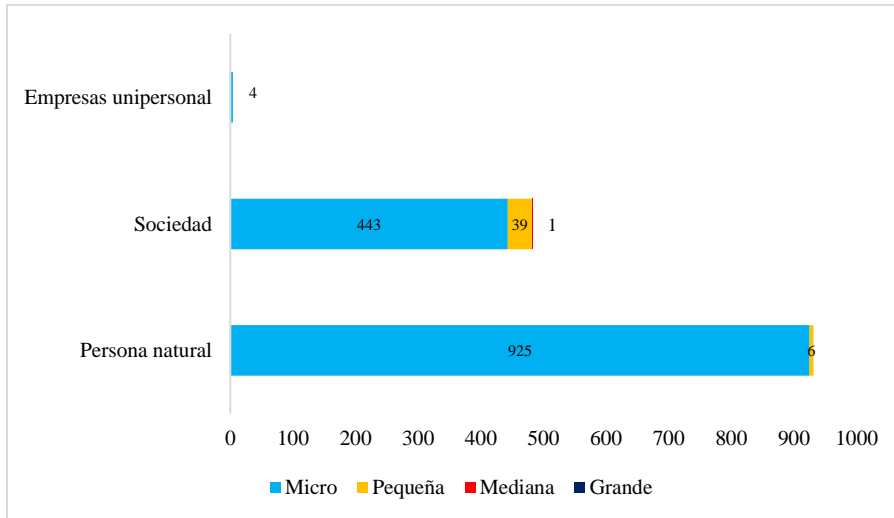
De acuerdo con el Reporte Sectorial de Compitem360 (2019), en el año 2019 existían en el AMB 1.418 empresas pertenecientes al sector de creaciones funcionales, las cuales representaban el 68,3% del tejido empresarial de las ICC; además, el sector tuvo un crecimiento del 17,7% en el último año respecto al 2017²³, es decir, pasó de 1.205 a 1.418 empresas. Frente al 2018, la variación fue del 6,9%.

En la figura 15 se presenta la relación del registro del total de unidades productivas del sector en cuanto a la figura jurídica y el tamaño de estas en 2019. De acuerdo con esta relación, el 96,7% se encontraban registradas bajo el concepto de microempresa, el 3,1% como pequeña y el 0,07% como mediana empresa; en cuanto a la figura jurídica, el 65,6% estaban registradas como persona natural, el 34,1% como sociedades y el 0,3% como empresa unipersonal.

²³ Siendo superior a la presentada por el sector de las ICC en conjunto (17,0%)

Figura 15.

*Relación de empresas de acuerdo con el tamaño económico persona jurídica, segmento de creaciones funcionales, 2019**

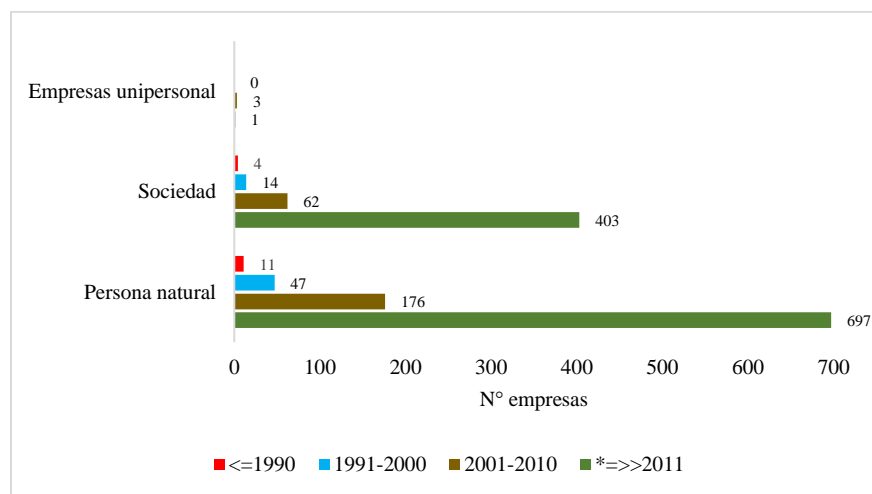


Nota: Elaboración propia en base a datos obtenidos del Portal Compite360 (2019).

Según esta figura jurídica (ver figura 16), el 6,2% de las empresas registradas bajo la categoría de persona natural tenían 20 o más años de registro, el 18,9% entre 10-19 años y el 74,8% menos de 9 años de actividad. Respecto a las sociedades del sector, el 3,7% de estas tenían 20 años o más, el 12,8% entre 10-19 años y el 83,4% menos de 9 años de registro. Finalmente, en las empresas unipersonales el 75,0% tenían un periodo de 10-19 años y el 25,0% menos de nueve años.

Figura 16.

*Relación de empresas de acuerdo con la edad empresarial y persona jurídica, área de creaciones funcionales, 2019**



Nota: Elaboración propia en base a datos obtenidos del Portal Compite360 (2019).

La metodología implementada por el DANE para la medición de las ICC en Colombia agrupa dentro de cada uno de los sectores unos conceptos o categorías, que pueden definirse como subsectores, los cuales están conformados por una serie de actividades económicas del sector. Para el caso de creaciones funcionales, se encuentra dividido en 3 subsectores, los cuales son: diseño, publicidad, medios digitales y software.

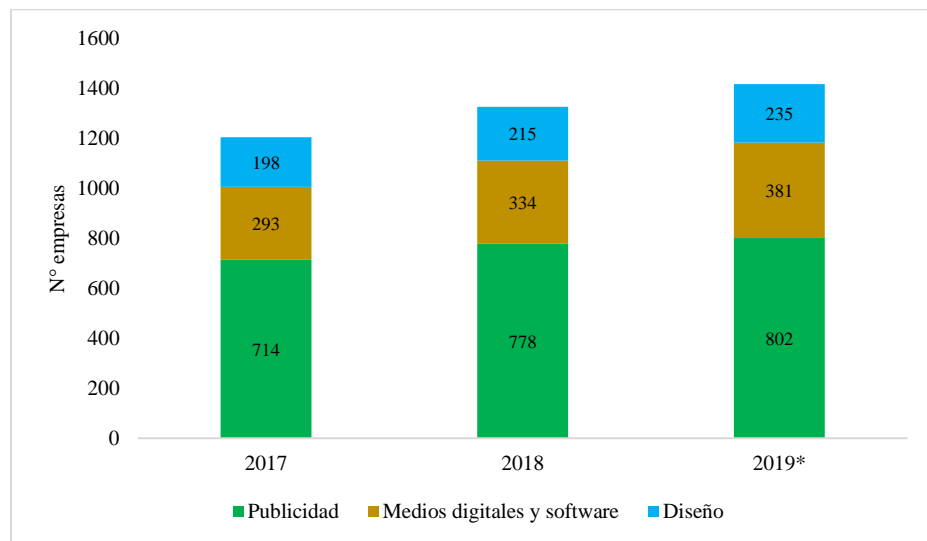
En la figura 17 se observa la dinámica del número de empresas en estos tres segmentos (2017-2019). En el año 2019, el subsector de diseño concentraba el 16,6% de las empresas pertenecientes a creaciones funcionales y había presentado un crecimiento del 18,7% respecto al 2017, es decir, pasó de 198 a 235 empresas, lo que significa una variación promedio anual del 9,3%. Así mismo, el 100% del tejido empresarial estaba constituido por empresas Mipymes y solo 0,4% era considerado Pyme; además, el 24,3% de las unidades productivas del subsector tenían

10 o más años de actividad económica. Entre tanto, el 71,1% de las empresas de este se ubicaban en Bucaramanga, el 19,1% en Floridablanca, 5,5% en Piedecuesta y el 4,7% en Girón.

Respecto al subsector publicidad, este representaba el 56,6% de la estructura empresarial de creaciones funcionales, y había presentado una dinámica de crecimiento del 12,3% en este último año respecto al 2017, pasando de 714 a 802 empresas, es decir, una variación promedio anual del 6,1%. El 97,3% de las empresas pertenecientes a este eran de tamaño micro y el 2,7% pequeña empresa. Así mismo, el 25,0% de las unidades productivas tenían un periodo de actividad de 10 o más años. En cuanto a la distribución en el AMB, el 56,4% tenían como domicilio Bucaramanga, el 11,3% Floridablanca, el 3,7% Piedecuesta y el 3,6% Girón.

Figura 17.

*Distribución de empresas por segmentos de creaciones funcionales, 2017-2019**



Nota: Elaboración propia en base a datos obtenidos del Portal Compite360 (2019).

En cuanto a medios digitales y software, en 2019, el subsector concentraba el 26,9% de las empresas del sector, y logró un crecimiento del 30,0% respecto al 2017, es decir, pasó de 293 a 381 unidades productivas, lo que significa una variación promedio anual del 15,0%; el 100% del subsector estaba conformado por empresas Mipymes y un 6,7% por Pymes. Además, el 16,6% de

la estructura de medios digitales y software tenían 10 o más años de actividad económica. Respecto a la concentración geográfica, el 59,5% de estas empresas se ubicaban en Bucaramanga, el 17,8% en Floridablanca, el 3,6% en Piedecuesta y el 2,3% en Girón.

4.3 Área de industrias culturales

En base a la clasificación del DANE (2019) sobre los sectores las industrias creativas y las actividades de inclusión total que componen a estos, el sector de industrias culturales está conformado por 14 actividades económicas (ver tabla 9), con referencia específica en la CIUU 4.0.

De acuerdo con el Reporte Sectorial de Compitem360 (2019), en el año 2019 el 11,3% de las empresas pertenecientes a las ICC en el AMB hacían parte del sector de industrias culturales; a su vez, este sector registró un crecimiento del 20,6% en este año respecto al 2017, es decir, aumentó de 194 a 234. La variación promedio anual de este fue del 10,3%.

Tabla 9.

Actividades económicas pertenecientes al área de industrias culturales

Concepto	Actividad	Código CIU
Fonografía	Producción de copias a partir de grabaciones originales	1820
	Actividades de grabación de sonido y edición de música.	5920
Editorial	Edición de libros.	5811
	Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas.	5813
	Otros trabajos de edición	5819
	Creación literaria.	9001
	Creación musical.	9002
Audiovisual	Actividades de producción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión.	5911
	Actividades de posproducción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión.	5912
	Actividades de distribución de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión.	5913
	Actividades de exhibición de películas cinematográficas y videos.	5914

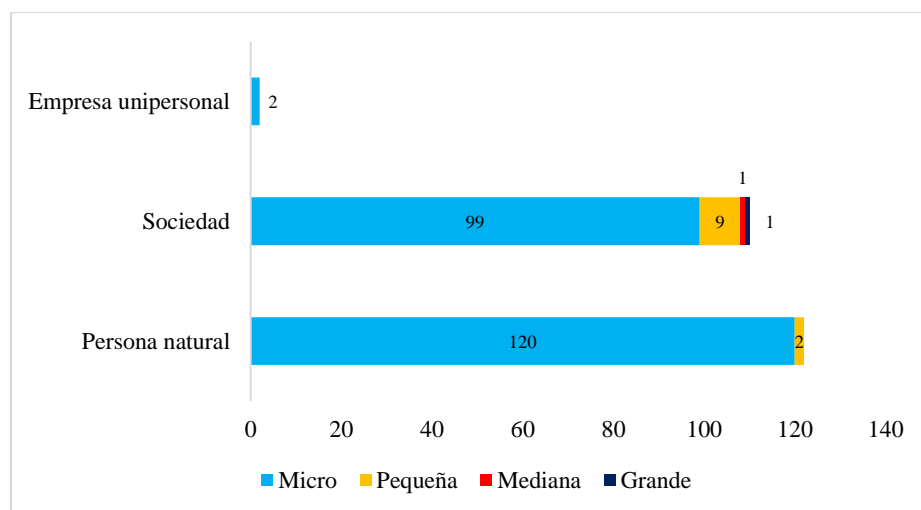
	Creación audiovisual.	9004
	Transmisiones de radio	6010
	Programación y transmisiones de televisión	6020
Agencias de noticias y otros servicios de información	Actividades de agencias de noticias.	6391
	Otras actividades de servicio de información n.c.p.	6399

Nota: Adaptado de Nota metodológica sobre la definición y medición de actividades incluidas en la cuenta satélite de Cultura y Economía Naranja de Colombia.

En la figura 18 se muestra relación con la persona jurídica y el tamaño de las empresas del sector en 2019, en estas predominaba la figura de persona natural con el 52,1%, seguido por sociedad con el 47,5% y con el 0,8% empresa unipersonal; en cuanto al tamaño económico, el 94,4% eran microempresa, el 4,7% pequeña, el 0,4% mediana y el 0,4% gran empresa.

Figura 18.

*Relación de empresas con el tamaño empresarial y persona jurídica, área de industrias culturales, 2019**



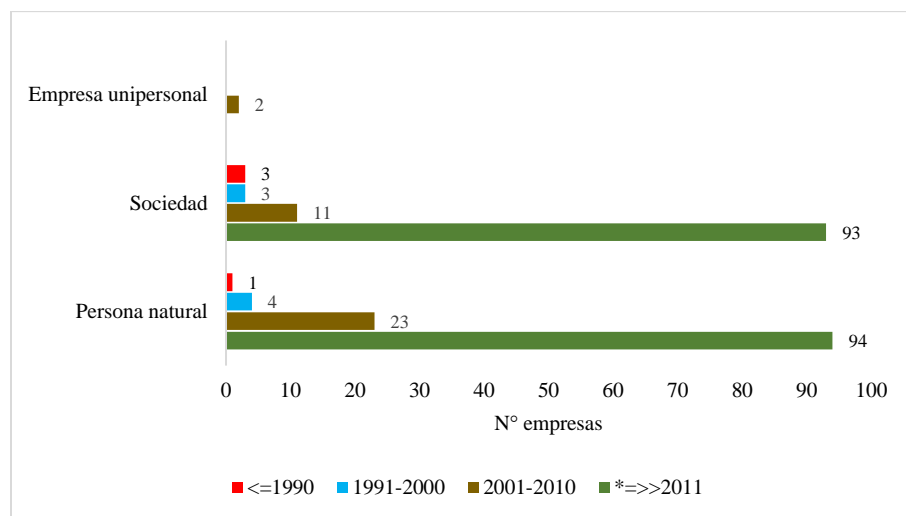
Nota: Elaboración propia en base a datos obtenidos del Portal Compite360 (2019).

Respecto a la figura jurídica y su relación con la edad empresarial de las industrias culturales, en 2019 (ver figura 19), del total de empresas registradas bajo el concepto de persona

natural el 4,1% tenían 20 años o más de registro, el 18,8% entre 10-19 años y el 77,0% menos de 9 años. En la categoría de sociedades, el 5,4% tenían 20 años o más de actividad, el 10,0% entre 10-19 años, y el 84,6% menos de 9 años. En cuanto a las empresas unipersonales, en el sector existían 2 empresas bajo esta categoría, las cuales, tenían entre 10-19 años de registro.

Figura 19.

*Relación de empresas de acuerdo con la edad empresarial y persona jurídica, área de industrias culturales, 2019**



Nota: Elaboración propia en base a datos obtenidos del Portal Compite360 (2019).

De acuerdo con la metodología implementada por el DANE para la medición de las ICC en Colombia, industrias culturales se encuentra desagregado en 4 subsectores, los cuales abarcan una serie de actividades económicas de inclusión total o parcial. Estos subsectores son editorial, fonografía, audiovisual y agencias de noticias y otros servicios de información.

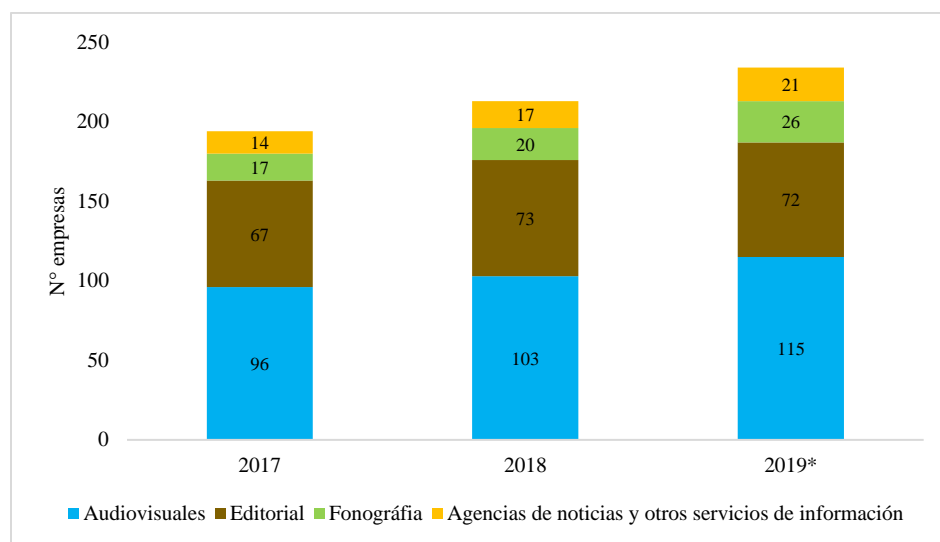
En la figura 20 se observa la dinámica del número de empresas en estos cuatro segmentos (2017-2019). En el año 2019, el subsector de audiovisuales concentraba el mayor número de industrias culturales, es decir, lo correspondiente al 49,1% de este, así mismo, el crecimiento del

sector frente al 2017 fue del 19,8%, es decir, paseó de 96 a 115 empresas registradas, lo cual significa que tuvo una variación anual promedio del 9,9%. El 100% de estas unidades productivas, por su tamaño económico, pertenecían el 100% a la categoría Mipyme y el 4,3% como Pyme²⁴. En cuanto a la edad empresarial de este subsector, el 20,0% de este tenía 10 años o más de registro; respecto a la distribución del campo de audiovisuales en el AMB, el 79,1% se ubicaban en Bucaramanga, el 16,5% en Floridablanca, el 2,6% en Girón y el 1,7% en Piedecuesta.

En segundo lugar, al subsector de editorial pertenecían el 30,8% de las empresas, el cual, habían presentado un crecimiento respecto al 2017 del 7,5%, es decir, aumentó de 67 a 72 empresas. El 98,6% de estas, según su tamaño económico, pertenecían a la categoría de Mipymes y el 6,9% a Pymes, es importante resaltar, que a este subsector pertenece la única gran empresa de industrias culturales²⁵. Respecto a la edad empresarial del mismo, el 22,2% de las unidades productivas tenían 10 o más años de registro; además, la distribución de empresas de editoriales en el AMB, el 70,8% se ubicaban en Bucaramanga, el 20,8% en Floridablanca y el 4,2% en Piedecuesta y Girón, respectivamente.

²⁴ Concentradas todas en pequeñas empresas (5)

²⁵ La cual específicamente pertenece al campo de edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas

Figura 20.*Distribución de empresas por segmentos de industrias culturales, 2017-2019**

Nota: Elaboración propia en base a datos obtenidos del Portal Compite360 (2019).

En tercer lugar, el subsector de fonografía concentraba el 11,1% de las industrias culturales, además, había presentado un crecimiento del 52,9% respecto al 2017, es decir, aumentó el número de empresas de 17 a 26, lo cual significa una variación anual promedio del 26,4%. De acuerdo con el tamaño económico, el 100% de estas hacían parte de la categoría de Mipymes y el 3,8% como Pymes²⁶. Así mismo, el 7,7% de las unidades productivas de este tenían una edad empresarial de 10 años o más; a su vez, la distribución en el AMB estaba dada por una concentración en Bucaramanga con el 69,2% del subsector, seguido por Floridablanca con el 19,2% y Piedecuesta con el 11,5%.

Y finalmente, el subsector de agencias de noticias y otros servicios de información al cual pertenecían el 9,0% de las empresas del sector, el cual, presentó un crecimiento del 50,0% en el número de estas respecto al 2017, es decir, aumentó de 14 a 21 unidades productivas, lo que

²⁶Siendo esta pequeña empresa

representa una variación anual promedio del 25,0%. El 100% de estas, según el tamaño económico, se encontraban dentro de la categoría de Mipymes y el 4,8% como Pymes²⁷. En cuanto a la edad empresarial del subsector, el 19,0% de este tenía 10 o más años de actividad; así mismo, la distribución de este en el AMB estaba dando por un 66,7% en Bucaramanga, 19,0% en Floridablanca, 9,5% en Girón y el 4,8% en Piedecuesta.

5. Conclusiones

La economía creativa ha ganado importancia en el debate político y académico desde su surgimiento conceptual a comienzos del siglo XXI, esto debido a su aporte en aspectos económicos y sociales a la sociedad, a partir del máximo aprovechamiento de recursos de carácter intangible como lo es la innovación, la creatividad y la cultura, recursos que se han convertido en la base de transformación y diversificación productiva en algunos países en el mundo, representando a su vez una oportunidad en estos aspectos para las economías en desarrollo.

El presente apartado tiene como objetivo dar una serie de conclusiones y reflexiones acerca del trabajo desarrollado, donde se busca conocer cuál ha sido el aporte de la investigación y cuál es el estado del tejido empresarial del sector en el AMB, a partir de la base de información construida.

Con el desarrollo del trabajo se logra identificar que en el ámbito nacional ha existido una constante evolución institucional a nivel organizacional y normativo, cuyo objeto ha sido fomentar y fortalecer el sector. En el primero se destaca la creación del Ministerio de Cultura en 1997 como institución líder a nivel nacional y el *Viceministerio de creatividad y economía naranja* en 2018,

²⁷ Siendo esta mediana empresa.

dependencia en quien recae la responsabilidad del fomento y desarrollo de las actividades culturales y creativas del país; así mismo la formulación de una política para el sector. Con esto se denota la existencia de una entidad líder que responda de manera directa y única a los desafíos que enfrenta el sector para su consolidación económica y obtención de beneficios sociales.

En cuanto al nivel normativo de las ICC, desde el Congreso de la República se han dictado disposiciones específicas para una serie de actividades culturales y creativas, las cuales involucran incentivos económicos, tributarios y reducción de trámites burocráticos con el objetivo de aumentar el establecimiento de empresas en estos campos, pero a su vez, incentivos para aumentar la demanda de bienes y servicios. Dentro de las leyes y decretos desarrollados en el país, direccionados a la EC, se resaltan la Ley 397 de 1997 y el Decreto 1935 de 2018 ya que marcan la institucionalidad organizativa de esta.

Al comparar los resultados de la presente investigación frente a otros trabajos similares a nivel nacional, se tiene que, el AMB presenta indicadores de mejores resultados en el sector. Para 2019 las 34 actividades de inclusión total representaban en el AMB el 3,0% de la estructura empresarial de la misma y su crecimiento frente al año anterior fue del 6,9%, mientras que para Colombia un informe de Confecámaras de 2019 para 32 actividades de inclusión total²⁸ de las ICC, presentó que el crecimiento de las empresas formales del sector fue del 4,9% entre 2014-2018; y las empresas del sector solo representaban el 2,8% del total del país. Aunque el periodo de las dos investigaciones no es el mismo, la consecución de este si es un primer acercamiento para conocer cuál es el estado actual a nivel local del sector en comparación con la dinámica del mismo en el país.

²⁸ En ese momento no había sido actualizada la clasificación de las ICC para Colombia y solo eran considerados 32 actividades como de inclusión total.

Pese a las limitantes de información de esta investigación, se presentarán cuáles fueron los resultados en las variables coincidentes con el estudio realizados por la Cámara de Comercio de Bucaramanga (CCB) para el sector. De acuerdo con el lugar domicilio de las empresas, el presente trabajo encontró que el 72,0% de las unidades económicas se ubicaban en el municipio de Bucaramanga²⁹ mientras que el estudio realizado por la CCB establecía que solo el 49,0% lo hacían en esta ciudad. Además, según la CCB, el segundo municipio con mayor concentración de empresas era Piedecuesta (23,0%), seguido por Floridablanca (17,0%) y Girón (11,0%) mientras los resultados obtenidos en este trabajo establecen a Floridablanca en segundo lugar (18,0%), seguido por Piedecuesta (6,0%) y Girón (5,0%).

Pese a ser dos investigaciones con bases de información de diferentes alcances y objetivos, las dos constituyen las bases para conocer el estado de los recursos del sector empresarial de las ICC en Santander.

De acuerdo con los resultados de crecimiento del número de empresas de ICC en el AMB se induce a plantear que pese a ser un sector “nuevo”, sus actividades económicas están siendo atractivas para la creación de empresas en este. Sumado a esto, por parte del gobierno central se ha trabajado para generación de incentivos tributarios y facilidad de acceso al crédito para quienes tengan emprendimientos culturales y creativos como los establecidos en el Decreto 1669 de 2019.

Uno de los antecedentes encontrados al inicio del presente estudio fue que el sector empresarial de la economía creativa estaba constituido principalmente por empresas Pymes y Mipymes, tendencia que se confirma para el AMB. En 2019, el 3,2% de las unidades económicas pertenecía a la categoría Pyme y un 99,5% a Mipyme.

²⁹ Por cada 10 empresas de las ICC en el AMB en 2019, 7 se ubicaban en este municipio

Finalmente, en el desarrollo de esta investigación se comprueba una de las fallas del sector de las ICC, y es la falta de información cuantitativa y la organización de esta; aunque se ha empezado a trabajar en el ámbito nacional desde la Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja, no se cuenta con información desagregada a nivel territorial que permita trabajar en indicadores económicos y sociales en un plano local.

Referencias bibliográficas

- De Jesús, D; Luzardo, A; Pérez, M. (2018). *Economía naranja: Innovaciones que no sabías que eran de América Latina y el Caribe*. Banco Interamericano de Desarrollo.
- Becerra, M. (7 de Agosto de 1997). Colcultura cierra el telón. Bogotá, Colombia: El Tiempo. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-649248>
- Benavente, J., & Grazi, M. (2017). *Políticas públicas para la creatividad y la innovación: Impulsando la economía naranja en América Latina y el Caribe*. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo (BID).
- Benjumea, M., Herazo, C., & Valencia, A. (2018). Perspectivas investigativas en el estudio de las industrias culturales y creativas. *Revista KEPES*, 27-67. doi:10.17151/kepes.2018.15.17.3
- Boix, R., Capone, F., De Propriis, L., Lazzeretti, L., & Sanchez, D. (2014). Comparing creative industries in Europe. *European Urban and Regional Studies*, 23(4), 935-940. doi:10.1177/0969776414541135
- Boix, R., Lazzeretti, & Luciana. (2011). Las industrias creativas en España: una panorámica. *Revista Investigaciones regionales* , 181-206.
- Bravo, M. (2010). *Políticas Culturales en Colombia*. En *M. d. Cultura, Compendio de Políticas*. Bogotá: Ministerio de Cultura. Obtenido de <http://www.mincultura.gov.co/areas/fomento-regional/Documents/Compendio-Pol%C3%ADticas-Culturales.pdf>
- British Council; Instituto Distrital de Cultura y Turismo; Centro de Estudios para el Desarrollo Económico de la Universidad de los Andes; Cámara de Comercio de Bogotá. (2002).

Mapaeo de industrias culturales de Bogotá y Soacha. Bogotá: Autores. Obtenido de <http://www.britishcouncil.org.co/mapeo.pdf>

Buitrago, F., & Duque, I. (2013). *La economía naranja: una oportunidad infinita.* Washintong: Banco Interamericano de Desarrollo.

Bustamante, E. (2018). Las industrias creativas y culturales. *Revista para el análisis de la cultura y el territorio*(18), 88-118. Obtenido de <https://revistas.uca.es/index.php/periferica/article/view/4178>

Cámara de Comercio de Bucaramanga (CCB). (2018). *Mapeo del sector creativo y cultural: Área Metropolitana de Bucaramanga.* Bucaramanga: Cámara de Comercio de Bucaramnaga (CCB)-Universidad Autónoma de Bucaramanga.

Casini, F., Sánchez, F., & Rodríguez, J. (2012). Los nuevos modelos de negocio en la economía creativa: emociones y redes sociales. *Universia Business Review*, 48-69. Obtenido de <https://journals.ucjc.edu/ubr/article/view/830/956>

Castro, A. (2016). De las industrias culturales a las industrias cretivas: una visión crítica. *Researchgate*, 1-18.

Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD. (2008). *Creative economy. Report 2008.* United Nations . Genova-New York: UNDP-UNCTAD. Obtenido de https://unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf

Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD. (2010). *Economía creativa: Una opción factible de desarrollo, informe 2010.* Ginebra: UNCTAD, PNUD.

Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD). (2006). *Creative Economy and Industries*. Genova: UNCTAD.

Congreso de Colombia . (16 de Junio de 2011). Ley por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo, 2010-2014. *Ley 1450 de 2011*.

Congreso de Colombia. (10 de Julio de 2000). *Ley 590 de 2000*. Bogotá, Colombia.

Congreso de Colombia. (23 de Mayo de 2017). Ley naranja . *Ley 1834 de 2017*. Bogotá.

Congreso de Colombia. (18 de Octubre de 2018). Creación y reglamentación el funcionamiento del Consejo Nacional de la Economía Naranja . *Decreto 1835 de 2018*. Bogotá, Colombia.

Congreso de Colombia. (15 de Noviembre de 2018). Modificación de la estructura del Ministerio de Cultura. *Decreto 2120 de 2018*. Bogotá.

Consejo Nacional de Cultura y Artes (Gobierno de Chile). (2012). *Los estados de la cultura. Estudio sobre la institucionalidad cultural pública en los países del SICSUR*. Guarenas: Fundación Imprenta de la Cultura. Obtenido de <https://cerlalc.org/publicaciones/los-estados-de-la-cultura-estudio-sobre-la-institucionalidad-cultural-publica-en-los-paises-del-sicsur/>

Consejo Nacional de Política Económica y Social (CONPES). (2002). *Documento CONPES 3162 de 2002: Lineamientos para la sostenibilidad para el Plan Nacional de Cultura 2001-2010 "Hacia una cultura democrática ccultural"*. Bogotá: DNP.

Consejo Nacional de Política Económica y Social (CONPES). (2006). *Docuemento CONPES 3409 de 2006: Lineamientos para el fortalecimiento del Plan Nacional de Música para la convivencia*. Bogotá: DNP. Obtenido de

<https://www.mincultura.gov.co/SiteAssets/documentos/migracion/DocNewsNo105DocumentNo392.PDF>

Consejo Nacional de Política Económica y Social (CONPES). (2007). *Documento CONPES 3462 de 2007: Lineamientos para el fortalecimiento de la cinematografía en Colombia*. Bogotá:

DNP. Obtenido de

<https://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/Legislacion/Documents/Conpes%203462%20de%202007.pdf>

Consejo Nacional de Política Económica y Social (CONPES). (2007). *Documento CONPES 3484 de 2007: Política Nacional para la transformación productiva y la promoción de las micro,*

pequeñas y medianas empresas: un esfuerzo público privado. Bogotá: DNP. Obtenido de

<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%203484.pdf>

Consejo Nacional de Política Económica y Social (CONPES). (2010). *Documento Conpes 3658 de 2010: Lineamientos de política para la recuperación de los Centros Históricos de Colombia*.

Bogotá: DNP. Obtenido de

<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%203658.pdf>

Consejo Nacional de Política Económica y Social (CONPES). (2010). *Documento Conpes 3659 de 2010: Política nacional para la promoción de la industrias culturales en Colombia*. Bogotá:

DNP. Obtenido de <http://acpi.org.co/wp-content/uploads/2013/09/CONPES-INDUSTRIAS-CULTURALES.pdf>

Consejo Nacional de Política Económica y Social (CONPES). (2014). *Documento CONPES 3803 de 2014: Política Nacional para la preservación del Paisaje Cultural Cafetero de Colombia*.

Bogotá: DNP. Obtenido de
<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/3803.pdf>

Cruz, A. (22 de Junio de 1997). Los frentes de Colcultura. Bogotá, Colombia. Obtenido de
<https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-594668>

Cultura, M. d. (2019). *Nota metodológica sobre la definición y medición de actividades incluidas en la Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja de Colombia*. Bogotá: MinCultura. Obtenido de
<https://www.mincultura.gov.co/Economia%20Naranja/assets/files/Nota%20Metodolo%CC%81gica%2017122019.pdf>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2019). *Economía Naranja: Primer Reporte 2019*. Bogotá: DANE-Consejo Nacional de Economía Naranja. Obtenido de
https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/sateli_cultura/economia-naranja/1er-reporte-economia-naranja-2014-2018.pdf

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE); Cuenta Satélite de Cultura. (2018). *Resultados 2016 definitivo - 2017 provicional*. Bogotá: DANE; Cuenta Satélite de Cultura.

Department for Culture, M. a. (2001). *Annual Report 2001*. Londres: DMCS.

Ernest & Young. (2015). *Cultural Times - The first global map of cultural and creative industries*. Ernst & Young Global. Obtenido de [https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-cultural-times-2015/\\$FILE/ey-cultural-times-2015.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-cultural-times-2015/$FILE/ey-cultural-times-2015.pdf)

FEDESARROLLO. (2019). *Importancia de las industrias creativas en Colombia*. Bogotá: Informe mensual del mercado laboral.

- Finlev, T., Manguire, R., Oppenheim, B., & Skvirsky, S. (2017). *El futuro de la economía naranja: Formulas creativas para mejorar vidas en América Latina y el Caribe*. Washington : Institute for the Future - Banco Interamericano de Desarrollo. Obtenido de <https://cloud.mail.iadb.org/futuro-economia-naranja>
- Flores, M., Gasca, F., & Villarreal, A. (2016). Patrones de aglomeración espacial de la industria creativa en el Área Metropolitana de Monterrey. *Revista estudios demográficos y urbanos*, 31(2), 331-383.
- Florida, R. (2003). The city and the creative class. *City and community* , 3-19.
- Ghazi, E., & Goede, M. (2018). Creative industries: a case study of Isfahan, Iran. *International Journal of Social Economics*, 46(3), 271-287. doi:10.1108/IJSE-09-2017-0409
- Gregory, J. (2016). Creative industries and urban regeneration – the Maboneng precinct. *Local Economy*, 31(1), 158-171. doi:10.1177/0269094215618597
- Hartley, J. (2005). *Creatives industries*. Blackwell Publishing.
- Hernández, J. (2013). *Perfil de la Economía Creativa en Puerto Rico*. San Juan: Inversión cultural. Obtenido de <http://fae.uprrp.edu/quest/wp-content/uploads/sites/15/2018/09/091001.pdf>
- Horkheimer, M., & Adorno, T. (2009). La industria cultural. Ilustración como engaño de masas. En M. Horkheimer, & T. Adorno, *Dialéctica de la ilustración. Fragmentos filosóficos* (págs. 165-212). Madrid: Trotta.
- Howkins, J. (2001). *Creative economy: How people make money from ideas*. London: Penguin.

Lee, N. (2014). The creative industries and urban economic growth in UK. *Environment and Planning A*, 46(2), 455-470. doi:10.1068/a4472

Ministerio de Cultura. (24 de Septiembre de 2019). *Ministerio de Cultura*. Obtenido de La cultura es de todos: <https://www.mincultura.gov.co/areas/patrimonio/quienes-somos/Paginas/default.aspx>

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*. Bogotá: Mincultura. Obtenido de <https://www.mincultura.gov.co/Economa%20Naranja/assets/files/Nota%20Metodolo%CC%81gica%2017122019.pdf>

Murciano, M., & Gónzales, C. (2018). Las industrias culturales y creativas en España: una aproximación cuantitativa. En S. Arroyo, J. Parra, J. Sánchez, & A. Verdú (Edits.), *Las industrias culturales y creativas en Iberoamérica: evolución y perspectivas* (págs. 205-218). España: Autores.

North, D. (1991). Institutions. *Journal of Economic Perspectives*, 5(1), 97-112. Obtenido de <http://web.pdx.edu/~nwallace/EHP/NorthInstitutions.pdf>

OEI. (2016). Institucionalidad de las industrias culturales y creativas en los países Iberoamericanos. En O. d. Iberoamericanos, *Estudio comparativo de cultura y desarrollo en Iberoamerica* (págs. 59-116). Madrid: Fundación Santillana. Obtenido de https://oibc.oei.es/otros_documentos/Estudio_CD_OEI.pdf

- Organização Ana Carla Fonseca Reis. (2008). *Economia criativa : como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento*. São Paulo: Itaú Cultural. Obtenido de <http://d3nv1jy4u7zmsc.cloudfront.net/wp-content/uploads/2015/09/Livro-Ana-Carla-Fonseca.pdf>
- Podestá, P., & Hernández, M. (2012). Empresas de base cultural y creativa: Identificación y clasificación de sus factores críticos de desempeño. *TEC empresarial*, 6(2), 17-27.
- Potts, J., & Morrison, K. (2009). *Nudging Innovation Fifth Generation Innovation, Behavioural Constraints, and the Role of Creative Business: Considerations for the NESTA Innovation Vouchers Pilot*. Reino Unido: Londres: NESTA.
- Presidencia de la República. (18 de Octubre de 2018). *Decreto 1935 de 2018*. Obtenido de <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%201935%20DEL%2018%20DE%20OCTUBRE%20DE%202018.pdf>
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD); Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (2014). *Informe sobre la economía creativa. Edición especial 2013*. New York-París: Naciones Unidas; PNUD; UNESCO. Obtenido de <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013-es.pdf>
- Ryan, D. (2013). Regional creative industries in Australia: Exploring Townsville as a case study. *Creative Industries Journal*, 6(2), 113-128. doi:10.1386/cij.6.2.113_1
- Severino, M. (2018). Creative industries in Chile, the case of animation. *Brazilian Journal of Operations & Production Management*, 461- 470. doi:10.14488/BJOPM.2018.v15.n3.a14

Varela, R., & Soler, J. (2012). Creative industries in Colombia: characterization and development. *57th ICSB World Conference*, 1-26. Obtenido de

https://www.icesi.edu.co/cic/images/stories/creative_industries_in_colombia.pdf

World Intellectual Property Organization (WIPO). (2003). *Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright-Based Industries*. Genova: WIPO. Obtenido de

<https://sic.cultura.gob.mx/documentos/825.pdf>

Apéndices

Ápndice A.

Programas e instrumentos para emprendedores y organizaciones informales y comunitarios

PROGRAMA/INSTRUMENTO/ACCIÓN			ENTIDAD
Recursos de operación	Financiamiento	Programa Nacional de Estímulos	Mincultura
		Mi Negocio e IRACA	DNP
	Talento	SENA Emprende Rural	SENA
		Escuelas Taller	Mincultura
		Programa Nacional de Estímulos	
		Caja de Herramientas	
	Tecnología e infraestructura	Cursos Virtuales en Derecho de Autor y Derechos Conexos	DNDA
		Centros Sacúdete	Presidencia
		Laboratorios de innovación y diseño	Artesanías de Colombia
		Tecnoparques	SENA
Programa Nacional de Estímulos		Mincultura	
Mujeres tejedoras de vida		Mincultura	
Asistencia para negocio	Programas descubrimiento emprendedor	SENA Emprende Rural	SENA
		Emprendetón 4.0	MINTIC-INNPulsa
		Escuela futuro	INNPulsa
	Comercialización	Programa Nacional de Estímulos	Mincultura
		Red naranja	DNDA
		Asesorías para el diseño de la estrategia de internacionalización y actividades de formación exportadora	ProColombia
Regulación y competencia	Regulación y competencia	Descuento del 25% por donaciones a ESAL de régimen tributario especial	DIAN
		Ciencia, Tecnología e Innovación: Descuento 25% por inversión	DIAN
		Espectáculos públicos de las artes escénicas —Ley 1493 de 2011	Mincultura
Mentalidad y cultura	Motivación	Crea Digital	Mincultura
		Centros Sacúdete	MinTic
		Escuelas Taller	Mincultura
		Programa Nacional de Estímulos	

Nota: Adaptado de ABC Economía Naranja-Ministerio de Cultura (2019).

Ápndice B.*Programas e instrumentos para emprendedores y organizaciones sin ánimo de lucro*

PROGRAMA/INSTRUMENTO/ACCIÓN			ENTIDAD	
Recursos de operación	Financiamiento	Programa Nacional de Concertación	Mincultura	
		Programa Nacional de Estímulos		
		Líneas: Programas Especiales, Competitividad y Promoción y Mercadeo	FONTUR	
		Aldea Naranja	INNpulsar	
		Línea "Exprimiendo la Naranja"	Bancoldex	
		Fondo de Fondos Naranja		
		Otras líneas del portafolio		
		FONTUR Programas especiales, competitividad, promoción y mercadeo	MincIT - Viceministerio de Turismo	
		Talento	SENA Emprende Rural	SENA
			Centro de formación SENA	
Escuelas Taller	Mincultura			
Programa Nacional de Estímulos				
Programa Nacional de Concertación				
Cursos virtuales en Derecho de Autor y Derechos Conexos	Presidencia - DNDA			
Asistencia para negocio	Tecnología e infraestructura	Laboratorios de innovación y diseño	Artesanías de Colombia	
		Tecnoparques	SENA	
		Programa Nacional de Concertación	Mincultura	
		Descubrimiento de negocios TIC – App.co	MinTic	
	Programas descubrimiento emprendedor	Mujeres tejedoras de vida	Mincultura	
		SENA Emprende Rural	SENA	
		Servicios a Plan de Negocio	MinTic	
	Comercialización	Crea Digital	DNDA	
		Cursos virtuales en Derecho de Autor y Derechos Conexos		
		Red Naranja	DNDA	
Regulación y competencia	Regulación y competencia	Asesorías para el diseño de la estrategia de internacionalización y actividades de formación Exportadora	ProColombia	
		Descuento del 25% por donaciones a ESAL de régimen tributario especial	DIAN	
		Ciencia, Tecnología e Innovación: Descuento 25% por inversión Cine —Leyes 814 de 2003 y 1556 de 2012	Mincultura	

Mentalidad y cultura	Motivación	Espectáculos públicos de las artes escénicas —Ley 1493 de 2011	
		Crea Digital	MinTic
		Bootcamps - Apps.co	
		Escuelas Taller	Mincultura
		Programa Nacional de Estímulos	

Nota: Adaptado de ABC Economía Naranja-Ministerio de Cultura (2019).

Ápndice C.

Programas e instrumentos para emprendedores y organizaciones emergentes

PROGRAMA/INSTRUMENTO/ACCIÓN		ENTIDAD	
Recursos para la operación	Financiamiento	Línea "Exprimiendo la Naranja"	Bancoldex
		Fondo de Fondos Naranja	
		Otras líneas del portafolio	
		Voucher Naranja de Contenidos Digitales	MinTIC - iNNpulsa
		Aldea Naranja	INNpulsa
		FONTUR Programas especiales, competitividad, promoción y mercadeo	MinCIT - Viceministerio de Turismo
	Talento	Fondo Emprender	SENA
		Oferta para formación técnica en Industrias Creativas y Culturales	SENA
		Fondo Emprender	
		Escuelas Taller	Mincultura
		Programa Nacional de Estímulos	
		Centros Sacúdete	Presidencia
		Tecnología e infraestructura	Laboratorios de innovación y diseño
Tecnoparques	SENA		
Líneas de crédito específicas para tecnología e infraestructura	Bancoldex		
Asistencia para negocio	Programas descubrimiento emprendedor	Fondo Emprender	SENA
		Descubrimiento de negocios TIC – App.co	MinTic
	Servicios a Plan de Negocio	Fondo Emprender	SENA
		Aldea Naranja	iNNpulsa Colombia

		Fábricas de Productividad Naranja	Colombia Productiva Bancoldex – CCB
		Crecimiento y consolidación de negocios, Apps.c	MinTic
		Crea Digital	
		Curso virtual Estructuración de modelos de negocios para empresas de la Economía Naranja	Bancoldex
		Cursos virtuales en Derecho de Autor y Derechos Conexos	DNDA
	Comercialización	Red Naranja	DNDA
		Encadenamientos Productivos	
		Exportaciones: Apoyo en el diseño de la estrategia de internacionalización, actividades de formación Exportadora, adecuación de la oferta, participación en actividades de promoción. Inversión: Banco de Proyectos	ProColombia
Regulación y competencia	Regulación y competencia	Ciencia, Tecnología e Innovación: Descuento 25% por inversión	DIAN
		Cine —Leyes 814 de 2003 y 1556 de 2012	
		Ley 1943 de 2018	
		Espectáculos públicos de las artes escénicas — Ley 1493 de 2011	Mincultura
Mentalidad y cultura	Motivación	Crea Digital	MinTic
		Bootcamps - Apps.co	
		Programa Nacional de Estímulos	Mincultura
		Programa de Tutores y Mentores	INNpulsa

Nota: Adaptado de ABC Economía Naranja-Ministerio de Cultura (2019).

Ápndice D.*Programas e instrumentos para emprendedores y organizaciones en vías de consolidación*

PROGRAMA/INSTRUMENTO/ACCIÓN			ENTIDAD
Recursos para la operación	Financiamiento	Línea "Exprimiendo la Naranja"	Bancoldex
		Fondo de fondos naranja	
		Otras líneas del portafolio	
		Capital Naranja	iNNpuls Colombia
Asistencia para negocio	Tecnología e infraestructura Programas descubrimiento emprendedor Servicios a plan de negocios	FONTUR Programas especiales, competitividad, promoción y mercadeo	MinCIT - Viceministerio de Turismo
		garantías mobiliarias	FNG
		Oferta para formación técnica en Industrias Creativas y Culturales	SENA
		Líneas de crédito específicas para tecnología e infraestructura	Bancoldex
		Piloto Descubrimiento de Negocios para Industrias Creativas Digitales - Apps.co	MinTic
		Aldea Naranja	iNNpuls
		Fábricas de Productividad Naranja	Colombia Productiva - Bancoldex
		Crecimiento y consolidación de negocios – Apps.co	MicTic
		Crea Digital	
		New Media	
Mega Up Contenidos Digitales	MinTic - iNNpuls		
Piloto Fortalecimiento Clústeres Industria Creativa Digital			
Comercialización	Red Naranja	DNDA	
	Mega i	iNNpuls	
	Encadenamientos Productivos	Colombia Productiva	
	Exportaciones: Apoyo en el diseño de la estrategia de internacionalización, actividades de formación Exportadora, adecuación de la oferta, participación en actividades de promoción, agendas comerciales. Inversión: Banco de Proyectos y atracción a inversión extranjera directa	ProColombia	

Regulación y competencia	Regulación y competencia	Rentas exentas para empresas de la economía naranja —E.T., art. 235-2	DIAN
		Impuesto Unificado bajo Régimen Simple de Tributación (SIMPLE) - E.T., art. 903 y ss	
Mentalidad y cultura	Motivación	Ciencia, Tecnología e Innovación: Descuento 25% por inversión	
		Cine —Leyes 814 de 2003 y 1556 de 2012	Mincultura
		Espectáculos públicos de las artes escénicas —Ley 1493 de 2011 Libro — Ley 98 de 1993	
		Crea Digital	MinTic
		New Media	
		Programa de tutores y mentores	iNNpulsa

Nota: Adaptado de ABC Economía Naranja-Ministerio de Cultura (2019).

Ápndice E.

Programas e instrumentos para empresas consolidadas

PROGRAMA/INSTRUMENTO/ACCIÓN		ENTIDAD	
Recursos para la operación	Financiamiento	Línea "Exprimiendo la Naranja"	Bancoldex
		Fondo de fondos naranja	
		Otras líneas del portafolio	
	Talento	FONTUR Programas especiales, competitividad, promoción y mercadeo	MinCIT - Viceministerio de Turismo
		New Media	MinTIC
		garantías mobiliarias	FNG
Tecnología e infraestructura	Oferta para formación técnica en Industrias Creativas y Culturales	SENA	
	Líneas de crédito específicas para tecnología e infraestructura	Bancoldex	
	FONTUR	MinCIT - Viceministerio de Turismo	
	Tecnoparques	SENA	
Asistencia para negocio	Programas descubrimiento emprendedor	Mega i	iNNpulsa
		Piloto Descubrimiento de Negocios para Industrias Creativas Digitales - Apps.co	MinTic

	Servicios a plan de negocios	Fábricas de Productividad Naranja	Colombia Productiva - Bancoldex
		Curso virtual Estructuración de modelos de negocios para empresas de la Economía Naranja	Bancoldex
		Mega Up Contenidos Digitales Piloto Fortalecimiento Clústeres Industria Creativa Digital	MinTIC - iNNpulsa
		New Media	MinTic
		Cursos virtuales en Derecho de Autor y Derechos Conexos	DNDA
	Comercialización	Red Naranja	DNDA
		Mega i	iNNpulsa
		Encadenamientos Productivos	Colombia Productiva
		Exportaciones: Apoyo en el diseño de la estrategia de internacionalización, Información a la medida sobre mercados y tendencias internacionales, actividades de formación Exportadora, adecuación de la oferta, participación en actividades de promoción, agendas comerciales. Inversión: Banco de Proyectos y atracción a inversión extranjera directa.	ProColombia
Regulación y competencia	Regulación y competencia	Rentas exentas para empresas de la economía naranja —E.T., art. 235-2 Impuesto Unificado bajo Régimen Simple de Tributación (SIMPLE) - E.T., art. 903 y ss Ciencia, Tecnología e Innovación: Descuento 25% por inversión	DIAN
		Cine —Leyes 814 de 2003 y 1556 de 2012 Espectáculos públicos de las artes escénicas —Ley 1493 de 2011 Libro — Ley 98 de 1993	Mincultura
		Beneficio de obras por impuestos en ZOMAC para infraestructura cultural e inversión en TIC (50% del impuesto de renta a cargo)	ART - DNP - Minhacienda Mincultura
Mentalidad y cultura	Motivación	New Media	MinTic

Nota: Adaptado de ABC Economía Naranja-Ministerio de Cultura (2019).

