

POLÍTICA PÚBLICA DISTRITAL DE ECONOMÍA CULTURAL Y CREATIVA

**DOCUMENTO DE DIAGNÓSTICO E IDENTIFICACIÓN DE FACTORES
ESTRATÉGICOS**

SECRETARÍA DISTRITAL DE CULTURA, RECREACIÓN Y DEPORTE

DIRECCIÓN DE ASUNTOS LOCALES Y PARTICIPACIÓN

EQUIPO DE ECONOMÍA CULTURAL Y CREATIVA

2018

CONTENIDO

1.	DEFINICIÓN DE LA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA	3
2.	MARCO CONCEPTUAL.....	15
3.	ABORDAJE DE ENFOQUES DE DERECHOS HUMANOS, GÉNERO, DIFERENCIAL, TERRITORIAL Y AMBIENTAL.	21
4.	ANÁLISIS DE MARCO JURÍDICO	91
5.	ANÁLISIS DE INSTRUMENTOS DE PLANEACIÓN VIGENTES.....	104
6.	ANÁLISIS DE ACTORES.....	125
7.	INFORMACIÓN CUANTITATIVA	139
8.	ESTRATEGIA Y PROCESO DE PARTICIPACIÓN.....	184
9.	RESULTADOS DE APLICACIÓN DE METODOLOGÍA CUALITATIVA.....	201
10.	IDENTIFICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DE PUNTOS CRÍTICOS	225
11.	TENDENCIAS Y/O BUENAS PRÁCTICAS	229
12.	IDENTIFICACIÓN DE FACTORES ESTRATÉGICOS.....	244
13.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	254

1. DEFINICIÓN DE LA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

Desde el año 2004, la Alcaldía de Bogotá ha adoptado políticas culturales concertadas con el sector y sus organizaciones a través del Sistema Distrital de Arte, Cultura y Patrimonio. Si bien esto ha determinado la acción de las entidades públicas en el fomento de las artes como campo social, faltan acciones desde la mirada económica y de sostenibilidad, pues hasta el momento, no se han diseñado mecanismos enfocados en esta dimensión de las actividades culturales y creativas, a excepción de lo concerniente al fortalecimiento de la asociatividad y de los procesos organizativos culturales sostenibles, expresado en el Plan Decenal de Cultura de Bogotá (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2012). Como un avance, en el año 2013, los gremios empresariales de la ciudad y de la región en conjunto con las instancias públicas de Planeación y de Desarrollo Económico formularon la Estrategia de Especialización Inteligente “Bogotá Región”, definida como “una agenda integrada de desarrollo productivo construida colectivamente para la transformación de Bogotá y Cundinamarca” (Cámara de Comercio de Bogotá, 2013). En esta, se priorizaron cinco áreas productivas, dentro de las cuales se incluyeron las Industrias Creativas, bajo el nombre de “Bogotá Región Creativa”.

Aun así, la actividad empresarial en el sector cultural y creativo se sigue enfrentando a grandes desafíos y cuellos de botella en distintas dimensiones. Según el Mapeo de Industrias Culturales y Creativas, del British Council (2002), el sector adolece de adecuada organización, hay déficit de productividad por la baja utilización de herramientas tecnológicas y hacen falta, desde luego, políticas de Estado concretas y realizables para su promoción y desarrollo (British Council, 2002). Otras razones que detienen el crecimiento económico potencial del sector, en palabras del CONPES 3659, Política Nacional para la Promoción de las Industrias Creativas, son: la falta de canales de circulación y de distribución, el bajo acceso a financiamiento, la insuficiente oferta educativa especializada y el uso incipiente de las tecnologías en el desarrollo de modelos de negocio (Mincultura, MinCIT & DNP, 2010).

Por su parte, en la publicación Cultura a la medida. Análisis de la Cuenta Satélite de Cultura de Colombia (Mincultura, 2012), se concluye que entre los problemas persistentes están la baja asociatividad entre agentes del ecosistema, que impide su identificación, caracterización y mapeo; las inconsistencias en la clasificación de actividades y productos en el Sistema de Cuentas Nacionales, lo que deja por fuera cierto número de agentes que deberían estar contemplados en las estadísticas del sector; la existencia de un número importante de agentes informales que aportan a la producción cultural, cuya valoración económica es difícil; la balanza comercial negativa en los productos culturales partícipes en el comercio exterior; el incipiente acceso a banda ancha para emprendedores y emprendedoras y; los pocos estímulos al consumo de bienes y servicios culturales (Ministerio de Cultura, 2012). El mismo documento, en respuesta a tales problemáticas, resalta la importancia de implementar “estrategias de

política pública con articulación público-privado, que permitan generar mayor expansión del consumo, valorar la diversidad en el contenido, fortalecer la producción, promoción, circulación y formación de públicos y, trabajar en materia de derechos de autor”.

En una mirada más profunda, la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, en el documento Lineamientos del Proceso de Organización del Arte, la Cultura y el Patrimonio (2014), realiza un análisis de problemáticas asociadas tanto a las condiciones de entorno, como internas de las organizaciones culturales. En el orden externo, se identificó la débil articulación entre dichas organizaciones y los procesos desarrollados en las entidades públicas de orden distrital y nacional; la dificultad para acceder a fuentes de financiación; la carencia de espacios de circulación local, nacional e internacional; los conflictos para generar trabajo colaborativo, redes, procesos asociativos y gremiales; y, por último, la falta de fuentes de información sobre el estado de las organizaciones. En cuanto a las problemáticas internas, se encontró la falta de herramientas para la gestión y los escasos incentivos al fomento del emprendimiento cultural, como actividad económica sostenible (Secretaría Distrital de Cultura, 2014)

A todo esto, el documento Impacto Económico de las Industrias Culturales en Colombia, del Convenio Andrés Bello y el Mincultura, propone tomar como objeto de política pública el “desarrollo económico de las industrias culturales” para lo cual “se ha de actuar tanto en lo cultural como en lo económico, cuidando que lo uno no desplace a lo otro, para que ambas facetas convivan y se alimenten mutuamente”, mediante acciones como:

El establecimiento de alianzas para generar fusiones, tanto verticales como horizontales entre los distintos agentes de la cadena productiva; la generación de políticas de financiación, capacitación y actualización tecnológica dirigidas al fortalecimiento de las industrias culturales; la promoción del uso de los estímulos e incentivos estatales existentes, por parte de nuevos distribuidores y de cadenas de distribución nacional de productos culturales; entre otras. (Convenio Andrés Bello & Ministerio de Cultura, 2003)

Entretanto, el Plan de Desarrollo Distrital 2016-2020 “Bogotá Mejor para Todos, en el apartado “Mejores Oportunidades para el Desarrollo a través de la Cultura, la Recreación y el Deporte” identifica la importancia de fortalecer el emprendimiento y la circulación de bienes y servicios culturales, pues:

Pese a que las industrias culturales y creativas aportan cerca del 1,8% al PIB nacional, de acuerdo con la Cuenta Satélite de Cultura (DANE – Ministerio de Cultura, 2015), esta dimensión económica de la misma no se ha desarrollado en la gestión pública como eje para el fortalecimiento del sector en la generación de empleo, en modelos económicos sostenibles, en emprendimiento y en procesos de creación e innovación. (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2016)

De acuerdo con lo expuesto anteriormente, *la formulación e implementación de la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa, busca responder a la siguiente problemática central: incipiente desarrollo económico y bajos niveles de sostenibilidad de la industria cultural y creativa en la ciudad de Bogotá*. Esta problemática a su vez, tiene asociados los siguientes factores causales: A) factores endógenos, es decir, aquellos generados al interior de las organizaciones y que condicionan su desarrollo económico, como lo es la falta de competencias y capacidades de las gestoras y los gestores culturales y creativos; y B) factores exógenos o del entorno, tales como: (I) ausencia de condiciones óptimas para el desarrollo de actividades culturales y creativas en el territorio; (II) insuficientes e inadecuadas fuentes de financiación para su desarrollo y crecimiento; (III) falta de incentivos para la articulación intersectorial y la cooperación interdisciplinaria, así como la circulación de bienes y servicios culturales y creativos; y (IV) ausencia de información continua para analizar y comprender el contexto en el que se desarrollan cada uno de los sectores asociados a la economía cultural y creativa, así como su contribución al desarrollo cultural, social y económico de la ciudad. Así mismo, estos factores causales tienen unos efectos expresados a continuación: (I) inexistencia de un entorno propicio para el desarrollo de actividades culturales y creativas; (II) organizaciones culturales y creativas insostenibles y alta concentración de los recursos en un número pequeño de organizaciones; (III) brecha entre la demanda de sectores asociados a la economía cultural y creativa y la oferta de talento humano; (IV) estrategias de clúster no fortalecidas y baja circulación de bienes y servicios culturales y creativos; y (V) desconocimiento sobre los resultados e impactos de la economía cultural y creativa. En respuesta a este escenario, se establece la política como meta estratégica para darle solución a la problemática planteada y a sus factores causales.

Pertinencia de la Política Pública

Para las industrias culturales y creativas es determinante que se lleve a cabo una Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa, puesto que el sector requiere que se tomen acciones concretas para promover, fomentar, desarrollar y proteger el ámbito económico de la cultura. Estas acciones requieren mantenerse más allá de programas de gobierno de corto plazo, de tal manera que logre impactos significativos en el desarrollo del sector, de ahí la relevancia de la existencia de este instrumento de planeación. De no construirse tal marco de incentivos en este momento potencial, el sector y sus agentes no contarían con las herramientas y ventajas para aprovechar el contexto político y normativo, ni las posibles oportunidades, que se vislumbran en asocio con el sector privado. Del mismo modo, se limitaría el marco de decisiones de inversión desde el sector privado y de programas eficientes desde el sector público, toda vez que, en este último caso, las entidades adscritas a la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte -cabeza de sector en la formulación de políticas- seguirían sin contar con la línea orientadora y de largo plazo que este enfoque requiere.

Es importante reconocer, que el desarrollo e implementación de políticas culturales en diferentes ciudades del mundo, ha permitido la generación de valor cultural, social y también económico; ante esto se hace prioritario para los gobiernos generar cohesión social mediante el fortalecimiento de la relación cultura-economía, promover el emprendimiento cultural e incrementar la productividad de las industrias culturales y creativas. Al existir estas dos dimensiones, la cultural y la económica, lo público debe buscar un balance en el que se proteja y promueva la cultura como elemento inherente a una sociedad, a la vez que se fomente el desarrollo económico por medio de incentivos, creando condiciones propicias que promuevan la creatividad, la productividad, la diversidad y el mejoramiento de la calidad de vida de los agentes del sector.

En Colombia la importancia de la economía cultural y creativa se ha evidenciado desde el año 2004 con la Agenda 21 de la Cultura. De acuerdo con el principio 12 de la agenda: *"La adecuada valoración económica de la creación y difusión de los bienes culturales de carácter aficionado o profesional, artesanal o industrial, individual y colectivo- se convierte, en el mundo contemporáneo, en un factor decisivo de emancipación, de garantía de la diversidad y, por tanto, en una conquista del derecho democrático de los pueblos a afirmar sus identidades en las relaciones entre las culturas(...)Es necesario destacar la importancia de la cultura como factor de generación de riqueza y desarrollo económico"* (Agenda 21 de la Cultura, 2004)

Así mismo, vale la pena señalar que las concejales y los concejales de diferentes bancadas de la máxima autoridad política de la Capital, conscientes de las necesidades de los agentes relacionados con la industria cultural y creativa, promovieron la iniciativa del Proyecto de Acuerdo *"por el cual se establecen lineamientos para el fomento, promoción, incentivo y desarrollo de la economía naranja en el Distrito Capital, y se adoptan otras disposiciones"*. El Acuerdo 709 de 2018, contó con el concepto técnico del equipo de Industrias Culturales y Creativas de la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, y será desarrollado a través de este documento de política.

Asimismo, a través de los direccionamientos dados por el Plan de Desarrollo, esta política se articula con los sectores convergentes en materia de emprendimiento, innovación e industrias creativas, tales como, la Secretaría de Desarrollo Económico y la Secretaría de Planeación Distrital. En el ámbito nacional, la integración se llevará a cabo mediante la Ley 1834 de 2017 (Ley Naranja) y el Proyecto de Acuerdo en mención, que busca "desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas en el Distrito Capital" (Concejo de Bogotá, 2017).

En esta línea, la política propuesta abonará el terreno para visibilizar el impacto y retos de las industrias culturales y creativas de la ciudad, en el marco de lo que el Banco Interamericano de Desarrollo ha denominado la "Economía

Naranja” o Economía Creativa. Así mismo, permitirá construir una ruta para orientar las acciones que permitan caracterizar, hacer seguimiento, investigar y generar información precisa sobre las prácticas, agentes, áreas artísticas y aportes a la economía y al desarrollo de este sector.

1. Sectores co-responsables

Para la formulación e implementación de la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa se identifican las siguientes entidades regionales, que hacen parte de los sectores transversales a la misma, y que convergen en sus enfoques misionales y objetivos. Esta corresponsabilidad determinará en gran medida la viabilidad, sostenibilidad y eficiencia de los programas de la política, ya que de su participación y recursos depende, en gran medida, el éxito de la implementación y continuidad de la política.

- i. Entidades públicas de orden nacional:** Grupo de Emprendimiento Cultural del Ministerio de Cultura; Viceministerio de Desarrollo Empresarial y Agencia iNNpulsa Colombia del Ministerio de Comercio y Turismo; Dirección de Contenidos Digitales del Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones; Área de Desarrollo Empresarial del Departamento Nacional de Planeación (DNP); Grupo de Seguimiento Estratégico del Departamento de Prosperidad Social (DPS); Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA); Banca de las Oportunidades; Asociación de Organizaciones Solidarias y; Dirección Nacional de Derechos de Autor (DNDA) del Ministerio del Interior.
- ii. Entidades públicas de orden distrital:** Entidades adscritas y vinculadas a la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte; Dirección de Desarrollo Empresarial y Empleo y Dirección de Competitividad Bogotá Región, de la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico; Dirección Territorial y Poblacional, de la Secretaría de Integración Social; Instituto Distrital de Turismo; Dirección de Impuestos de Bogotá, de la Secretaría de Hacienda Distrital; Secretaría Distrital de Educación; Dirección de Políticas Sectoriales, Dirección de Economía Urbana y Grupo POT, de la Secretaría Distrital de Planeación y; Alta Consejería Distrital de las TIC.
- iii. Entidades privadas:** Cámara de Comercio de Bogotá, Coalición para el Desarrollo de las Industrias Culturales y Creativas, Comisión Regional de Competitividad, Invest in Bogotá, Probogotá, Clústeres Creativos de Bogotá y Estrategia de Especialización Inteligente.

- iv. **Entidades para apoyar la creación de fuentes de financiación:** Secretaría Distrital de Desarrollo Económico; Fondo de Innovación, Tecnología e Industrias Creativas (FITIC); Secretaría Distrital de Hacienda; Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte y entidades adscritas; Grupo de Emprendimiento Cultural del Ministerio de Cultura; Findeter; Bancoldex; Innpulsa Colombia; Fondo Emprender del SENA y; Grupo de Seguimiento Estratégico del Departamento de Prosperidad Social (DPS); Estrategia Banca de las Oportunidades, del Banco Mundial.
- v. **Entidades para apoyar el fortalecimiento de mecanismos de circulación local, nacional, internacional:** Ministerio de Cultura, el Instituto Distrital de las Artes (Idartes), Cámara de Comercio de Bogotá, Plataformas y mercados culturales existentes.
- vi. **Entidades para apoyar el fortalecimiento del trabajo colaborativo, la generación de redes, procesos asociativos y gremiales:** Ministerio de Cultura, Ministerio de Comercio, Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias y Cámara de Comercio de Bogotá.
- vii. **Entidades para apoyar el diseño e implementación de programas de formación para las organizaciones culturales:** Grupo de Emprendimiento Cultural del Ministerio de Cultura, Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, Secretaría de Educación Distrital, Secretaría de Educación de Cundinamarca, SENA, Cámara de Comercio de Bogotá, cajas de compensación de la región, y universidades con programas en Gestión Cultural.

2. Esquema de participación

La Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, encargada de la formulación e implementación de la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa (PPDECC) tiene como proceso misional la "participación y el diálogo social" en torno a las políticas del sector (Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, 2016). Específicamente, la Dirección de Asuntos Locales y Participación, responsable de este proceso, tiene entre sus funciones las de implementar los planes de acción del Sistema de Participación, asesorar técnicamente la formulación de proyectos de inversión local en lo cultural, actualizar las fichas de caracterización local, concertar acciones afirmativas con los consejos consultivos de grupos étnicos y sectores sociales y, articular acciones para el cumplimiento de las políticas públicas (Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, 2016).

Gracias a esta infraestructura y al trabajo adelantado en los diferentes espacios de participación, la construcción de la PPDECC estará permeada, en todas sus fases, por las miradas de los distintos territorios y poblaciones que habitan la ciudad. Específicamente, en el enfoque poblacional diferencial se integrarán: las Poblaciones indígenas, la Población raizal, el pueblo Rrom o gitano; las Poblaciones Negra, Afrodescendiente y Palenquera; las víctimas; el sector mujer; LGBT; infancia y adolescencia; juventud; vejez y envejecimiento y; discapacidad. Por su parte, en el enfoque territorial se contará con la participación de las 20 localidades de Bogotá y, de manera, transversal, se construirán los enfoques cultural, ambiental y de derechos humanos.

El contraste de todas estas dimensiones es determinante para que esta política pública distrital considere como punto de partida las potencialidades y necesidades que emanan de una ciudad multiétnica, pluricultural e intercultural, como Bogotá. Adicionalmente, se realizó un análisis de personas y entidades clave, se caracterizaron perfiles y se construyó una matriz de agentes. Posteriormente, se elaboraron instrumentos de levantamiento de información y se llevó a cabo la planeación y ejecución de los eventos, que además de las dimensiones territorial y poblacional, cubrieron la dimensión sectorial de las industrias culturales y creativas.

Con base en un exhaustivo ejercicio de investigación, el esquema de participación se abordó a partir de cuatro ejes temáticos, sintetizados en las siguientes preguntas:

1. ¿Cuáles son las principales Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas que tiene la Economía Cultural y Creativa en Bogotá?
2. ¿Qué se necesita desde los sectores público y privado para dinamizar la Economía Cultural y Creativa en Bogotá?
3. ¿Cómo se debe estimular el acceso del sector cultural y creativo a: fuentes de financiación, formación empresarial y procesos de circulación?
4. ¿Cómo se debe estimular el acceso y el consumo de bienes y servicios culturales y creativos?

El abordaje de los enfoques mencionados se llevó a cabo con el apoyo del equipo de poblaciones de la Dirección de Asuntos Locales y Participación de la SCRD, a través del cual se generaron espacios con cada Consejo o instancia correspondiente a las poblaciones anteriormente especificadas. Además, se hizo convocatoria abierta a la ciudadanía por las cuatro vías enunciadas a continuación:

- Divulgación del cronograma de eventos y piezas comunicativas a través de los canales de la SCRD.
- Envío de invitaciones a medios de comunicación, universidades, centros de investigación, empresas, gremios, clústeres, organizaciones sociales y civiles, concejales, representantes políticos, autoridades del nivel

nacional, instancias de participación, tales como, consejos consultivos, Juntas Administradoras Locales, alcaldías locales, entre otras de la ciudad.

- Llamado a personas incluidas en la matriz de agentes estratégicos, antes mencionada.
- Llamado a personas incluidas en una base de datos construida con el apoyo de los 20 enlaces territoriales¹ (uno por localidad) con que cuenta la Dirección de Asuntos Locales y Participación de la SCRD, y en la cual se tuvo en cuenta a los agentes estratégicos según su experiencia en el sector.

En esta última estrategia de identificación de actores clave, se consideraron aliados y aliadas, opositoras y opositores, y personas en posición neutral frente a las líneas que promoverá la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa. Con los primeros, se trabajó una estrategia de negociación e intercambio de ideas a fin de incluirlas e incluirlos y apropiarlas y apropiarlos del proceso. Entretanto, de las aliadas, los aliados, y neutrales se encontró mayor apoyo y, en esa medida, fue una fuente importante de validación.

A continuación, se describen los eventos definidos y los mecanismos de participación de la ciudadanía:

a. Foros Territoriales: Se indagó en la totalidad de las localidades del Distrito Capital, a través de foros in situ, sobre las problemáticas y potencialidades del ecosistema. A estos asistieron líderes y lideresas de organizaciones culturales y artísticas, creadoras y creadores, gestoras y gestores y artistas representativos del territorio. Se hizo una presentación explicando el proceso y se presentaron casos de éxito de otras ciudades en las que se adoptaron políticas similares.

b. Foros Sectoriales:

Se realizaron foros en los que se analizaron las problemáticas y potencialidades del ecosistema en general y de los sectores en particular. Asistieron líderes y lideresas de organizaciones y empresas culturales y artísticas, creadoras y creadores, gestoras y gestores, y artistas representativos de cada sector. Se explicó el proceso de diseño de la política y se presentaron casos de éxito de otras ciudades en las que se adoptaron políticas similares. La organización, en los casos en los que fuera pertinente y posible, se realizó en asocio con entidades educativas, gremiales, entidades representativas del sector, empresas del sector privado que manifestaron su interés o, con otras entidades públicas.

¹ Estos enlaces territoriales que apoyan a la SCRD desde las localidades de Bogotá, hacen parte del Convenio 160 de 2018 con la Universidad Pedagógica de Colombia (UPN).

c. Entrevistas:

Para las entrevistas individuales se identificaron los siguientes perfiles:

- i. **Legitimadores:** Personas con visibilidad en el sector y que por su experiencia o conocimiento académico aportan elementos para fortalecer las relaciones entre economía y cultura, contribuyendo a la creación de un ambiente favorable que movilice a los actores del ecosistema en torno a la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa.
- ii. **Patrocinadores:** Personas que hagan parte de organizaciones empresariales que se vinculen con recursos económicos a proyectos de carácter cultural y creativo. Esta vinculación está motivada por el retorno económico que representa la inversión para su entidad o empresa, esta calidad de vinculación es diferente de la del mecenazgo.
- iii. **Filántropos:** Personas o entidades que hacen aportes económicos, donaciones permanentes o eventuales a entidades culturales o a creadores y creadoras individuales sin el ánimo, intención o deseo de recibir en contraprestación ningún reconocimiento de imagen, retorno económico o beneficio fiscal.
- iv. **Entidades Educativas:** Entidades que ofrecen servicios de capacitación, entrenamiento o investigación en temas relacionados con la Gestión Cultural.
- v. **Políticos:** Personas que ocupen posiciones o cargos de elección popular que manifiesten interés por el área, que hayan adelantado iniciativas que promuevan el sector como acuerdos municipales, ordenanzas, proyectos de ley o leyes de la República o que tengan influencia sobre territorios del Distrito o comunidades en los territorios.
- vi. **Institucionales:** Personas que ocupen posiciones en entidades de carácter público o privado que se relacionen con el área de Economía Cultural y Creativa.
- vii. **Sectores Conexos:** Personas que ocupen posiciones en entidades públicas o privadas que ofrecen servicios que soportan los procesos de las entidades del sector y de los creadores y creadoras.
- viii. **Espacios:** Personas que manejen entidades, organizaciones o lugares que ofrecen productos culturales y creativos.

La Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa se construirá, implementará y evaluará con base en la participación activa que se ha tenido por parte de diferentes actores (personas, instituciones públicas, academia, autoridades políticas, organizaciones formales e informales) que intervienen, se benefician, afectan o están interesados en la realidad del sector. Como se expuso, esta participación se ha realizado mediante procesos de diálogo, deliberación y concertación a partir de la comprensión de las problemáticas y oportunidades, el compromiso de todas las personas participantes en las

estrategias de acción (trabajo colaborativo) y la apropiación de esa visión de futuro a la que se aspira llegar con la PPDECC.

La participación se ha garantizado para construir el diagnóstico del sector, y se garantizará para la etapa de formulación de la PPDECC, con el objetivo de que se valide desde su construcción. En términos de participación, la PPDECC se reconocerá por:

- a) Contar con espacios y mecanismos de participación adecuados a las necesidades de los actores y del territorio involucrados.
- b) Reconocer las diferentes formas de organización y de expresión de la ciudadanía mediante estrategias de participación incluyentes en todas las fases.
- c) El empoderamiento de la ciudadanía reflejado en el aumento y la calidad del conocimiento en los ámbitos de discusión.
- d) La inclusión de los aportes ciudadanas y ciudadanos en la PPDECC.
- e) El aumento del nivel de convicción y motivación en la participación ciudadana.
- f) El fortalecimiento del tejido social, del número de organizaciones o instancias de participación ciudadana, su movilización y su articulación con otras organizaciones.

3. Cronograma de trabajo

Ciclo de política	Actividad	Mes
I. Fase preparatoria	Documento de propuesta de estructuración de política pública	Mayo 11 de 2018
	1. Descripción de la situación problemática (traída del documento de propuesta de estructuración de política)	A 17 de agosto de 2018.
	2. Elaboración del marco conceptual	
	3. Abordaje de enfoques de derechos humanos, género, diferencial, territorial y ambiental.	
	4. Análisis de marco jurídico	
	5. Análisis de los instrumentos de planeación vigentes (proyectos, planes, otras políticas, etc.), que están directamente relacionadas con la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa.	
	6. Análisis de actores	
	7. Información cuantitativa referente a las variables, fenómenos y eventos que configuran la situación particular de la problemática en estudio.	
	8. Resultados de aplicación de metodologías cualitativas	
	9. Identificación y descripción de puntos críticos	
	10. Tendencias y/o buenas prácticas	
	11. Identificación de factores estratégicos	
	12. Conclusiones y recomendaciones	
	13. Estrategia y proceso de participación ciudadana	
	14. Solicitar concepto de la SDP sobre el Documento de Diagnóstico e Identificación de Factores Estratégicos y realizar los ajustes en caso de requerirse.	
III. Fase Formulación	1. Definición de espacios de concertación con otras entidades que serán responsables de acciones específicas dentro del Plan de Acción de la Política	Entre el 20 de agosto y el 1 de octubre
	2. Establecimiento de las acciones concretas que permitirán alcanzar los resultados	
	3. Construcción y presentación de la Matriz de Plan de Acción de la Política Pública formulada.	
	4. Consolidación del documento de Política Pública y radicar ante la Secretaría Técnica del CONPES	Entre el 1 y el 15 de octubre
	5. Recibir, realizar y presentar los ajustes solicitados por la Secretaría Técnica del CONPES.	Entre el 15 y el 31 de octubre
	6. Elaboración de anexos solicitados en el Procedimiento CONPES DC	Entre el 1 y el 15 de noviembre
	7. Recibir, realizar y presentar ajustes solicitados por el PreCONPES DC y remitirlos a la Secretaría Técnica del CONPES junto con los respectivos anexos para respuesta y aprobación.	
	8. Construcción e implementación de la estrategia de difusión y socialización de la Política Pública.	Entre el 16 de noviembre y el 31 de diciembre
IV. Fase Implementación	1. Definición o activación de las instancias de coordinación de la implementación	Entre el 15 de enero y el 31 de diciembre de 2019
	2. Implementar el proceso de planeación en el marco del plan de acción.	
	3. Desarrollo de la política. Inclusión del plan de acción de PPEICC en los planes de inversión de las instituciones previamente identificadas; Acciones iniciales de la PPEICC.	

Fuente: Secretaría Distrital de Cultura Recreación y Deporte. Elaboración propia.

4. Presupuesto para la formulación

Como se señaló anteriormente, uno de los principales propósitos del Plan Distrital de Desarrollo “Bogotá Mejor para Todos” en materia cultural, es la formulación y puesta en marcha de una política para las industrias culturales y creativas. Con este objetivo, la SCRD para 2016 realizó el proceso precontractual y contractual de los profesionales que apoyarían el cumplimiento de esta meta. Como resultado de esta contratación, se revisó la bibliografía relacionada con el diseño y formulación de políticas públicas (con el objetivo de tener referentes teóricos y metodológicos); así mismo se abordaron documentos sobre estudios sectoriales que dan cuenta del estado de las Industrias Culturales y Creativas a nivel local y nacional (en periodos de tiempo específicos) y finalmente se construyó un estado del arte para la formulación de esta política.

Para el 2017, se llevó a cabo el trabajo de agenda pública, cuyo objetivo fue el de levantar información primaria sectorial y territorial, teniendo como puntos estratégicos los determinados en la fase de revisión bibliográfica.

Ahora bien, con la expedición en diciembre de 2017 de la “Guía para la Formulación e Implementación de Políticas Públicas del Distrito”, la SCRD ha venido adaptando el trabajo adelantado a los requerimientos de este documento. En este sentido, el presupuesto que se presenta incluye las vigencias 2016 y 2017.

Presupuesto para la formulación de la Política Pública de Emprendimiento e Industrias Culturales y Creativas										
Plan de Desarrollo Bogotá Mejor para todos Programa: 11. Mejores oportunidades para el desarrollo a través de la cultura, la recreación y el deporte Proyecto estratégico: 126 – Política de emprendimiento e industrias culturales y creativas CÓDIGO DEL PROYECTO : 1008 Nombre del proyecto: Fomento y gestión para el desarrollo cultural OBJETIVO GENERAL : Ampliar las oportunidades y desarrollar las capacidades de los agentes del sector mediante la oferta de estímulos y cooperación para el desarrollo de iniciativas culturales de personas, colectivos, comunidades y organizaciones, así como la formulación y el seguimiento de políticas culturales. OBJETIVOS ESPECÍFICOS : 1 Formular, hacer seguimiento y evaluación de la política cultural. 2 Ofrecer los programas de fomento del sector, mejorando sus procedimientos y generando lineamientos sectoriales para su implementación. 3 Formular e implementar la política cultural de emprendimiento de industrias culturales y creativas. 4 Promover las iniciativas de dúster para las industrias culturales y creativas. 5 Crear y coordinar el capítulo de la cuenta satélite nacional de cultura.										
POLÍTICA PÚBLICA EICC										
Vigencia	Meta Plan de Desarrollo	Meta del proyecto Componente (Actividad)	Fuente de Financiación	Código y Tipo de gasto	Código y Componente de gasto	Código y Concepto de gasto	Valor (\$)	Programado	Ejecutado	Var. %
2016	Formular e implementar la política pública de emprendimiento y fomento a las industrias culturales y creativas.	Formular e implementar una (1) política de emprendimiento e industrias culturales y creativas	01- Recursos del Distrito 12 - Otros Distrito	03- Recurso humano	01- Divulgación, Asistencia Técnica y Capacitación de la Población	0098 Contratación de personal para el apoyo a la gestión	53.023.950	353.023.950	352.747.238	99,9%
				03- Recurso humano	01- Divulgación, Asistencia Técnica y Capacitación de la Población	0066 Fomento, apoyo y divulgación de eventos y expresiones artísticas, culturales y del patrimonio	300.000.000			
2017	Formular e implementar la política pública de emprendimiento y fomento a las industrias culturales y creativas.	Formular e implementar una (1) política cultural de emprendimiento de industrias culturales y creativas	01-Recursos del Distrito 12- Otros Distrito	03- Recurso humano	04- Gasto de personal operativo	0098 Contratación de personal para el apoyo a la gestión	171.095.467	249.045.100	246.994.733	99,2%
			01-Recursos del Distrito 12- Otros Distrito	02- Dotación	01-Adquisición y/ o producción de equipos, materiales suministros y servicios propios del sector	0756 Contratación De Logística Para Eventos	77.949.633			
								Progr. 31_mar_2018	Ejec. 31_mar_2018	Var. %
2018	Formular e implementar la política pública de emprendimiento y fomento a las industrias culturales y creativas.	Formular e implementar una (1) política cultural de emprendimiento de industrias culturales y creativas	01-Recursos del Distrito 12- Otros Distrito	03- Recurso humano	04- Gasto de personal operativo	0098 Contratación de personal para el apoyo a la gestión	230.967.000	230.967.000	229.967.000	99,6%
Fuente: Plan de Acción de Inversión - Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte. Dirección de Planeación. Abril 02 de 2018							833.036.050	833.036.050	829.708.971	99,6%

2. MARCO CONCEPTUAL

La relación entre cultura y economía se ha estudiado desde distintas ciencias. En ella confluyen numerosos fenómenos que, desde la primera mitad del siglo XX, han dado lugar a nuevos conceptos como, economía creativa, economía de la cultura, industrias creativas y culturales y, propiedad intelectual. Dichos conceptos han mostrado que la cultura y la economía son caras de una misma moneda, donde una es la representación abstracta del valor simbólico de los bienes y servicios culturales y la otra es su representación cuantitativa (BID, 2013). Este capítulo presenta aquellos enfoques que constituyen el marco de la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa para Bogotá, enmarcada en el Plan de Desarrollo Bogotá Mejor para Todos 2016-2020.

Para empezar, se entenderá por cultura, aquella concepción simbólica que acuñó Clifford Geertz, quien citando a Max Weber, la define como: “una telaraña de significados que nosotros mismos hemos tejido a nuestro alrededor y dentro de la cual quedamos ineluctablemente atrapados (p. 20)” (Giménez, s.f.). En esta misma línea, para Stuart Hall (1997), la cultura tiene que ver principalmente con “la producción e intercambio” de significados (p13-94). La diversidad

cultural, además, “contribuye a una existencia intelectual, afectiva, moral y espiritual más satisfactoria para todas las personas (Unesco, 2001, p.4)

Ahora bien, la definición de la cultura como procesos de producción, circulación y consumo en la vida social, es útil para evitar los dualismos entre lo material y lo espiritual, entre lo económico y lo simbólico, o lo individual y lo colectivo. García-Canclini (2004, p. 40) considera que las maneras en que se está reorganizando la producción, la circulación y los consumos de los bienes y servicios culturales no son simples operaciones políticas o mercantiles ya que se están instaurando nuevos modos de entender qué es lo cultural y cuáles son sus desempeños sociales. Appadurai (2001, p. 12-13) prefiere considerar la cultura no como un sustantivo, como si fuera algún tipo de objeto o cosa, sino como un adjetivo, pues para él, lo cultural facilita hablar de la cultura como una dimensión que refiere a “diferencias, contrastes y comparaciones”, permite pensarla “menos como una propiedad de los individuos y de los grupos y más como un recurso que podemos usar para hablar de la diferencia”. Throsby (2001) introduce una definición funcional de la cultura², que en línea con Appadurai (2001), permite emplear el término de forma más adjetiva que sustancial, y como lo enfatizan Palma & Aguado (2010):

Se pueden derivar ciertas características más o menos observables de sus productos: su producción implica alguna forma de creatividad, se relacionan con la generación y comunicación de significado simbólico, y el producto representa, al menos en potencia, una forma de propiedad intelectual. El enfoque funcional de la cultura amplía el espectro de las actividades culturales, no sólo a la alta cultura -como las artes escénicas o visuales-, sino también al patrimonio y a las industrias culturales (2010, pág. 146).

Esta relación entre lo económico y lo simbólico descrita anteriormente, dio origen a la denominada Economía de la Cultura. Varios autores (Goodwin (2006), Throsby (2001, 2006), Towse (2003), Lasuén, García, & Zofío (2005) y Palma & Aguado (2010)) exploraban la necesidad de caracterizar los bienes y servicios artísticos y culturales para entender si tenían características especiales que distinguían su producción y consumo de los demás bienes. Esta caracterización permitiría reconocer que los productos, actividades y bienes culturales y creativos tienen externalidades específicas que deberían tenerse en cuenta en un escenario de libre mercado de las industrias culturales y creativas, así como arrojar luces sobre los niveles socialmente óptimos de producción cultural y definir qué formas de subvención o promoción son necesarias para estimular y sostener las actividades culturales.

Ahora bien, la economía de la cultura en su origen, incluía solo a la economía del arte, pero el término ‘arte’ se restringía a las artes escénicas y quedaban al

² “Las actividades que emprenden las personas, y los productos de dichas actividades, que tienen que ver con los aspectos intelectuales, morales y artísticos de la vida humana” (Palma & Aguado (2010) citando a Throsby (2001).

margen el patrimonio cultural y las industrias culturales. Es por esto que más tarde Albi (2003) pudo afirmar que el término Economía de la cultura, es un reflejo de la ampliación del ámbito de estudio. La economía de la cultura ha permitido, entonces, aplicar el análisis económico a los fenómenos del mundo artístico y cultural (Towse, 1997). Esta subdisciplina de la economía es definida por Towse (2003) como "la aplicación de la economía a la producción, distribución y consumo de todos los bienes y servicios culturales". Por su parte, Frey (2000) sugiere que la economía de la cultura se puede enfocar desde dos puntos de vista: "el análisis de aspectos económicos o materiales de las actividades artísticas, y llevado al extremo, de las transacciones monetarias en el arte"; y "la aplicación al arte de la metodología 'económica', o más bien, del método de la 'elección racional'".

La interrelación ampliada entre economía y cultura identifica a la labor creativa como el principal insumo de la innovación, y a su vez, a la innovación como motor del crecimiento económico en tanto que estimula la generación de nuevas ideas, siendo clave para entender los procesos de cambio y de los sistemas de innovación de toda la economía (Lazaretti (2009), UNCTAD (2008), UNESCO & PNUD (2013)). De igual manera, este reconocimiento de la creatividad es en sí misma un área de actividad económica que demanda la aparición de conceptos como industrias creativas y "economía creativa". (Pratt, 2004, págs. 119-120).

A partir de lo anterior, el término Industrias Creativas empezó a usarse en la formulación de políticas como la Política Cultural Nacional de Australia de principios de 1990, seguida por el Ministerio de Cultura, Medios de Comunicación y Deporte del Reino Unido, que promovió la transición para pasar de industrias culturales a industrias creativas al final de la década (UNESCO & PNUD, 2014). Las industrias creativas están en el centro de la economía creativa, y son definidas por la UNCTAD como ciclos de producción de bienes y servicios que usan la creatividad y el capital intelectual como principal insumo. Estas industrias abarcan un conjunto productivo más amplio que el de las industrias culturales pues además de los bienes y servicios culturales también incluyen aquellos que dependen de la innovación y tienen su origen en la creatividad (UNESCO & PNUD, 2014).

De acuerdo con UNESCO & PNUD (2013), la "economía creativa" es una noción amplia que abarca no solamente a los bienes y servicios culturales, sino a manifestaciones creativas que usualmente no se contemplan en ámbitos considerados "culturales". Sin embargo, como indica Florida (2013), es arriesgado asumir una relación de causalidad inequívoca entre la innovación económica y tecnológica y el consumo de bienes o actividades culturales y creativas.

Siguiendo a la UNESCO y PNUD (2013), la economía creativa se usa para favorecer a las actividades que impliquen creatividad cultural y/o innovación. En el año 2013, el BID adoptó el término de Economía Naranja como otra manera de hablar sobre la economía creativa y refiriéndose a esta 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. (BID, 2013).

Ahora bien, las industrias culturales que se encuentran dentro de las industrias creativas, tienen en su origen un significado negativo, usado por Horkheimer & Adorno (1944) para referirse a la mercantilización del arte con el fin de legitimar ideológicamente las prácticas capitalistas y advertir de la amenaza de la homogeneización cultural global, donde la lógica de la cultura y de la economía se mostraban incompatibles. De igual manera, Ruskin (1862) criticaba que la lógica del estudio de las condiciones materiales del bienestar --que ocupaba a los economistas clásicos-- pervertía a la sociedad, pues subordinaba la cultura a los "burdos fines y medios mercantiles"³. Sin embargo, la realidad de que los medios masivos o el proceso de mercantilización no conduce inevitablemente a la degeneración cultural llevó a reconocer que los bienes y servicios culturales generados industrialmente puede tener connotaciones y cualidades positivas, como lo recoge UNESCO & PNUD:

(E)n la década de 1980, el término industrias culturales ya no implicaba connotaciones peyorativas y empezó a ser utilizado en círculos políticos y académicos como una calificación positiva. [...] Se hacía referencia a formas de producción y consumo cultural que tenían un elemento expresivo o simbólico en su núcleo. [...] Ha pasado a abarcar campos muy diversos como la música, el arte, la escritura, la moda, el diseño y las industrias de los medios [...] Su alcance no se limita a la producción intensiva con base en la tecnología, en tanto que una gran parte de la producción cultural de los países en desarrollo es artesanal. [...] Todos estos ámbitos productivos tienen un valor económico significativo, pero también son vectores de profundos significados sociales y culturales. (UNESCO & PNUD, 2014)

En este campo, Olmos, respecto a las Industrias Culturales dice que:

[A]cotamos el campo de las industrias culturales sólo a las que están dedicadas a producir y comercializar, con criterios industriales, bienes y servicios destinados, específicamente, a satisfacer y/o promover demandas culturales con fines de reproducción económica, ideológica y social...(...) A diferencia de otras, no se trata de productos para el uso o el consumo físico, sino de bienes simbólicos. (Olmos. 2008, p.109)

Entretanto, para Octavio Gentino, las Industrias Culturales son relevantes en cuanto influyen los procesos de desarrollo cultural y no desligan sus bienes y servicios de las dimensiones políticas, sociales y económicas de la sociedad, inherentes a relaciones de poder. Además agrega que no se trata de la "industrialización de la cultura", sino de tomar partido de las particularidades del

³ "A finales del siglo XIX entraron en conflicto dos palabras que se empleaban como sinónimas en el siglo XVIII: 'cultura' y 'civilización', puesto que una civilización empeñada en buscar el progreso material solo genera 'brutos y resentidos dedicados a arruinarla', por lo que la cultura es la vía de escape al encuentro de una verdadera civilización." (Palma & Aguado, 2010).

arte y la cultura para impactar la promoción y difusión de los bienes y servicios resultantes (Getino. 1995, p.13-15).

Por otro lado, dentro de la Industria Cultural y Creativa, Throsby (1999; 2001) introduce el concepto de capital cultural para definir aquellos activos que incorporan, generan o almacenan un valor cultural⁴ más allá del valor económico que poseen. Como advierten Palma & Aguado (2010), existe “una doble naturaleza de la cultura. Primera, como actividad económica: sector cultural, industrias y bienes culturales. Segunda, como una dimensión socio-cultural, lo que representa para la sociedad”.

En complemento, según Bourdieu, las prácticas culturales --saber acumulado de forma selectiva y colectiva--, constituyen el Capital Cultural, que se encuentra inserto en el Capital Social y, estos en su conjunto, son proclives a convertirse en Capital Económico. Para comprender la valoración de este último, es necesario hablar de cómo, según sus preferencias, los demandantes conciben los bienes y servicios culturales y creativos. Para Baudrillard (2010) existen cuatro maneras de valorarlos en la sociedad: valor de uso,⁵ valor de cambio,⁶ valor-signo⁷ y valor-símbolo.⁸ Las dos primeras clases de valor, de uso y de cambio, tienen que ver principalmente con la materialidad del objeto o con la base material de la vida social. Los dos últimos tipos de valor, valor-signo y valor-símbolo, se refieren a la cultura y a los procesos de significación social.

Finalmente, dentro del Capital Cultural, surge el concepto de Emprendimiento Cultural, puesto que, hablar de Emprendimiento Cultural, es hablar de una “manera de pensar y actuar, orientada a generar valor económico” a partir del Capital Cultural y en pro de este. Con el paso del tiempo, el emprendimiento cultural adopta cada vez más conceptos como sostenibilidad y rentabilidad, comprendiendo que el aspecto económico puede constituirse en una fuente de equilibrio en el ámbito de las iniciativas culturales. Así mismo, dentro del emprendimiento cultural, es fundamental el concepto de propiedad intelectual, puesto que constituye una herramienta política que parte del marco regulatorio de las industrias creativas, representando un elemento clave en la economía creativa y en el desarrollo de las industrias creativas en el mundo. (UNCTAD, 2010). Un aspecto fundamental de la propiedad intelectual es el derecho de autor, el cual se aplica a todas las producciones en el campo literario, científico y artístico (OMPI, 2015). El objetivo de la propiedad intelectual es proteger a los creadores y creadoras por medio de una concesión de un plazo limitado para

⁴ “El valor cultural [...] no tiene una unidad común de medición, es multidimensional y cambiante, y quizá incluya algunos componentes que solo se pueden expresar en términos no cuantificables. Pero las dificultades de su expresión y evaluación no disminuyen su importancia para identificar la atención que merecen los fenómenos culturales que lo incorporan o producen” (Throsby, 2001, pág. 175)

⁵ Valoración del objeto o actividad en función de su utilidad o uso.

⁶ Precio en el mercado equivalente al de otros bienes o al costo de cierto trabajo.

⁷ Connotaciones sociales asociadas al objeto que pueden agregar valor al valor de cambio en tanto que puede hacer a un bien equiparable a otros para su consumo.

⁸ Connotaciones sociales que agregan un valor no equiparable al objeto con otros.

controlar el uso que se hace de sus creaciones, lo que no aplica al objeto físico que puede ser creado sino a la creación intelectual como tal. (UNCTAD, 2010). Entre los beneficios que la propiedad intelectual y los derechos de autor procuran a los actores de la industria creativa están la regulación de la propiedad que facilita el comercio de bienes y servicios culturales, el fomento de la actividad creativa, la inversión y el desarrollo de negocios y emprendimientos sociales sostenibles. (UNESCO & PNUD, 2014)

En la misma línea, el emprendimiento de acuerdo con la normatividad Colombiana, se define como:

Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad. (Ley 1014 de 2006)

3. ABORDAJE DE ENFOQUES DE DERECHOS HUMANOS, GÉNERO, DIFERENCIAL, TERRITORIAL Y AMBIENTAL.

Este capítulo busca identificar y reconocer las diferencias entre personas, grupos, pueblos y demás colectividades, para establecer un diagnóstico que proporcione insumos en la construcción del Plan de Acción de esta Política y garantice de esta manera la transformación desde la equidad para garantizar el goce efectivo de derechos en igualdad. Así mismo, pretende revisar lo territorial y ambiental para establecer las particularidades de las localidades y reconocer los posibles impactos en el entorno de la Política de Economía Cultural y Creativa.

Teniendo en cuenta lo anterior y en cumplimiento de la guía metodológica para la formulación de las políticas públicas del Distrito, analiza los siguientes enfoques: 1. Enfoque de derechos humanos, 2. Enfoque diferencial; 3. Enfoque territorial y, 4. Enfoque ambiental.

Enfoque de derechos humanos

Los derechos humanos son atributos inherentes a los seres humanos, que todas las personas tienen y deben disfrutar en condiciones de igualdad sin distinciones de ninguna índole. Este enfoque surge a finales de los años 90 y

parte de entender que para el ejercicio del poder por parte de los sectores excluidos es fundamental reconocer su condición de sujetos titulares de derechos que obligan al Estado “para que el punto de partida no sea la existencia de personas con necesidades que deben ser asistidas, sino sujetos con derechos a demandar determinadas prestaciones y conductas”.

Avanzar en la realización de los derechos humanos y su reconocimiento es un objetivo primordial de la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa para Bogotá. En este sentido, tanto su formulación como su implementación y seguimiento se fundamentan en este enfoque, mediante acciones dirigidas al desarrollo de las capacidades institucionales y ciudadanas, asociadas a la Economía Cultural y Creativa de la ciudad.

Esta mirada se encuentra fundamentada principalmente en las recomendaciones de formulación de políticas públicas presentes en el Entendimiento común de Naciones Unidas sobre el enfoque de derechos humanos (2003), en el cual se reconocen los principios del Derecho Internacional de los Derechos Humanos (DIDH) para guiar el proceso de planeación y desarrollo de políticas, de tal forma que se garantice: la universalidad e inalienabilidad, la indivisibilidad, la interdependencia e interrelación, la igualdad y no discriminación, la participación e inclusión, y la rendición de cuentas e imperio de la ley.

En este contexto, las personas son los agentes principales del desarrollo de la Política Pública y no objetos de la misma, por lo que la participación es un eje

fundamental del proceso de construcción, así como un objetivo en sí mismo, contribuyendo a que los programas se centren en los grupos de población tradicionalmente marginados o excluidos, y ayudando a reducir las desigualdades y a empoderar a la ciudadanía. La formulación de objetivos, metas e indicadores, parte de un adecuado análisis de las causas inmediatas y subyacentes que obstaculizan el desarrollo humano. Así mismo, se reconoce la importancia de supervisar y evaluar tanto los procesos como los resultados del ejercicio de política pública, desde su diseño hasta su ejecución, en compañía de un refuerzo de los sistemas de rendición de cuentas para garantizar una revisión independiente e incluyente.

En este sentido, las políticas públicas, entre ellas la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa, deben estar orientadas por las normas de derechos humanos contenidas en la Declaración Universal de Derechos Humanos, de tal forma que, según lo establecido por las Naciones Unidas (2003):

- Contribuyan directamente a la realización de uno o más derechos humanos.
- Los derechos humanos guíen el proceso de programación en todas sus fases.
- Se determinen las relaciones entre las demandas válidas de grupos e individuos (titulares de derechos) y las obligaciones correlativas de los actores estatales y no estatales (titulares de deberes).

Enfoque diferencial

El enfoque diferencial hace referencia a la necesidad de que el Estado realice un análisis diferencial de las necesidades y a través de su intervención garantice la igualdad, la equidad y no discriminación a partir del reconocimiento de la diversidad. Su aplicación en el diagnóstico de la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa parte de las siguientes categorías de análisis: grupos étnicos (indígenas, raizal, Rrom y afro), grupos etarios (infancia y adolescencia, juventud, adultez, vejez y envejecimiento), y sectores sociales (víctimas, discapacidad, LGBTI) y enfoque de género, con el objeto de revisar las políticas y las líneas de acción vigentes por población, así como el diagnóstico de la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico sobre las problemáticas y expectativas de estas poblaciones en materia de emprendimiento, para identificar acciones asociadas a la Economía Cultural y Creativa y posibles líneas de trabajo.

GRUPOS ÉTNICOS

Para la UNESCO la diversidad cultural es una característica esencial de la humanidad, razón por la cual constituye un patrimonio común de la humanidad que debe valorarse y preservarse en provecho de todo (Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 2005).

En este sentido, el Instituto Distrital de las Artes- IDARTES, entidad adscrita a la SDCRD, define un grupo étnico como:

“una comunidad determinada por la existencia de ancestros y una historia en común. Se distingue y reconoce por tradiciones y rituales compartidos, instituciones sociales consolidadas y rasgos culturales (p.e. la lengua, la música, la danza y la espiritualidad entre otros elementos). Los integrantes de un grupo étnico son conscientes de pertenecer a él, comparte entre ellos una carga simbólica y una profundidad histórica.”

Al abordar el enfoque diferencial poblacional desde el componente étnico, es importante resaltar la necesidad de reconocer y promover a Bogotá, como una ciudad incluyente vista desde los aspectos de la multiétnicidad y pluriculturalidad que allí conviven y que se encuentra en el marco de una construcción de ciudad intercultural. Vale destacar también, que la formulación de la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa, ofrece la posibilidad de construir participativamente una ruta apropiada en el diseño de alternativas para el desarrollo de estas poblaciones que tienen o aspiran a tener un proyecto de vida asociado a las industrias culturales y creativas. Se cree que posicionar las actividades productivas de estas comunidades puede convertirse en un vehículo para que la ciudadanía reconozca y dé valor a las dinámicas socioculturales, económicas y organizativas de estas poblaciones.

En este sentido, primero es necesario hacer referencia al marco general que desde la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte se viene desarrollando en garantía de las condiciones para el ejercicio efectivo y progresivo de los derechos culturales de estas poblaciones y de igual manera hacer mención de las instancias de participación existentes para estos fines.

Posteriormente y para entender y conocer las necesidades de los grupos étnicos en relación con la formulación de esta Política, se revisarán las políticas públicas vigentes de estas poblaciones y las acciones establecidas para ejecutarlas en materia de emprendimiento, así como el diagnóstico realizado por la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico. El objetivo es identificar si existen líneas de acción que tengan por objeto incentivar la economía cultural y creativa, si existe información sobre las necesidades de esta población que guarden relación con esta política y establecer posibles líneas de trabajo para ser incluidas en el Plan de Acción.

Marco general

Para el marco general se revisaron instrumentos internacionales, así como resoluciones de la Asamblea General de Organización de Naciones Unidas- ONU y el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales. Llama particularmente la atención la Ley 21 de 1991 que aprueba el Convenio 169 de 1989 de la Organización Internacional del Trabajo-OIT, sobre pueblos indígenas y tribales en países independientes, adoptado por la 76ª. Reunión de la Conferencia General de la O.I.T., Ginebra 1989. En la Parte IV sobre Formación Profesional, Artesanía e Industrias Rurales el artículo 21 señala que los miembros de los pueblos interesados deberán poder disponer de medios de formación profesional por lo menos iguales a los de los demás ciudadanos. Por su parte, el artículo 22 establece en el numeral 1 que deberán tomarse medidas para promover la participación voluntaria de miembros de los pueblos interesados en programas de formación profesional de aplicación general; el numeral 2 por su parte prescribe que

Quando los programas de formación profesional de aplicación general existentes no respondan a las necesidades especiales de los pueblos interesados, los gobiernos deberán asegurar, con la participación de dichos pueblos, que se pongan a su disposición programas y medios especiales de formación (El Congreso de Colombia, 1991).

El numeral 3 precisa que

Estos programas especiales de formación deberán basarse en el entorno económico, las condiciones sociales y culturales y las necesidades concretas de los pueblos interesados. Todo estudio a este respecto deberá realizarse en cooperación con esos pueblos, los cuales deberán ser consultados sobre la organización y el funcionamiento de tales programas. Cuando sea posible, esos pueblos deberán asumir progresivamente la responsabilidad de la organización y el funcionamiento de tales programas especiales de formación, si así lo deciden (El Congreso de Colombia, 1991).

La Constitución Política de Colombia (1991) establece en su artículo 7 que "El Estado reconoce y protege la diversidad étnica y cultural de la nación colombiana". Adicionalmente, en el artículo 13 estipula que

Todas las personas nacen libres e iguales ante la ley, recibirán la misma protección y trato de las autoridades y gozarán de los mismos derechos, libertades y oportunidades sin ninguna discriminación por razones de sexo, raza, origen nacional o familiar, lengua, religión, opinión política o filosófica. El Estado promoverá las condiciones para que la igualdad sea real y efectiva y adoptará medidas en favor de grupos discriminados o marginados (Gaceta Constitucional No. 116 de 20 de julio, 1991).

Si bien antes de 1991 existían normas que podrían ser entendidas como acciones afirmativas, este concepto gana especial importancia a partir de la entrada en

vigencia de esta Constitución Política la cual, como vimos, en su artículo 13 resalta el deber del Estado de promover las condiciones para que la igualdad sea real y efectiva y adoptar medidas a favor de los grupos discriminados o marginados.

La Corte Constitucional mediante Sentencia C-293 de 2010, señala que las acciones afirmativas aluden a

alude a todas aquellas medidas, políticas o decisiones públicas a través de las cuales se establece un trato ventajoso, y en cuanto tal formalmente desigual, que favorece a determinadas personas o grupos humanos tradicionalmente marginados o discriminados, con el único propósito de avanzar hacia la igualdad sustancial de todo el conglomerado social. (Corte Constitucional, 2010)

Posteriormente, el Decreto Distrital 171 de 2013 "Por medio del cual se estandarizan las definiciones y se unifica el plazo para la formulación o ajuste de los Planes de Acción de las Políticas Públicas Poblacionales y los Planes de Acción Integrales de Acciones Afirmativas de Bogotá, D.C. " define las acciones afirmativas como:

Las Políticas o medidas dirigidas a favorecer a determinadas personas o grupos, ya sea con el fin de eliminar o reducir las desigualdades de tipo social, cultural o económico que los afectan; o bien para lograr que los miembros de un grupo sub-representado, usualmente un grupo que ha sido discriminado, tenga mayor representación (Alcalde Mayor de Bogotá, 2013).

Bajo este contexto las acciones afirmativas se crean como un modelo de intervención por parte del gobierno distrital en respuesta a las demandas de "igualdad en la diferencia" para las comunidades negras, afrodescendientes raizales, palenqueras, indígenas y el pueblo Rrom o gitano.

Ahora bien, es importante tener en cuenta que de una parte el Acuerdo Distrital 257 de 2006 "Por el cual se dictan normas básicas sobre la estructura, organización y funcionamiento de los organismos y de las entidades de Bogotá, Distrito Capital, y se expiden otras disposiciones", prevé en los literales e) y f) del artículo 33 que las Comisiones Intersectoriales y los Consejos Consultivos son instancias de coordinación del Distrito Capital (Concejo de Bogotá, 2006). De otra parte, el Decreto Distrital 546 de 2007, "Por el cual se reglamentan las Comisiones Intersectoriales del Distrito Capital" en su artículo 16, señala la Comisión Intersectorial Poblacional - CIPO tendrá por objeto "articular la ejecución de las políticas públicas de equidad e igualdad de oportunidades para los grupos poblacionales del Distrito Capital y en especial, para las poblaciones que se encuentran en situación de debilidad manifiesta" (Alcalde Mayor de Bogotá, 2007).

El Acuerdo Distrital 645 de 2016, "Por el cual se adopta el Plan Distrital de Desarrollo 2016-2020 "Bogotá Mejor Para Todos" establece en el artículo 102,

el Programa Acciones Afirmativas Comunidades Afrocolombianas, indígenas, Raizales, Palenqueras y Rom, disponiendo que el objetivo de este programa es “disminuir la exclusión, la segregación y la marginación de pueblos afrodescendientes, indígenas, palenqueros, raizales y Rom, tradicionalmente vulnerados; brindando atención mediante acciones afirmativas, el reconocimiento de la diversidad cultural y la garantía de sus derechos” (Concejo de Bogotá, 2016).

En cumplimiento de las normas precitadas, los Planes Integrales de Acciones Afirmativas- PIAA para los grupos étnicos se construyeron mediante un proceso participativo, aprobados en el marco de la Comisión Intersectorial Poblacional — CIPO, socializados y protocolizados ante las instancias de concertación competentes, y adoptados mediante las siguientes normas:

Decreto de 2017	504	Por medio del cual se adopta el Plan Integral de Acciones Afirmativas para el reconocimiento de la diversidad cultural y la garantía de los derechos de los Pueblos Indígenas residentes en Bogotá
Decreto de 2017	505	Por medio del cual se adopta el plan integral de Acciones Afirmativas para el reconocimiento de la diversidad cultural y la garantía de los derechos del Pueblo Étnico Rrom o Gitano residente en Bogotá
Decreto de 2017	506	Por medio del cual se adopta el Plan Integral de Acciones Afirmativas para el reconocimiento de la diversidad cultural y la garantía de los derechos de la Población Raizal residente en Bogotá
Decreto de 2017	507	Por medio del cual se adopta el Plan Integral de Acciones Afirmativas para el Reconocimiento de la Diversidad Cultural y la Garantía de los Derechos de la población Negra, Afrodescendiente y Palenquera residente en Bogotá

Estos decretos establecen que la Comisión Intersectorial Poblacional -CIPO- coordinará la implementación de los Planes Integrales de Acciones Afirmativas. Especifican que son responsables de su implementación todos los Sectores Administrativos de Coordinación del Distrito Capital, así como de las entidades competentes responsables de la ejecución de las políticas sectoriales en los diferentes temas que afectan a los grupos étnicos. Establecen que el seguimiento y evaluación de los programas, proyectos, estrategias, metas, rubros e indicadores respecto al plan en las modalidades de cuotas y trato preferencial se realizará en las formas y plazos que se indiquen por la Secretaría Distrital de Planeación.

Finalmente, se establece que la Secretaría Distrital de Gobierno, a través de la Subdirección de Asuntos Étnicos y el Instituto Distrital de la Participación y Acción Comunal — IDPAC apoyarán en la ejecución de los planes, garantizando los derechos individuales y colectivos; así como la protección de sus costumbres, tradiciones y cultura.

Actualmente, la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte cuenta con un referente poblacional que construyó la ruta estratégica para la formulación,

implementación y seguimiento de las acciones afirmativas para las comunidades negras, afrodescendientes raizales, palenqueras, indígenas y el pueblo Rrom o gitano. Estas medidas fueron concertadas con esta población en los espacios de participación vigentes.

Se reconoce una oportunidad de socializar y promover en estos espacios, la participación de los grupos étnicos, en los programas generales que se construyan en el marco de la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa. Ahora bien, cuando los programas de aplicación general no respondan a sus necesidades, se propenderá por el diseño y puesta a disposición de programas a su medida. Toda investigación o estudio que tenga por objetivo identificar, diseñar y construir estos programas especiales se consultarán en estos espacios con la cooperación de los representantes e interlocutores de estos grupos. Si es posible y si se define de esta manera, las entidades del nivel nacional o distrital que lideren el diálogo e interlocución con sus representantes, asumirán la responsabilidad de la organización y funcionamiento de los programas asociados a la economía cultural y creativa con el apoyo y dirección de la Secretaría Distrital de Cultura Recreación y Deporte-SCRD y sus entidades adscritas. Se considera que el apoyar las actividades productivas de estos pueblos potencialmente es un medio para que la ciudadanía reconozca y dé valor a las dinámicas socioculturales, económicas y organizativas de estas poblaciones.

La Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa deberá conectarse con la diversidad de expresiones de los grupos étnicos más allá del simple reconocimiento de su importancia y necesidad. Se buscará lograr una interacción activa es decir que las manifestaciones de las comunidades puedan revertirse sobre las experiencias de economía cultural y creativa de la ciudad y la nación.

Pueblos indígenas

El Instituto Distrital de las Artes- IDARTES, entidad adscrita a la SCRD, al referirse a los pueblos y Pueblos indígenas, establece que la palabra “pueblo” designa colectividades que, en la mayoría de los casos, se reconocen como parte de la Nación, no lo hacen a partir de una identidad nacional homogénea, si de identidades diferenciadas que construyen y reclaman de forma distinta frente a su pertenencia nacional. Según el referente poblacional de esta entidad, los pueblos indígenas en Colombia se caracterizan por su permanencia en el tiempo y existencia desde mucho antes de la llegada de colonizadores y desde tiempo inmemoriales. Se auto-identifican como pueblos indígenas ya que el reconocimiento es indígena es el que determina la pertenencia del sujeto, es decir, se es indígena (sujeto individual) en tanto se auto reconoce a un grupo identitario y esta persona es reconocida por su comunidad (sujeto colectivo). Se es integrante de una comunidad indígena y/o es indígena si se reproducen socialmente los modos de vida, es decir preserva tradiciones, usos y costumbres, coexistiendo con contextos diversos contemporáneos que muchas veces implica

sincretismos y/o eclecticismos con prácticas de otras culturas. Se asocian con territorios indígenas, es decir con "áreas poseídas en forma regular y permanente por una comunidad, parcialidad o grupo indígena y aquellas que, aunque o se encuentren poseídas de esa forma, constituyen el ámbito tradicional de sus actividades sociales, económicas y culturales." (Presidente de la República de Colombia, 1995). Cuentan con autoridades tradicionales o miembros del pueblo o comunidad indígena que ejercen, dentro de la estructura propia de cada cultura, un poder de organización, gobierno, gestión o control social. (Presidente de la República, 1995)

El Acuerdo Distrital 359 de 2009, "Por el cual se establecen los lineamientos de Política Pública para los Indígenas en Bogotá, D.C. y se dictan otras disposiciones", define los principios, lineamientos y ejes estratégicos para la adopción de la Política Pública para los Pueblos Indígenas residentes en Bogotá, D.C., así como dispone en su artículo 8 que:

La Comisión Intersectorial de Poblaciones será la instancia encargada de concertar con las autoridades indígenas reconocidas en Bogotá y las Organizaciones Nacionales Indígenas de Colombia, reconocidas legítimamente por sus pueblos y el Gobierno Nacional, el diseño, puesta en marcha, implementación, seguimiento y evaluación de la Política Pública para los Indígenas en Bogotá. D.C y un plan de acciones afirmativas que la desarrolle (Concejo de Bogotá, 2009).

La Política Pública para los Pueblos Indígenas en Bogotá, adoptada mediante el Decreto 543 de 2011, tiene como objetivo general:

Garantizar, proteger y restituir los derechos individuales y colectivos de los pueblos indígenas en Bogotá, mediante la adecuación institucional y la generación de condiciones para el fortalecimiento de la diversidad cultural, social, política y económica y el mejoramiento de sus condiciones de vida, bajo el principio del Buen Vivir. (Congreso de Colombia, 2011)

Esta Política en el literal e) del artículo 7 establece el "Camino de economía indígena" (Alcalde Mayor de Bogotá, 2011) que incluye las siguientes líneas de acción: el fortalecimiento de los sistemas productivos, el apoyo técnico y financiero para la creación y fortalecimiento de empresas y otras formas comunitarias de producción, la aplicación e implementación de medidas especiales para la salvaguarda de la propiedad intelectual, la generación de canales de comercialización y, el desarrollo de estrategias de capacitación para el óptimo desarrollo de las dinámicas productivas.

Adicionalmente, la política incluye en el literal c) del mismo artículo el "Camino de identidad y cultura" (Alcalde Mayor de Bogotá, 2011) que establece entre otros, la implementación de acciones que promuevan, visibilicen y fortalezcan la identidad cultural, espiritual, la producción simbólica de las culturas indígenas, el fomento a las prácticas culturales, recreativas y deportivas de estos pueblos,

y la promoción de procesos de investigación cultural para recuperar, proteger, preservar, mantener, transmitir y proyectar sus prácticas y expresiones culturales, a partir de sus conocimientos ancestrales y saberes tradicionales, en coordinación y concertación con las autoridades de cada pueblo.

Ahora bien, las acciones afirmativas en materia de emprendimiento que fueron concertadas con los pueblos indígenas y la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico para 2017, según la información remitida directamente por esta entidad, fueron las siguientes:

Contratar a un referente étnico, bajo el sistema de cuotas, para dinamizar el tema indígena en los servicios que ofrece la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico.
Gestionar el fortalecimiento de la asistencia técnica agropecuaria con enfoque diferencial a las unidades productivas e iniciativas de emprendimiento de los pueblos ancestrales presentes en el Distrito Capital. Inicialmente en las localidades que presentan ruralidad urbana.
Garantizar la participación de la comunidad indígena en las convocatorias de financiamiento y emprendimiento, brindando asistencia técnica y alistamiento financiero, para la presentación a la entidad financiera correspondiente.
Diseñar y ejecutar una ruta de atención diferencial de empleo para la comunidad Indígena.
Garantizar la participación de los pueblos indígenas, en los mercados campesinos, para ello se contará con los 14 gobernadores para identificar en Bogotá, las zonas que aglutinan ciertas actividades económicas de las Pueblos indígenas para potencializarlos, a mediano y largo plazo apoyarlos con la comercialización.
Garantizar la participación de la comunidad indígena en las ferias en Plaza de los Artesanos cada 15 días.
Elaborar una estrategia comunicativa, publicitaria y logística para visibilizar las experiencias exitosas de las unidades productivas de los Pueblos Indígenas.

Por su parte, el documento diagnóstico que realizó en 2017 la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico para la formulación de la Política de Emprendimiento (según información remitida directamente por esta misma entidad), permitió concluir que son problemáticas y expectativas de esta población las siguientes:

Problemáticas generales
Carencia de espacios para la comercialización de los productos.
Insuficiente difusión y posicionamiento de los escenarios de mercadeo para los pueblos indígenas.

Problemáticas relacionadas con las políticas nacionales y locales
Incumplimiento en la implementación de las políticas públicas.
Falta de un enfoque diferencial para la población indígena.
Problemáticas relacionadas con el mercado financiero
Limitado portafolio financiero para los emprendedores y emprendedoras.
Barreras de acceso al mercado financiero formal por falta de entendimiento de las particularidades de esta población.

Expectativas en relación al mercado
Contar con espacios disponibles para ofrecer los productos y servicios.
Fortalecer el sistema productivo propio
Generar estrategias de competencia leal.
Diversificar los mercados con posibilidades de expansión
Crear una plataforma de mercadeo para productos de los indígenas
Expectativas en relación con las políticas nacionales y locales
Cumplir con el enfoque diferencial con un capítulo específico de política indígena
Proteger los productos y conocimientos ancestrales
Mejor atención a esta población en sus necesidades para el emprendimiento

Población raizal

El Instituto Distrital de las Artes- IDARTES, entidad adscrita a la SCRD, al referirse a la población raizal señala que es la población nativa de las islas de San Andrés Providencia y Santa Catalina descendientes de la unión entre europeos (principalmente ingleses, españoles y holandeses) y esclavos africanos. Se distinguen por su cultura, lengua (creole), creencias religiosas (iglesia bautista) y pasado histórico similar a los pueblos antillanos de Jamaica y Haití. Tienen normativa propia emanada a partir del artículo 310 de la Constitución Política (Sentencia C-530 de 1993 y C-454 de 1999). Dada su especificidad cultural son sujetos de políticas, planes y programas socioculturales diferenciados del resto de población continental afrocolombiana.

La “Política Pública Distrital para el Reconocimiento de la Diversidad Cultural, la garantía, la protección y el restablecimiento de los Derechos de la Población Raizal en Bogotá”, adoptada mediante el Decreto 554 de 2011, incluye como ejes estructurales para la apropiada atención de esta población, entre otros, el

eje de cultura e identidad y el eje de desarrollo económico raizal (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2011).

Según el literal a) del artículo 5 del mencionado Decreto, el Eje de Cultura e Identidad Raizal incluye en sus líneas de acción:

- Reconocimiento, visibilización y fortalecimiento integral de la cultura e identidad del Población raizal en el Distrito Capital, para garantizar el ejercicio de sus derechos y el mejoramiento de sus condiciones de vida, con énfasis en derechos humanos y derechos étnicos; a través de planes, programas, proyectos, acciones, y recursos para los procesos de visibilización, afianzamiento y promoción de sus formas de vida, cosmovisión, usos, costumbres y prácticas culturales.
- Fomento y desarrollo de la cultura Raizal a través de medidas y estrategias que garanticen su preservación, protección y transmisión a las diferentes generaciones de Raizales, especialmente jóvenes, niñas y niños residentes en la capital.
- Garantía para la consolidación y conservación de los valores éticos y espirituales del Población raizal, conservando la esencia que lo ha caracterizado ancestralmente.
- Promoción del Reconocimiento distrital, nacional e internacional del patrimonio tangible e intangible del Población raizal, representado en sus diferentes expresiones, como parte del legado cultural de este pueblo al patrimonio de Bogotá y de la Nación.
- Reconocimiento y valoración del conocimiento tradicional y propiedad intelectual, biológica y energética del Población raizal.
- Garantía para la construcción de relaciones de entendimiento intercultural entre los Raizales y el conjunto de la población bogotana.
- Promoción de la condición trilingüe de los Raizales para su inclusión en programas culturales y educativos.

Según el literal e) del artículo 5 son líneas de acción del *Eje de Desarrollo Económico Raizal*, las siguientes (Alcalde Mayor de Bogotá, 2011):

- Diseño e implementación de programas y proyectos con apoyo técnico y financiero, para fomentar las actividades productivas y económicas propias de los Raizales residentes en el Distrito Capital, así como otras derivadas de los programas distritales para el fomento de la empleabilidad, el autoempleo y el emprendimiento, de manera que se

mejoren los ingresos familiares y las condiciones de vida de los Raizales.

- Inclusión de la producción artística Raizal como forma de emprendimiento y empleabilidad propio de los raizales.
- Promoción de la condición trilingüe de los Raizales para su inclusión en programas educativos, de turismo y desarrollo económico en el Distrito, como un medio de empleabilidad y de productividad.”

Las mencionadas líneas de acción se han venido incorporando en las metas cuatrianuales de los Planes de Desarrollo Distritales y, acorde con estos, por medio de metas anuales en el ámbito sectorial en los niveles central, descentralizado y local (Alcalde Mayor de Bogotá, 2011).

En este sentido, las acciones afirmativas en materia de emprendimiento que fueron concertadas con los pueblos raizales y la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico para 2017, según la información remitida directamente por esta entidad, fueron las siguientes:

Apoyar mínimo dos (2) actividades en marco de la semana Raizal como parte del proceso de visibilización de esta comunidad en el Distrito Capital.

Brindar charlas de alistamiento financiero y realizar acompañamiento técnico a la medida en los proyectos viables de la comunidad Raizal
--

Garantizar mínimo 2 veces al año la inclusión de cupos para los emprendimientos raizales de acuerdo al calendario ferial de la plaza de los artesanos.
--

Por su parte, el documento diagnóstico que realizó en 2017 la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico para la formulación de la Política de Emprendimiento (según la información remitida por la misma entidad), permitió concluir que son problemáticas y expectativas de esta población las siguientes:

Problemáticas relacionadas con el mercado de bienes y servicios
--

Inexistencia de espacios para la promoción y la venta de mercancías.
--

Falta de sitios permanentes para prácticas propias de las comunidades como la gastronomía, la quiromancia, entre otras.

Problemáticas relacionadas con el mercado financiero

Falta de recursos económicos para financiar espacios, instructores, etc.
--

Altos niveles de autofinanciación del emprendimiento
--

Problemáticas relacionadas con las entidades de soporte
--

Falta de programas y proyectos destinados a los niños, jóvenes, mujeres y adultos mayores
Mala relación de las comunidades con la Secretaria Distrital de Desarrollo Económico.

Expectativas en relación con las políticas
Respeto del enfoque diferencial por etnias.
Compromisos de la política pública de emprendimiento
Reconocimiento de las actividades culturales como la danza, la quiromancia, entre otras.
Expectativas en relación con el mercado de bienes y servicios
Creación de espacios de participación para emprendedores y emprendedoras sin experiencia.
Generación de vitrinas efectivas y con buena ubicación para la comercialización de los productos
Fortalecimiento de los saberes culturales en el mercado laboral.
Expectativas en relación con la cultura de emprendimiento
Apoyo a los jóvenes y adultos mayores para el desarrollo de proyectos culturales.

Pueblo Rrom o gitano

El Instituto Distrital de las Artes- IDARTES, entidad adscrita a la SCRD, al referirse al pueblo Rrom o gitano señala que este comparte una idea de origen común, una tradición trashumante, un idioma, un sistema jurídico (la Kriss Romaní), unas autoridades, una organización social, el respeto a un sistema complejo de valores y creencias.

La Política Pública Distrital para el grupo étnico Rrom o Gitano en el Distrito Capital, adoptada por el Decreto 582 de 2011, para el periodo 2011-2020, establece como ejes que estructuran las acciones del Distrito para la apropiada atención del grupo étnico Rrom o Gitano, ente otros:

1. Eje integridad étnica y cultural: El pueblo Rrom se ha mantenido milenariamente a lo largo del mundo gracias a su cultura que lo ha identificado claramente de las demás culturas con las que ha tenido contacto, y en las últimas décadas las dinámicas sociales del urbanismo en las ciudades, especialmente en Bogotá, D.C., han impactado las formas de vida tradicionales de esta población, de ahí que es necesario adoptar medidas urgentes para identificar, proteger y mantener las prácticas culturales y patrimoniales que le permitan la pervivencia cultural del pueblo Gitano.

(...)

3. Eje Desarrollo Económico: El Distrito reconoce, promueve y fortalece el desarrollo económico propio del grupo étnico Rrom o Gitano a través de la implementación de proyectos encaminados a la generación de ingresos y empleabilidad, a través de los sistemas productivos propios que permitan mejorar condiciones de vida de esta población e incentivar la economía a través de la vortechia- uniempresas, famiempresas, microempresas, empresas asociativas y otras formas de producción. La ejecución de estrategias de capacitación para la inserción laboral y el óptimo desarrollo de las dinámicas productivas, y programas para mujeres cabeza de familia, acorde con las características y tradiciones del pueblo Rrom y en común acuerdo entre la Kumpania y la Administración Distrital. (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2011)

Ahora bien, las acciones afirmativas en materia de emprendimiento que fueron concertadas con la comunidad Rrom y la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico para 2017, según la información remitida directamente por esta entidad, fueron las siguientes:

Diseño y ejecución de una ruta de atención diferencial de empleo para la comunidad Rrom.
Garantizar la participación de la comunidad Rrom en las convocatorias de financiamiento y emprendimiento, brindando asistencia técnica y alistamiento financiero, para la presentación a la entidad financiera correspondiente.
Ejecutar una feria gastronómica, artesanal y cultural para comunidades Rrom.
Procurar la participación de la comunidad Rrom, en los mercados campesinos que se lleven a cabo.

Por su parte, el documento diagnóstico que realizó en 2017 la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico para la formulación de la Política de Emprendimiento (según la información remitida por la misma entidad), permitió concluir que son problemáticas y expectativas de esta población las siguientes:

Problemáticas relacionadas con el mercado de bienes y servicios
Inexistencia de espacios para la promoción y la venta de mercancías
Falta de sitios permanentes para prácticas propias de las comunidades como la gastronomía, la quiromancia, entre otras.
Problemáticas relacionadas con el mercado financiero
Falta de recursos económicos para financiar espacios, instructores, etc.
Altos niveles de autofinanciación del emprendimiento

Problemáticas relacionadas con las entidades de soporte
Falta de programas y proyectos destinados a los niños, jóvenes, mujeres y adultos mayores
Mala relación de las comunidades con la Secretaria Distrital de Desarrollo Económico."
Expectativas en relación con las políticas
Respeto del enfoque diferencial por etnias en los compromisos de la política pública de emprendimiento
Reconocimiento de las actividades culturales como la danza, la quiromancia, entre otras.
Expectativas en relación con el mercado de bienes y servicios
Creación de espacios de participación para emprendedores y emprendedoras sin experiencia
Generación de vitrinas efectivas y con buena ubicación para la comercialización de los productos
Fortalecimiento de los saberes culturales en el mercado laboral.
Expectativas en relación con la cultura de emprendimiento
Apoyo a los jóvenes y adultos mayores para el desarrollo de proyectos culturales.

Población Negra, Afrodescendiente y Palenquera

El Instituto Distrital de las Artes- IDARTES, entidad adscrita a la SCRD, al referirse a la población afrocolombiana señala que son los grupos humanos que hacen presencia en todo el territorio nacional (urbano-rural) de raíces y descendencia (descienden de otros) histórica, étnica y cultural africana nacidos en Colombia, con diversidad racial, lingüística y folklórica. La comunidad negra es identificada como el conjunto de familias de ascendencia (antepasados) afrocolombiana que poseen una cultura propia, comparten una historia y tienen sus propias tradiciones y costumbres desde la relación campo-poblado, además revelan y conservan conciencia de identidad que las distingue de otros grupos étnicos. La población palenquera hace referencia a la población afrocolombiana de San Basilio de Palenque (municipio de Mahates, departamento de Bolívar) y San José de Uré en Córdoba. Conservan varios rasgos, entre ellos una lengua criolla derivada de la mezcla de dialectos provenientes de África.

El Acuerdo Distrital 175 del año 2005 "Por medio del cual se establecen los lineamientos de la Política Pública para la Población Afrodescendiente Residente en Bogotá y se dictan otras disposiciones" define la Política Pública para la población Afrodescendiente residente en Bogotá, como

el conjunto de acciones dirigidas a promover de manera efectiva y eficaz el desarrollo integral de esta población, a fin de proteger la diversidad étnica y cultural de la ciudad y reconocer los aportes de los afrodescendientes en la consolidación de un proyecto de ciudad más democrática. (Concejo de Bogotá, 2005)

El Decreto 151 de 2008 "Por el cual se adoptan los lineamientos de Política Pública Distrital y el Plan Integral de Acciones Afirmativas, para el Reconocimiento de la Diversidad Cultural y la Garantía de los Derechos de los Afrodescendientes" (Alcalde Mayor de Bogotá, 2008) establece como lineamientos para orientar las acciones del Distrito para la apropiada atención de esta población, entre otros:

- **Fortalecimiento de la cultura de la población afrodescendiente.** La Administración Distrital reconocerá, valorará y apoyará el fortalecimiento de su etnicidad, a través de un ambiente ciudadano respetuoso y tolerante con esta población.
- **Garantía del ejercicio de los derechos de los afrodescendientes, con énfasis en los derechos humanos y en el reconocimiento de los derechos históricos y contemporáneos como grupo étnico.** Además de los derechos individuales de todo ciudadano, se garantizarán a la población Afrodescendiente sus derechos colectivos fundamentales, referentes a la identidad cultural, la autonomía en sus asuntos comunitarios, la participación y representación, y la apropiada aplicación de alternativas de desarrollo.
- **Promoción de la construcción de relaciones de entendimiento intercultural entre los afrodescendientes y el conjunto de la población bogotana.** Promover a Bogotá como ciudad multiétnica, pluricultural e intercultural para construir una ciudad incluyente de todos los grupos humanos, con un ambiente cultural en el que los sectores sociales con identidades particulares, participen sin perder su identidad y en donde se reconozcan los derechos históricos y contemporáneos como grupo étnico.
- **Reconocimiento y apoyo a las dinámicas socioculturales, económicas y organizativas particulares de los afrodescendientes, incluyendo las perspectivas de género y generacionales.** A partir de las tradiciones culturales, las expresiones artísticas, destrezas, actividades productivas y potencialidades, se reconocerán las dinámicas socioculturales, económicas y organizativas de esta población.

Ahora bien, las acciones afirmativas en materia de emprendimiento que fueron concertadas con la población afrodescendiente y la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico para 2017, según la información remitida directamente por esta entidad, fueron las siguientes:

Contratar a un referente étnico, bajo el sistema de cuotas, para dinamizar el tema afrodescendiente en los servicios que ofrece la Secretaría de Desarrollo Económico.
Elaborar una estrategia comunicativa Integral para visibilizar experiencias exitosas de las unidades productivas de la comunidad afro, negra y palenquera
Garantizar la participación de la comunidad afro en las convocatorias de financiamiento y emprendimiento, brindando asistencia técnica y alistamiento financiero, para la presentación a la entidad financiera correspondiente.
Diseño y ejecución de una ruta de atención diferencial de empleo para la comunidad afro, negra y palenquera.
Realizar la caracterización de las unidades productivas e ideas de negocios de la población afro, negra y palenquera, mediante un formato ubicado online como también físico, la cual finalizara la primera fase el 30 de junio de 2017.
Garantizar la participación de las comunidades negras, afrocolombianas y palenqueras, en los mercados campesinos mediante cupos asignados.
Ejecutar una feria gastronómica para comunidades afro, negra y palenquera mensualmente con 7 puestos establecidos iniciando el 26 de mayo de 2017, en la Plaza de Artesanos.

Por su parte, el documento diagnóstico que realizó en 2017 la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico para la formulación de la Política de Emprendimiento (según la información remitida directamente por esta entidad), permitió concluir que son problemáticas y expectativas de esta población las siguientes:

Problemáticas relacionadas con el capital humano
Desconocimiento de la política pública.
Falta de capacitaciones sobre emprendimientos
Bajo conocimiento financiero por parte de los emprendedores y emprendedoras.
Problemáticas relacionadas con las entidades de soporte
Falta de acompañamiento continuo a los emprendimientos
Escaso apoyo a los emprendimiento cultural, ancestral o tradicional en comparación con los emprendimientos de innovación.
Problemáticas relacionadas con el mercado financiero
Falta de capital semilla
Falta de apoyo financiero

Reportes negativos por mínimas sumas de dinero en las centrales de riesgo.
--

Expectativas en relación con las entidades de soporte
--

Mayor capacitación en emprendimiento, apoyo y seguimiento a los emprendimientos a mediano y largo plazo.
--

Convenios entre diferentes entidades de manera que se haga una mayor participación de la comunidad y que se promuevan los emprendimientos ancestrales y tradicionales.
--

Expectativas en relación con el mercado de bienes y servicios
--

Generación de espacios que permitan la reubicación de los vendedores informales

Creación de vitrinas y espacios bien ubicados que promuevan las ventas
--

Generación de espacios propios para grupos étnicos donde existan productos, pero también servicios, por ejemplo, gastronómicos
--

Manejo adecuado al producto nacional y tratamiento fuerte al producto extranjero, en especial si es de contrabando.

Conclusiones grupos étnicos

- Existe una oportunidad desde la SCRD de trabajar de la mano con el referente poblacional y la comunidad, para socializar y promover la participación de esta población en los programas de aplicación general de la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa. De ser necesario se propenderá por el diseño y construcción de programas a la medida en los espacios de participación vigentes de manera concertada con estos grupos y con el apoyo de las entidades distritales o nacionales que lideren el diálogo con sus representantes.
- Para mayor efectividad en la implementación del enfoque es necesario aunar esfuerzos entre la Secretaría de Gobierno, el IDPAC, la SDDE, la SDIS y la SCRD para la socialización y promoción de los programas generales de la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa o para de ser esto necesario, diseñar y construir programas específicos para el incentivo y desarrollo de las Industrias Culturales y Creativas- ICC.
- Es importante recoger las recomendaciones de la población y construir en coordinación con la Dirección de Asuntos Étnicos de la Secretaría de Gobierno el enfoque diferencial.
- Los programas, planes o proyectos de los grupos étnicos que se diseñen y construyan para el incentivo y desarrollo de las Industrias Culturales y Creativas- ICC, se deberán incluir en los planes integrales de acciones afirmativas. Para la coordinación y puesta en marcha se hará partícipes a la

Comisión Intersectorial Poblacional- CIPO y a la Secretaría Distrital de Planeación de conformidad con la legislación vigente.

- Se identifica una oportunidad de articulación con la Política Pública para los Pueblos Indígenas de Bogotá en relación con el “Camino de economía indígena” que incluye las siguientes líneas de acción: el fortalecimiento de los sistemas productivos, el apoyo técnico y financiero para la creación y fortalecimiento de empresas y otras formas comunitarias de producción, la aplicación e implementación de medidas especiales para la salvaguarda de la propiedad intelectual, la generación de canales de comercialización y, el desarrollo de estrategias de capacitación para el óptimo desarrollo de las dinámicas productivas.
- Se considera importante tener en cuenta la especial protección de los procesos, productos y conocimientos de las Pueblos indígenas y la necesidad de la implementación de acciones que promuevan, visibilicen y fortalezcan la identidad cultural, espiritual, la producción simbólica de las culturas indígenas, el fomento a las prácticas culturales, recreativas y deportivas de estos pueblos, y la promoción de procesos de investigación cultural para recuperar, proteger, preservar, mantener, transmitir y proyectar sus prácticas y expresiones culturales, a partir de sus conocimientos ancestrales y saberes tradicionales, en coordinación y concertación con las autoridades de cada pueblo.
- Existe una oportunidad de articulación con la Política Pública Distrital para el Reconocimiento de la Diversidad Cultural, la garantía, la protección y el restablecimiento de los Derechos de la Población Raizal en Bogotá, en relación con Eje de Desarrollo Económico Raizal. Esta política reconoce la inclusión de la producción artística Raizal como forma de emprendimiento.
- Se considera importante tener en cuenta la necesidad de fomento y desarrollo de la cultura Raizal, de la promoción del reconocimiento distrital, nacional e internacional del patrimonio tangible e intangible del Población raizal, el reconocimiento y valoración del conocimiento tradicional y propiedad intelectual, biológica y energética del Población raizal.
- Existe una oportunidad de articulación con la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa para el grupo étnico Rrom o Gitano, en relación con el Eje integridad étnica y cultural y con el Eje Desarrollo Económico que estructura las acciones del Distrito para la apropiada atención del grupo étnico Rrom o Gitano. De una parte, se reconoce la necesidad de identificar, proteger y mantener las prácticas culturales y patrimoniales que le permitan la pervivencia cultural del pueblo Gitano, y de la otra, incentivar la generación de ingresos a través de los sistemas productivos propios a través de la vortechia-uniempresas, famiempresas, microempresas, empresas asociativas y otras formas de producción.

- Existe una oportunidad de articulación con los lineamientos de Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa y el Plan Integral de Acciones Afirmativas, para el Reconocimiento de la Diversidad Cultural y la Garantía de los Derechos de los Afrodescendientes en lo relacionado con el reconocimiento y apoyo a las dinámicas socioculturales, económicas y organizativas particulares de los afrodescendientes, incluyendo las perspectivas de género y generacionales.

GRUPOS ETARIOS

Infancia y adolescencia

El Código de la Infancia y la Adolescencia establece el marco normativo a nivel nacional y tiene por objeto

establecer normas sustantivas y procesales para la protección integral de los niños, las niñas y los adolescentes, garantizar el ejercicio de sus derechos y libertades consagrados en los instrumentos internacionales de Derechos Humanos, en la Constitución Política y en las leyes, así como su restablecimiento. Dicha garantía y protección será obligación de la familia, la sociedad y el Estado (Congreso de la República).

El Decreto 520 de 2011 adopta la Política Pública de Infancia y Adolescencia de Bogotá, Distrito Capital, 2011 – 2021. En el artículo 8 establece como uno de sus ejes “Niños, niñas y adolescentes en ciudadanía plena”:

Este eje comprende los componentes y situaciones que se identifican como básicas para asegurar el ejercicio y disfrute de los derechos de los niños y las niñas desde la primera infancia hasta la adolescencia en Bogotá. Parte del concepto de protección integral de los niños y las niñas en todas las etapas de su ciclo vital para el reconocimiento de ellos y ellas como sujetos activos en capacidad de aportar al desarrollo social y titulares de derechos, la garantía como cumplimiento de los mismos, la prevención de su amenaza o vulneración y la seguridad de su restablecimiento inmediato en desarrollo del principio del interés superior (Alcaldía Mayor de Bogotá).

Este eje incluye como componente la “Expresión auténtica desde el disfrute del patrimonio cultural, el arte, el juego, la recreación y el deporte” según el cual

Los niños, las niñas y los adolescentes aprenden jugando y se desarrollan con la cultura, la actividad física, la recreación y el deporte. A partir de este componente, en Bogotá se realizan acciones para que desde la primera infancia hasta la adolescencia se disfrute del juego, la recreación y la fiesta, la actividad física y la práctica de deportes recreativos, competitivos y autóctonos, y se erijan éstos como posibilidades y manifestaciones del ejercicio de ciudadanía y del disfrute de la ciudad.

El Distrito Capital los reconoce como derechos esenciales que promueven el desarrollo y la expresión de los niños, las niñas y los adolescentes desde sus estéticas particulares con lenguajes lúdicos, artísticos y literarios propios de su ciclo vital. Así mismo, se propone que sean parte de la vida cultural de la ciudad y se apropien de los parques y escenarios recreativos y deportivos; se promueve que en la infancia y la adolescencia, los niños y las niñas se relacionen constructivamente y con sentido, con el patrimonio intangible y los saberes tradicionales en la ciudad.

Se hace necesario brindar infraestructura protegida y exclusiva, así como facilitar el acceso al juego, el arte, la actividad física, la recreación, el deporte y la cultura, para que niños, niñas y adolescentes de la ciudad gocen plenamente de este derecho, ofreciéndoles experiencias significativas en la vida cultural y del disfrute del patrimonio histórico-cultural de la ciudad. Se quiere también, que los niños y las niñas en todas las etapas de su ciclo vital, con talentos excepcionales desarrollen sus capacidades oportunamente en escenarios propicios para el arte, la actividad física, la recreación, el deporte y la cultura, para que niños, niñas y adolescentes de la ciudad gocen plenamente de este derecho, ofreciéndoles experiencias significativas en la vida cultural y del disfrute del patrimonio histórico-cultural de la ciudad. Se quiere también, que los niños y las niñas en todas las etapas de su ciclo vital, con talentos excepcionales desarrollen sus capacidades oportunamente en escenarios propicios para el arte, la literatura, la actividad física y el deporte competitivo (Alcaldía Mayor de Bogotá. COMITÉ OPERATIVO DISTRITAL DE INFANCIA Y ADOLESCENCIA - CODIA, 2011).

De igual forma desde el componente Niños, niñas y adolescentes discriminados por razones étnicas/raciales y culturales establece

En Bogotá, la Política de Infancia y Adolescencia realizará acciones intencionadas y diferenciales dirigidas a que todos los niños y las niñas, y los adolescentes pertenecientes a las distintas culturas y etnias/razas, independiente de su lugar de origen, para que sea respetada su pertenencia cultural y étnica/racial. Para ello, fomenta su participación en condiciones de equidad, previene su discriminación y genera las condiciones para el ejercicio pleno de sus derechos y la restitución de los mismos en los casos donde hayan sido vulnerados.

Del mismo modo, la política promoverá las condiciones para que sus identidades puedan construirse en armonía con sus necesidades particulares, sus pertenencias culturales y étnicas/raciales y en ejercicio de sus derechos.

Bogotá, se encaminará a partir de acciones puntuales en esta política a constituirse en un entorno que reconozca y respete la diversidad cultural y étnico/racial como característica del desarrollo humano y social (Alcaldía Mayor de Bogotá. COMITÉ OPERATIVO DISTRITAL DE INFANCIA Y ADOLESCENCIA - CODIA, 2011).

La Ley 397 de 1997 o Ley General de Cultura en su artículo 65 establece la educación artística como área obligatoria y fundamental para el logro de los objetivos de la educación básica.

En Colombia, la Ley General de Educación (Ley 115 de 1994) establece en su artículo 20 que son objetivos generales de la educación básica, entre otros:

Propiciar una formación general mediante el acceso, de manera crítica y creativa, al conocimiento científico, tecnológico, artístico y humanístico y de sus relaciones con la vida social y con la naturaleza, de manera tal que prepare al educando para los niveles superiores del proceso educativo y para su vinculación con la sociedad y el trabajo. (Congreso de Colombia, 1994).

El literal l) del artículo 21 de la misma Ley señala que son objetivos específicos de la educación básica en el ciclo de primaria "La formación artística mediante la expresión corporal, la representación, la música, la plástica y la literatura". Por su parte, el artículo 22 reconoce como un objetivo específico de la educación básica en el ciclo secundaria "La apreciación artística, la comprensión estética, la creatividad, la familiarización con los diferentes medios de expresión artística y el conocimiento, valorización y respeto por los bienes artísticos y culturales" (Congreso de Colombia, 1994).

El Decreto 520 de 2011 adopta la "Política de Infancia y Adolescencia en Bogotá D.C. 2011-2021" y establece como objetivo general "Lograr que los niños y niñas desde la primera infancia hasta la adolescencia en Bogotá desarrollen sus potencialidades, capacidades y oportunidades, en ejercicio de sus derechos". En esta política se identifica un interés por potenciar las capacidades de los niños y niñas, sus familias y la comunidad para hacer realidad la garantía de sus derechos (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2011).

El Acuerdo 594 de 2015 crea los Centros de Formación Musical y Artística en Bogotá y el Decreto 541 de 2015 reglamenta este Acuerdo y crea el Sistema Distrital de Formación Artística y Cultural. Este Decreto busca beneficiar a toda la población del Distrito Capital ampliando las posibilidades de oferta, acceso y calidad en la Formación Artística y Cultural. El Sistema es entendido como "la organización de los agentes, instancias y procesos articulados y coordinados para el fortalecimiento y desarrollo de la formación artística y cultural, garantizando los derechos y la promoción de las libertades culturales de los habitantes del Distrito Capital". Tiene por objetivos entre otros, formular políticas, planes, programas para fortalecer las prácticas de formación artística, y propiciar espacios de construcción de conocimiento, investigación y creación en torno a las pedagogías propias del arte (Alcalde Mayor de Bogotá, 2015).

Según el artículo 7 los agentes vinculados con el Sistema son los siguientes:

- a. Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte- SCRD
- b. Secretaría de Educación del Distrito-SED
- c. Instituto Distrital de las Artes- IDARTES
- d. Orquesta Filarmónica de Bogotá- OFB
- e. Instituto Distrital de Patrimonio Cultural- IDPC

- f. Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico- IDEP
- g. Fundación Gilberto Alzate Avendaño- FUGA

También relaciona organizaciones sociales que adelantan procesos de formación artística y cultural, instancias de participación y articulación, instituciones educativas con formación artística y cultural, y comunidad de contexto vinculada a procesos de formación artística y cultural (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2015).

Según el artículo 8 es competencia de la SCR D implementar y poner en funcionamiento con las entidades adscritas al sector, los centros de formación musical y artística. Por su parte, la Secretaría de Educación del Distrito tiene dentro de sus competencias la de impulsar estrategias y programas para incorporar los campos de las artes y la cultura en el desarrollo y formación de la niñez y la juventud (Alcalde Mayor de Bogotá, 2015).

Señala el artículo 17 que

Serán espacios para la formación artística y cultural, los siguientes: los Centros de Formación Musical y Artística conformados por los Centros Locales de Artes para la Niñez y la Juventud –CLAN (hoy en día denominados "Crea"), los Centros Locales Orquestales y los Centros de Formación Musical de la OFB, las Casas de la Cultura, las Bibliotecas Públicas administradas y coordinadas por la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte - SCR D y los demás que se vinculen al Sistema (Alcalde Mayor de Bogotá, 2015).

Los artículos 18 y 19 definen los Centros de Formación Musical y Artística en Bogotá como los espacios dispuestos por la Administración Distrital, para adelantar los procesos misionales de formación en las prácticas musicales y artísticas. Se establece como finalidad de estos Centros reconocer y fortalecer las prácticas pedagógicas de investigación y validación social, propias de la formación artística y cultural, así como ofrecer nuevos espacios de desarrollo formativo, social y cultural para los formadores, las comunidades de contexto, los niños, las niñas y los jóvenes. Cada localidad de la ciudad contará como mínimo con un Centro de Formación Musical y Artística (Alcalde Mayor de Bogotá, 2015).

Según la información suministrada por la Subdirección de Formación Artística del Instituto Distrital de las Artes-IDARTES actualmente cuenta con los programas: "Nidos" arte en primera infancia y "Crea". De una parte, el programa Nidos cuenta con veinte espacios adecuados para la atención de la primera infancia, de la otra, el programa "Crea" (antiguos CLAN) cuenta con veinte centros de formación artística en la ciudad y son espacios adecuados para el desarrollo de la sensibilidad, el disfrute de la experiencia estética, el pensamiento creativo y la expresión simbólica. En ellos, a través de las diferentes áreas artísticas desarrollas tu sensibilidad y pensamiento creativo, mientras disfrutas de prácticas artísticas colectivas en los talleres de Música, Audiovisuales, Artes Plásticas, Arte Dramático, Danza y Literatura. El programa

se desarrolla a través de 3 líneas estratégicas: 1. Arte en la escuela; 2. Emprende Crea, y; 3. Laboratorio Crea.

Dentro de este programa la línea "*Emprende Crea*" genera oportunidades y fortalece capacidades de niños, niñas y jóvenes que llegan por su deseo y decisión, permitiendo el desempeño de alto rendimiento en alguna de las áreas artísticas, y generando estrategias para el emprendimiento cultural y el uso de las nuevas tecnologías como mecanismo y así generar proyectos de vida, a través del arte. Esta línea contiene dos componentes:

1. Manos a la obra: Es un proceso de formación flexible para que niños y niñas, entre los 6 y 14 años, se acerquen al arte y descubran áreas artísticas de su interés.
2. Súbete a la escena: Esta línea busca resultados artísticos de alto nivel, desarrollar circuitos permanentes para la visibilidad de los productos artísticos y proponer proyectos de vida y ejercicio profesional en su área artística.

Los Centros de Formación "Crea" se encuentran en las siguientes localidades: Usme, Bosa, Kennedy, Fontibón, Engativá, Suba, Barrios Unidos, Los Mártires, Rafael Uribe Uribe y Ciudad Bolívar. Crea atiende en siete áreas artísticas: Danza, Música, Artes Electrónicas, Literatura, Audiovisuales, Artes Plásticas, Teatro.

Durante el 2017 se atendieron a 66.340 ciudadanos quienes participaron en los procesos de formación artística en sus tres líneas de atención:

- 58.520 niños y jóvenes en Arte en la Escuela
- 7.529 niños y jóvenes en Emprende Crea
- 291 adultos en los Laboratorios Crea

El Programa "Crea" al ser un espacio incluyente atendió a todo tipo de población:

- 98 ciudadanos en condición de discapacidad
- 75 adultos mayores
- 7 ciudadanos LGBTI
- 27 personas privadas de la libertad
- 16 ciudadanos desvinculados de grupos armados
- 2.710 ciudadanos en condición de desplazamiento
- 8 víctimas de minas antipersonal
- 388 ciudadanos de grupos étnicos

Para tener mayor impacto el programa cuenta con:

- 550 artistas Formadores
- 20 centro de Formación
- 94 colegios Distritales vinculados al programa
- 15 organizaciones Artísticas vinculadas

De otra parte, el Proyecto Educativo de la OFB realiza procesos de formación musical a través del Proyecto Filarmónico Escolar (ProFE) y los Centros

Filarmónicos Locales (CeFis). Enfocado en estrategias pedagógicas que promueven el desarrollo de habilidades musicales como parte de la formación integral de niños, niñas y adolescentes de la ciudad.

Los Centros filarmónicos (CeFis) son espacios de formación musical centrados en el trabajo de equipo en grupos abiertos para niños, niñas y adolescentes de 7 a 17 años de edad, de las localidades de Bogotá, como una valiosa alternativa para ejercer prácticas sanas en la ocupación de tiempo libre. Los proyectos de formación son gratuitos y se encuentran en las localidades de: Teusaquillo, Bosa, Candelaria, Ciudad Bolívar, Santa Fe, Usaquén, Tunjuelito, Engativá, Rafael Uribe Uribe, Fontibón, San Cristóbal, Chapinero. Por su parte, el Proyecto Filarmónico Escolar (ProFE) tiene presencia en 31 colegios distritales.

Adicionalmente, el Instituto Distrital de Patrimonio ha venido implementando el programa Civinautas por medio del cual se sensibiliza a niños, niñas y adolescentes a través de una cátedra de patrimonio del programa de jornada única y se realizan procesos de investigación, sistematización y memoria en esta área.

Ahora bien, la Ley 1098 de 2006 por la cual se expide el Código de la Infancia y la Adolescencia establece en el artículo 30 el derecho a la recreación, participación en la vida cultural y en las artes, así: "Los niños, las niñas y los adolescentes tienen derecho al descanso, esparcimiento, al juego y demás actividades recreativas propias de su ciclo vital y a participar en la vida cultural y las artes" (Congreso de Colombia, 2011). Es pertinente fomentar medidas que garanticen el acceso y el consumo de bienes y servicios culturales para para el goce y disfrute de esta población y entender que esta población es un foco para el sector de servicios culturales y creativos que debe ser desarrollado.

Como bien señala la Hoja de Ruta para la Educación Artística de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura de 2006:

Para que tanto los niños como los adultos participen plenamente en la vida cultural y artística, deben aprender progresivamente a comprender, apreciar y experimentar las expresiones artísticas mediante las cuales otros humanos, habitualmente denominados "artistas", exploran y comparten sus ideas sobre distintos aspectos de la existencia y la coexistencia. Dado que proporcionar a todas las personas las mismas oportunidades para desarrollar su actividad cultural y artística constituye un objetivo primordial, la educación artística debe convertirse en una parte obligatoria de los programas educativos. Asimismo, la educación artística es un proceso a largo plazo, por lo que debe ser sistemática y desarrollarse a lo largo de los años. (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 2006)

Es importante señalar que, a pesar de los esfuerzos desde lo público para ofrecer formación artística a esta población, se evidencian riesgos y limitaciones a esta intervención. Como se advierte en las memorias del Seminario "Las artes a la

canasta familiar” realizado en 2015, los presupuestos asignados a la formación artística son mínimos teniendo en cuenta los alcances e impactos esperados de esta, los programas no son constantes y no cuentan con los tiempos necesarios para abordar procesos con los participantes y la evaluación se hace con base en indicadores cuantitativos y no cualitativos (Alcaldía Mayor, 2015).

Vale señalar que la educación artística incluye la educación a niños, niñas y jóvenes, la formación y entrenamiento de artistas, y la formación de docentes en artes. Según la Investigación de Educación Formal de la Dirección de Metodología y Producción Estadística del DANE, en Bogotá de 62730 docentes de instituciones públicas y privadas, para Preescolar, básica primaria, básica secundaria y media, 3535 equivalente a un 5,6% corresponde a docentes en educación cultural y artística. De estos, 1679 es decir 47,49% son hombres y 1856 es decir 52,5% son mujeres. La docencia es en una oportunidad laboral y una fuente de ingresos para los artistas que la ejercen.

Conclusiones

- Se identifica un interés por potenciar las capacidades de los niños y niñas, sus familias y la comunidad para hacer realidad la garantía de sus derechos. Existe una oportunidad de trabajar de la mano con las entidades adscritas potenciando las capacidades de los niños y adolescentes en relación con las actividades asociadas a las industrias culturales y creativas en el marco del programa CREA EMPRENDE.
- Se recomienda trabajar de la mano con el referente poblacional y la comunidad, identificar las actividades asociadas a las industrias culturales y creativas que se desarrollan y vincularlas a la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa. Por ejemplo, revisar la posibilidad de promover la creación de una rueda de negocios de servicios para la infancia y adolescencia a la que se vinculen actores de sectores como el editorial, de artes escénicas y música entre otros.
- Es necesario propender por la continuidad de los programas de formación en artes que se han venido realizando, medir sus resultados y actualizar sus contenidos de acuerdo con las dinámicas de la industria.

Juventud

Los y las jóvenes son actores centrales de una Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa por su participación en la apropiación y creciente intervención en la creación cultural, la construcción de intersubjetividades, su presencia en las diversas manifestaciones de la cultura digital y las tensiones que se establecen entre las tendencias de la cultura mundializada y las culturas locales.

Según el Estatuto de Ciudadanía Juvenil (Ley Estatutaria 1622 de 2013), se considera joven a toda persona entre 14 y 28 años cumplidos en proceso de consolidación de su autonomía intelectual, física, moral, económica, social y cultural que hace parte de una comunidad política y en ese sentido ejerce su ciudadanía.

La juventud constituye una etapa clave en la formación de los individuos pues es el momento en que se plantean proyectos de vida, se exalta el libre desarrollo de la personalidad y se tejen vínculos y redes sociales por fuera del entorno doméstico y escolar. (Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, 2014)

El Decreto 482 de 2006 adopta la Política Pública de Juventud para Bogotá 2006-2016 y dispone en el artículo 21 al referirse a los derechos a las expresiones culturales, artísticas, turísticas y del patrimonio, que los lineamientos generales de la misma están orientados a la materialización de los derechos culturales de la juventud, el emprendimiento turístico, así como el fomento de las expresiones artísticas y culturales de esta población. El artículo 16 del mencionado Decreto señala que el derecho al trabajo hace parte de los Derechos Económicos Sociales y Culturales, y permite garantizar las condiciones equitativas, satisfactorias, dignas y justas de trabajo, así como la libre elección o aceptación del mismo. (Alcalde Mayor de Bogotá, 2006)

El artículo 17 dispone que los lineamientos generales giran en torno a la inclusión económica, productiva y social de los y las jóvenes a la vez que propende por la formación integral y acceso a la productividad y la generación de ingresos de los y las jóvenes para la construcción del proyecto de vida individual y colectivo en la ciudad. Los lineamientos son los siguientes:

- a. Promover la articulación entre el ámbito educativo formal, para el trabajo y Desarrollo Humano e informal, con el ámbito técnico, tecnológico, universitario y del mercado laboral, de tal modo que se brinde la posibilidad de una formación integral que facilite a los y las jóvenes el ingreso a la vida productiva y laboral, a la autogestión individual y/o colectiva, en formas de agrupación comunitaria, proyectos laborales, productivos y de emprendimiento.
- b. Establecer herramientas pedagógicas para docentes en el área de productividad, que permitan el acompañamiento de una formación laboral y profesional de calidad para los y las jóvenes, acorde con los requerimientos de autonomía y desarrollo productivo juvenil.
- c. Promover y fomentar la formación formal, para el trabajo y el Desarrollo Humano e informal continua a los y las jóvenes que se encuentran vinculados laboralmente, propendiendo por la actualización del conocimiento ante los desarrollos productivos del ámbito local, distrital, regional, nacional e internacional.

(...)

g. Promover el fortalecimiento de la producción y comercialización local, distrital, regional, nacional e internacional de los bienes y servicios de iniciativa juvenil y su articulación a los mercados local, distrital, nacional e internacional.

h. Fomentar alianzas y convenios entre el sector público y el sector privado en los diferentes ámbitos territoriales, que apunten a la formación de una cultura para el trabajo, a la generación de empleo, a la investigación en el ámbito productivo, al desarrollo de habilidades para los y las jóvenes con cualidades investigativas y al apoyo de iniciativas productivas juveniles.

(...)

j. Apoyar las iniciativas de los y las jóvenes rurales y urbanos de Bogotá que estén orientadas a la productividad, competitividad, generación de empleo, cadenas productivas, desarrollos de tecnología y prestación de servicios sociales con recursos económicos provenientes de instancias gubernamentales, no gubernamentales y del sector privado, sin que ello implique favorecer la deserción escolar.

k. Impulsar la reglamentación de programas, planes, proyectos, acuerdos, normas y leyes relacionadas con la generación de ingresos, la empleabilidad y el derecho al trabajo juvenil con la participación de los y las jóvenes. (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2006)

El artículo 21 señala que los lineamientos generales están orientados a la materialización de los derechos culturales de la juventud, el emprendimiento turístico, así como el fomento de las expresiones artísticas y culturales de esta población. Los lineamientos incluyen:

(...) c. Fomentar las iniciativas de emprendimiento, creación, producción, comercialización y circulación de las iniciativas juveniles con énfasis en aquellas provenientes de los procesos culturales, artísticos y del turismo.

i. Establecer planes, programas y proyectos dirigidos al fortalecimiento del emprendimiento turístico juvenil, promoviendo el respeto de la diversidad, el medio ambiente, la cultura y la protección de la riqueza de la cultural y patrimonial de la ciudad.

k. Acompañar a las organizaciones culturales mediante el otorgamiento de apoyos técnicos, financieros y conceptuales para fortalecer sus capacidades para el emprendimiento de proyectos culturales y sus sostenibilidad social y económica. (Alcalde Mayor de Bogotá, 2006)

La Secretaría Distrital de Integración Social-SDIS gerencia el programa Distrito Joven que tiene por objetivo fortalecer el desarrollo de capacidades y generación de oportunidades para la juventud en Bogotá, a través de acciones encaminadas al empoderamiento de la política pública juvenil y la garantía de los derechos de los y las jóvenes para el goce efectivo de su ciudadanía. Uno de sus objetivos específicos es promover el talento joven con la generación de oportunidades

para el desarrollo de las competencias. (Secretaría Distrital de Integración Social, s.f.)

Dentro de los componentes previstos para su desarrollo están, entre otros:

- La Ruta de Oportunidades Juveniles (ROJ) que se llevará a cabo a través de alianzas público- privadas y de trabajo intersectorial, para el desarrollo de la ciudadanía juvenil y la generación de competencias laborales, a través de procesos de formación.
- Reformulación de la Política Pública de Juventud 2017-2027 para garantizar a todos los y las jóvenes el ejercicio pleno de la ciudadanía (civil, social y pública). (Secretaría Distrital de Integración Social, s.f.)

Vale mencionar que existen 13 Casas de la Juventud que son espacios de encuentros culturales, sociales y participativos donde pueden asistir los jóvenes, estos lugares fomentan y fortalecen el desarrollo de potencialidades y capacidades políticas, artísticas, culturales, recreativas y deportivas. En estos espacios se desarrollan de forma permanente y constante procesos de formación gestionados por la Alcaldía Mayor de Bogotá, así como por los mismos jóvenes que asisten a las casas. Los procesos de formación en las Casas de la Juventud van desde producción musical, artes plásticas, danza, serigrafía, herramientas tecnológicas hasta emprendimiento y cursos cortos de la mano del SENA.

El Acuerdo 672 de 2017 establece los lineamientos de la Política de Juventud del Distrito Capital y señala que como finalidades del proceso de actualización, entre otras, reposicionar el papel individual y colectivo de las juventudes como sujetos activos de derechos y agentes estratégicos que inciden en el desarrollo y transformación de las realidades sociales de la ciudad, a través de un ejercicio político responsable e incidente desde la diversidad, la diferencia y la autonomía y, consolidar la plena autodeterminación y el desarrollo de proyectos de vida diferenciados en las juventudes del Distrito Capital. Lo anterior, mediante la promoción de estrategias institucionales y no institucionales que permitan desarrollar todas las posibles capacidades, competencias y potencialidades tanto individuales como colectivas de los sujetos juveniles. (Concejo de Bogotá, 2017)

Según el artículo 7, la política tendrá en cuenta, entre otros, el enfoque de desarrollo humano con el fin que cada joven que participe en este proceso tenga la oportunidad de llevar al máximo sus capacidades humanas para el cumplimiento de sus proyectos de vida como garantía hacia la movilidad social juvenil y en función del desarrollo de una mejor sociedad. (Concejo de Bogotá, 2017)

El artículo 8 por su parte dispone que la Administración tendrá una dimensión cultural

Los derechos culturales tienen por objeto garantizar el ejercicio pleno de las costumbres, tradiciones y formas de constitución de la identidad individual y colectiva juvenil, así como el acceso de los y las jóvenes a los bienes culturales y artísticos como eje del desarrollo del individuo inmerso en el mundo de representaciones que constituye la sociedad. (Concejo de Bogotá, 2017).

Ahora bien, dentro de su Plan de Acción 2017, la Secretaría Distrital de Desarrollo incluyó un lineamiento que tuvo por objetivo generar alternativas de ingresos a través del emprendimiento y el fortalecimiento empresarial de la población sujeto de atención e incluyó las siguientes líneas de acción:

Apoyar las iniciativas de los y las jóvenes rurales y urbanos de Bogotá que estén orientados a la productividad, competitividad, generación de empleo, cadenas productivas, desarrollos de tecnología y prestación de servicios sociales con recursos económicos provenientes de instancias gubernamentales, no gubernamentales y del sector privado, sin que ello implique favorecer la deserción escolar.

Por su parte, el documento diagnóstico que realizó en 2017 la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico para la formulación de la Política de Emprendimiento, permitió concluir que son problemáticas y expectativas de esta población las siguientes:

Problemáticas relacionadas con las políticas nacionales y locales
Falta de regulación de los precios de los productos importados
Baja regulación de impuestos
Problemáticas relacionadas con el mercado financiero
Falta de capital semilla
Poca credibilidad del mercado financiero a los emprendedores y emprendedoras
Problemáticas relacionadas con las entidades de soporte
Falta de apoyo a la innovación y a la creatividad emprendedora
Problemáticas relacionadas con el capital humano
Inexistencia de equipos de trabajo interdisciplinarios
Falta de conocimientos financieros
Baja capacitación para el emprendimiento
Expectativas en relación con las políticas nacionales y locales
Reducción de los impuestos a los emprendedores y emprendedoras

Medidas de regulación temprana para la incorporación de jóvenes
Generación de políticas anti-evasión
Asignación de un presupuesto adecuado para proyectos de emprendimiento
Expectativas en relación con la cultura del emprendimiento
Políticas iguales independientemente del grupo poblacional
Realización de talleres que promuevan el emprendimiento
Implementación de simuladores de emprendimiento
Mejoramiento de los estándares de la educación
Expectativas en relación con las entidades de soporte
Tutorías para mejorar el soporte a los emprendedores y emprendedoras
Seguro de desempleo
Mejoramiento de la seguridad en la ciudad
Seguimiento a las pymes

Aunque en la política adoptada en 2006 ya se incluían unos lineamientos en relación con el emprendimiento, será un reto para el Distrito cumplir especialmente con su responsabilidad de implementar una oferta institucional que fortalezca la movilidad social juvenil desde la generación de oportunidades para el desarrollo de las capacidades individuales y colectivas de estos sujetos y; propiciar la aplicación de los principios de coordinación, corresponsabilidad y concurrencia efectiva con el fin de evitar la duplicidad de funciones, planes, programas y proyectos del orden Nacional y Distrital relacionados con temas de juventudes.

Vale la pena tener en cuenta que para la construcción de las líneas de acción de las políticas es necesario tener en cuenta la normatividad vigente a nivel nacional que otorga beneficios a esta población. Por ejemplo, la Ley 1780 de 2016 que establece como beneficio a la denominada pequeña empresa joven la exención del pago en la matrícula mercantil y su renovación.

Conclusiones

- Existe una oportunidad de articularse a las acciones mediante las cuales se ha venido implementando la Política Pública de Juventud para Bogotá 2006-2016 vigente.
- Se reconoce una oportunidad de vincular la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa a la Política de Juventud 2017-2027 en

formulación, ya que está enfocada en llevar al máximo las capacidades de los jóvenes de la ciudad para el emprendimiento de sus proyectos de vida.

- Existe una oportunidad de aunar esfuerzos entre la Secretaría Distrital de Integración Social y la SCRD, con el objeto de articular la Ruta de Oportunidades Juveniles y la Política de Juventud 2017-2027, para construir programas específicos para el incentivo y desarrollo de la Economía Cultural y Creativa.
- Es pertinente que desde la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte y sus entidades adscritas se trabaje de manera articulada con las casas de la juventud con el objeto de revisar la oferta de formación en competencias emprendedoras.

Adultez, vejez y envejecimiento

Sea lo primero aclarar que según “la Política Pública de y para la Adultez en el Distrito Capital” adoptada mediante el Decreto 544 de 2011, se considera adulto a toda persona entre los 27 y 59 años de edad) (El Alcalde Mayor de Bogotá, 2011). No se puede confundir la adultez con la vejez cuyo ciclo inicia a partir de los 60 años.

Vale la pena recoger dos reflexiones recogidos en los antecedentes de la formulación de esta política:

Dos reflexiones iniciales, relacionadas entre sí, han marcado el rumbo de la preocupación en este sentido. La primera consistió en verificar que a la adultez se le concibe, básicamente, en función de su papel de agente productivo en la sociedad. La segunda giró alrededor del estatus político de adultas y adultos, pues en este momento de la vida se forja el sujeto político que resulta vital convocar para garantizar y promulgar la estabilidad de un proceso democrático de fuerte raíz. Se decidió entonces adoptar la perspectiva de desarrollo humano y desde allí abordar a la adultez como el momento privilegiado para el ejercicio de la libertad positiva, entendida ésta última desde la capacidad de agencia para poder realizar lo que cada persona considera bueno y de adquirir aquellos bienes que considera valiosos. La capacidad de agencia, además, constituye un oportuno concepto que enlaza la perspectiva del desarrollo humano con el enfoque poblacional al que está adscrita una política como la de adultez. En la medida en que el desarrollo aquí busca mejorar las condiciones de vida de las personas, materializando los derechos que les permiten a adultas y adultos alcanzar su proyecto de vida, la expectativa de agencia le atribuye como razón de ser al Estado garantista de derechos la de aumentar capacidades y oportunidades. Esta reflexión supone comprender que en la adultez se ha “consolidado gran parte del capital humano (educación y experiencia) y, además, el margen de ejercicio de su responsabilidad se ha ampliado” (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2011).

De conformidad con el artículo 9 del Decreto 544 de 2011, esta Política se articula a través de Dimensiones, Ejes y Líneas de Acción, entre ellas la dimensión socioeconómica y, de diversidad y cultura, así:

1. Dimensión Socioeconómica. Constituye el pilar que soporta acciones de Política orientadas a fomentar el desarrollo humano de adultos/as, y el mejoramiento de sus condiciones de vida en la ciudad. Se convierte en la base principal de la intervención pública en los derechos socio-económicos (Seguridad Económica, Trabajo Digno y Decente, Educación, Salud, Alimentación y Nutrición, y Recreación y Deporte). Los ejes y las líneas de acción de esta dimensión son:

Eje 1: Adultos/as con trabajo digno y decente, y oportunidades económicas. Este eje contiene las siguientes líneas de acción:

- * Seguridad económica
- * Trabajo digno y decente

Eje 2: Adultos/as gozando efectivamente de sus derechos sociales. Este eje contiene las siguientes líneas de acción:

- * Salud
- * Educación
- * Alimentación y nutrición
- * Recreación y deporte

5. Dimensión Diversidad y Cultura. Propone acciones de Política para visibilizar a los/as adultos/as, y el disfrute de una ciudad intercultural, plural y diversa en igualdad y equidad. Esta dimensión, estrechamente relacionada con los conceptos de adultez, desarrollo humano, condiciones de vida e interculturalidad, busca materializar el enfoque diferencial en el mejoramiento de las condiciones de vida de las diversas poblaciones en la ciudad. Se constituye en la base de la intervención pública en los derechos culturales y el libre desarrollo de la personalidad. Los ejes y las líneas de acción de esta dimensión son:

Eje 9: Adultos/as visibles en la ciudad. Este eje contiene la siguiente línea de acción:

- * Auto-reconocimiento y reconocimiento.

Eje 10: Adultos/as que gozan de una ciudad intercultural, plural y diversa en igualdad y equidad. Este eje contiene las siguientes líneas de acción:

- * Cultura
- * Libre desarrollo de la personalidad
- * Inclusión de los grupos étnicos, y comunidades campesinas y rurales

El Decreto 345 de 2010 adopta la Política Pública Social para el Envejecimiento y la Vejez en el Distrito. El artículo 5 de este Decreto establece como objetivo general de la Política:

Garantizar la promoción, protección, restablecimiento y ejercicio pleno de los derechos humanos de las personas mayores sin distingo alguno, que permita el desarrollo humano, social, económico, político, cultural y recreativo, promoviendo el envejecimiento activo para que las personas mayores de hoy y del futuro en el Distrito Capital vivan una vejez con dignidad (Alcalde Mayor de Bogotá, 2010).

El artículo 9 del mismo Decreto dispone que es una dimensión de esta Política: Vivir bien en la vejez. El eje Techo, comida y sustento busca agrupar las líneas/derechos que van dirigidas a garantizar la satisfacción de necesidades materiales esenciales para proteger la vida y la dignidad humana en la vejez, en relación con un lugar donde vivir, alimento suficiente y nutritivo y los medios económicos para vivir (Alcalde Mayor de Bogotá, 2010). A partir de este eje se puede ver el emprendimiento como una herramienta para vivir dignamente, generando solvencia económica y sustento al adulto mayor.

Ahora bien, dentro de su Plan de Acción 2017, la Secretaría Distrital de Desarrollo en conjunto con el Instituto para la Economía Social IPES, incluyó las siguientes líneas de acción:

- Asignar a personas mayores de 60 años vendedores informales módulos en empresas públicas y/o privadas para la venta de sus productos.
- Acompañar a personas mayores de 60 años vendedores informales para el desarrollo de competencias en emprendimiento y/ o fortalecimiento empresarial.
- Asignar a población mayor de 60 años alternativas comerciales transitorias en puntos comerciales, quioscos, puntos de encuentro y Zonas de Aprovechamiento Económico Reguladas Temporales –ZAERT.
- Asignar a población mayor de 60 años alternativas comerciales transitorias en Ferias Comerciales.

Vale la pena señalar que mediante el Acuerdo 188 de 2005 modificado por el Acuerdo 669 de 2017 ordena en su artículo primero la emisión y cobro de la "Estampilla para el Bienestar del Adulto Mayor", como recurso de obligatorio recaudo, cuya finalidad primordialmente es contribuir con la construcción, instalación, adecuación, dotación, funcionamiento y desarrollo de programas de prevención y promoción en los Centros de Bienestar del Anciano y Centros de Vida para la Tercera Edad, con el fin de elevar la calidad de vida de esta población. El producto de los recursos generados por concepto de la estampilla, se destinará, de acuerdo con lo consagrado en la normatividad vigente, sin perjuicio de los recursos adicionales que puedan gestionarse a través del sector privado y/o de cooperación Internacional, Nacional y Local (Concejo de Bogotá, 2017).

De conformidad con el artículo 4 de este Acuerdo, las entidades que conforman el presupuesto anual de Distrito Capital de Bogotá serán agentes de retención de esta estampilla, por lo cual descontarán, al momento de los pagos y de los pagos anticipados de los contratos y adiciones que suscriban, el dos por ciento (2%) de cada valor pagado, sin incluir el impuesto a las ventas de acuerdo a lo establecido en el artículo 4 de la Ley 1276 de 2009 (Concejo de Bogotá, 2017).

Conclusiones

- Existe una oportunidad de vincular la Política Pública Distrital de Economía Cultura y Creativa a la Política Pública de y para la Adulter en el Distrito Capital que reconoce al adulto y su función como agente productivo en la sociedad. En particular, es posible articularse a las acciones que desarrollen la dimensión socioeconómica de esta Política y a su eje adultos con trabajo digno y decente, y oportunidades económicas.
- Existe una oportunidad de vincular la Política Pública Distrital de Economía Cultura y Creativa a la Política Pública Social para el Envejecimiento y la Vejez en el Distrito ya que está enfocada en trascender la visión asistencialista a partir del fortalecimiento de capacidades y el aumento de oportunidades.
- Se evidencia la oportunidad de aunar esfuerzos entre la Secretaría Distrital de Integración Social y la SCRD, con el objeto de articular la destinación que se dé a los recursos provenientes de la "Estampilla para el Bienestar del Adulto Mayor".

SECTORES SOCIALES

Víctimas

Según el Registro Único de Víctimas- RNI, se cuentan 8.746.541 víctimas del conflicto armado en Colombia, de las cuales 349.216 (4%) residen en Bogotá. Se registran 48,02% hombres, 50,96% mujeres y 0,04% LGBT. Se reconocen como población negra 32.754, como indígenas 6.858, como raizales 321, como gitanos 138, como palenqueros 11 y no se clasifican en ninguna 304.790 (87,3%). La localidad en la que reside un mayor número de personas víctimas del conflicto armado es Ciudad Bolívar con 28.425 (15,68%), seguida de Bosa con 26.611 (14,68%), Kennedy con 23.627 (13,03%), Suba con 16.152 (8,91%), Usme con 11.926 (6,58%) y San Cristóbal con 11.849 (6,54%) (Observatorio Distrital de Víctima de Bogotá, 2018).

Para abordar este enfoque, se revisarán las políticas públicas para esta población, el estado actual y acciones realizadas por la Alta Consejería para las Víctimas en esta materia, así como el diagnóstico realizado por la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico de las necesidades de esta población en la ciudad en emprendimiento. El objetivo es revisar el marco general con el fin de identificar si existen líneas de acción que tengan por objeto incentivar la economía cultural y creativa, y si existe información sobre las necesidades de esta población que guarden relación con esta política. El objetivo es destacar que la formulación de la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa, ofrece la posibilidad de construir una ruta apropiada para la construcción de alternativas de desarrollo para quienes pertenecen a estas poblaciones y tienen

o aspiran a tener un proyecto de vida asociado a las industrias culturales y creativas.

La Ley 1448 de 2011 o Ley de Víctimas dicta medidas de atención, asistencia y reparación integral a las víctimas del conflicto armado interno y establece disposiciones para los tres niveles de gobierno. Esta Ley tiene por objeto

establecer un conjunto de medidas judiciales, administrativas, sociales y económicas, individuales y colectivas, en beneficio de las víctimas, dentro de un marco de justicia transicional, que posibilite hacer efectivo el goce de sus derechos a la verdad, la justicia y la reparación con garantía de no repetición, de modo que se reconozca su condición de víctimas y se dignifique a través de la materialización de sus derechos constitucionales (Concejo de Bogotá, 2017).

Establece que se consideran víctimas:

Aquellas personas que individual o colectivamente hayan sufrido un daño por hechos ocurridos a partir del 1 de enero de 1985, como consecuencia de infracciones al Derecho Internacional Humanitario o de violaciones graves y manifiestas a las normas internacionales de Derechos Humanos, ocurridas con ocasión del conflicto armado interno. (Congreso de la República de Colombia, 2011)

En relación con la normatividad a nivel Distrital, como se lee en el considerando del Decreto 059 de 2012, se crea la Alta Consejería para los Derechos de las Víctimas, la Paz y la Reconciliación -ACDVPR como uno de los soportes de un proyecto de ciudad a favor de la construcción de paz, a través de la garantía de los derechos de las víctimas, una reconciliación ciudadana (amplia, más allá de víctimas y victimarios), y la promoción de una cultura de paz que transforme conflictos y genere una opinión pública a favor de la paz (Alcalde Mayor de Bogotá, 2012).

El Acuerdo 491 de 2012 crea el Sistema Distrital de Atención y Reparación Integral a las Víctimas – SDARIV– y establece los lineamientos en el Distrito Capital, para la formulación de la política pública a favor de las víctimas de graves violaciones a los Derechos Humanos, delitos de lesa humanidad y crímenes de guerra contemplados en los tratados internacionales ratificados por Colombia y en la normatividad nacional (Concejo de Bogotá, 2012). Forman parte de este Sistema, la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico -SDDE, el Instituto para la Economía Social IPES, la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte -SCRD, la Secretaría Distrital de la Mujer, la Secretaría de Gobierno, la Secretaría de Integración Social y el Instituto Distrital para la Protección de la Niñez y la Juventud, entre otros.

Es importante señalar que en el mencionado Acuerdo en su artículo séptimo establece que

la oficina de la Alta Consejería para los Derechos de las Víctimas, la Paz y la Reconciliación, en coordinación con la Secretaría de Gobierno y la Secretaría Distrital de Planeación, implementará el Observatorio sobre las víctimas del conflicto armado en Bogotá con el fin de hacer seguimiento a la garantía de los derechos de las víctimas, el cual debe incorporar el Sistema de Información (Concejo de Bogotá, 2012; Concejo de Bogotá, 2012).

El Decreto 531 de 2015 reglamenta el mencionado artículo 7 del Acuerdo 491 de 2012, en lo que corresponde a la creación y funcionamiento del Observatorio Distrital de Víctimas del Conflicto Armado y señala que

el Observatorio es una herramienta para monitorear, hacer seguimiento y analizar la política pública de víctimas en la ciudad; con la finalidad de producir insumos y recursos que sirvan a la toma de decisiones por parte de la Administración Distrital (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2015).

Es importante mencionar que los esfuerzos que se realizan a nivel distrital responden a los lineamientos dados desde el nivel nacional, sin embargo, desde el Distrito se plantean nuevos retos de política para generar soluciones a los problemas que se presentan. En este sentido, el Plan de Acción Distrital-PAD se construye con los compromisos y metas de las entidades que hacen parte del Sistema Distrital de Atención y Reparación Integral a las Víctimas – SDARIV– y con ejes transversales que se convierten en líneas de acción. Conforme al Plan de Acción Distrital- PAD 2018:

Tanto el SDARIV como la ACDVPR han venido evolucionando en el cumplimiento de los requerimientos y exigencias normativas establecidos en la Ley 1448 de 2011, en los decretos reglamentarios y la jurisprudencia existente en la materia. Para tal fin y bajo el entendido que Bogotá es la ciudad que presenta el mayor número de población desplazada en el país y la segunda con mayor número de víctimas de conflicto armado, se ha venido trabajando y articulando la oferta distrital de manera tal que se pueda dar respuesta a las necesidades de la población víctima, la cual, por concepto de la Corte Constitucional es sujeto de especial protección y requiere una oferta especial con un presupuesto destinado específicamente al cumplimiento de lo estipulado por la política (Alta Consejería para las Víctimas, la Paz y la Reconciliación, 2018).

Según el Informe de avance de la Política Pública de Asistencia, Atención y Reparación Integral a Víctimas del Conflicto Armado del 9 de abril de 2018, el Distrito tiene por objetivo realizar una reparación transformadora, así

Si bien la Ley 1448 de 2011 en su artículo 25 dicta que el derecho a la reparación integral comprende las medidas de restitución, indemnización, rehabilitación, satisfacción y garantías de no repetición, así como se debe llevar a cabo en sus dimensiones individual, colectiva, material, moral y simbólica; la política pública para víctimas se propuso garantizar este derecho de manera adecuada, diferenciada, transformadora y efectiva. Por consiguiente, el Distrito Capital ha puesto especial énfasis en realizar una reparación transformadora que busque no solo el restablecimiento de la situación en la que estaba la víctima antes del hecho

victimizante, sino que se propenda por su transformación social y económica. Esto cobra gran importancia en el caso de la Capital en donde se pretende contribuir a que las víctimas reconstruyan su proyecto de vida en busca de mejores oportunidades (Alta Consejería para los Derechos de las Víctimas, la Paz y la Reconciliación, 2017).

Este informe da cuenta de las acciones llevadas a cabo por la ACPVR en el marco de la ruta de Generación de Ingresos y relaciona las siguientes:

Se caracterizaron 5.318 interesados en vincularse a la ruta de generación de ingresos.
Se diseñó e implementó en su primera etapa un programa de acompañamiento psicosocial orientado a mejorar el acceso a las oportunidades de empleo ofertadas, a mitigar la deserción de los programas de formación y a mantener un liderazgo en los procesos de emprendimiento.
Se realizaron 44 talleres vocacionales dirigidos a 743 personas, en los cuales se adelantaron actividades como prealistamientos para las personas que aspiraban a ingresar a ofertas educativas y elaboración de proyecto de vida en la ciudad.
Se convocó a 1.420 personas a la ruta de emprendimiento, de las cuales 275 han sido o están vinculadas a procesos.
Se convocó a una formación en financiamiento en articulación con la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico para personas con interés de emprender o fortalecer su negocio.
Se realizaron 8 talleres en temas como contabilidad y estados financieros, segmentación de mercado y estrategias de mejoramiento de producto de acuerdo a la percepción del cliente final.
Se firmó un convenio con FONADE y SENA para apoyar las ideas de negocio de la población víctima, en donde se ha hecho estudios para aprobación de 22 proyectos que continúan en 2018.
Se realizó acercamiento entre unidades productivas ya estructuradas y representantes de grandes empresas con potencial interés en sus productos en el marco de la macrorueda de negocios.
Se promovió la participación de emprendedores y emprendedoras en la feria Paziempre, en los Mercados Campesinos y en una exposición organizada por la Caja de Vivienda Popular.
Se concretó una alianza con Propaís para facilitar el desarrollo de unidades productivas a partir de la promoción del cooperativismo y el direccionamiento organizado.

El documento diagnóstico que realizó en 2017 la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico para la formulación de la Política de Emprendimiento, permitió concluir que son problemáticas y expectativas de esta población las siguientes:

Problemáticas relacionadas con las entidades de soporte
Baja difusión de información sobre ofertas y convocatorias relacionadas con emprendimiento
Altos niveles de intermediación para la ejecución de los proyectos asignados a esta población
Problemáticas relacionadas con el mercado financiero
Dificultad de acceso al crédito por parte de los jóvenes
Recursos insuficientes para dar sostenibilidad a los emprendimientos
Problemáticas relacionadas con cultura de emprendimiento
Marginación de ciertos tipos de economía
Discriminación racial
Baja cultura de ahorro

Expectativas en relación con las políticas nacionales y locales
Flexibilidad tributaria para superar el valle de la muerte
Programas diferenciales y específicos para grupos poblacionales
Expectativas en relación con el mercado financiero
Homologación de conocimientos para el cumplimiento de requisitos
Financiamiento
Seguimiento y acompañamiento técnico y financiero a las unidades productivas
Expectativas en relación con las entidades de soporte
Identificación de canales de difusión sobre la oferta institucional de apoyo
Integración de los registros de las cámaras de comercio de empresas inactivas

Conclusiones

- Se considera un avance que exista un convenio entre el FONADE y el SENA que apoye ideas de negocio de la población víctima. Esta es una oportunidad para identificar los proyectos aprobados asociados a la economía cultural y creativa y conectar el trabajo que se realiza desde la Alta Consejería para las Víctimas con la oferta del sector.

- Se identifica una oportunidad para que la Alta Consejería para las Víctimas y la SCRD en conjunto con la Alta Consejería para los derechos de las Víctimas diseñe e implemente un programa o ruta de fortalecimiento de la Economía Cultural y Creativa que desarrollen víctimas del conflicto armado.
- Se identifica una oportunidad en la macro rueda de negocios que se está realizando. La SCRD y sus entidades adscritas podrían orientar la selección de empresarios y empresarias que participan en ella y de emprendedores y emprendedoras asociados a la Economía Cultural y Creativa.
- Se identifica una oportunidad en la alianza con Propaís para identificar las unidades productivas asociadas a la Economía Cultural y Creativa que se pueden vincular a la promoción del cooperativismo y el direccionamiento organizado.
- Se establece que se requiere apoyo financiero diferenciado para los emprendimientos y empresas de la población víctima del conflicto con unidades productivas asociadas a la Economía Cultural y Creativa.
- Se identifica una oportunidad en la existencia de un Observatorio Distrital de Víctimas del Conflicto Armado para enfocar la investigación en el desarrollo de las actividades de las víctimas del conflicto asociadas a las economía cultural y creativa. También sería posible identificar las necesidades de esta población en relación a la economía cultural y creativa, construir líneas de acción para fomentar su desarrollo y hacer seguimiento a su evolución.

Población con discapacidad

El Decreto 470 de 2007 adopta la Política Pública de Discapacidad para el Distrito Capital (2007-2020) contiene los principios, dimensiones y deberes de la misma y se basa en un enfoque de derechos que busca implementar el desarrollo integral de las personas con discapacidad de Bogotá. Los referentes conceptuales de la Política Pública de Discapacidad para el Distrito Capital, se orientan hacia la búsqueda del desarrollo humano, social y sostenible de las personas con discapacidad, sus familias, cuidadoras y cuidadores. El referente de desarrollo humano se entiende para esta política como el incremento de las oportunidades y capacidades de las personas para hacer realidad el proyecto de vida que se han propuesto. En este sentido cada persona, hombre o mujer, debe tener, como mínimo, la libertad de: Contar con ingresos suficientes para solventar un nivel de vida digno (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2007).

En las dimensiones de la Política Pública de Discapacidad para el Distrito Capital se definen, entre otras, la dimensión de desarrollo de capacidades y oportunidades y, la dimensión cultural y simbólica. El artículo 9 del Decreto 470 de 2007 que establece la dimensión Desarrollo de capacidades y oportunidades la define como

El espacio en el que se generan y trabajan conjuntamente los mecanismos, fuentes y actores, que permiten construir las acciones necesarias, para que las personas con discapacidad, sus familias y sus cuidadoras y cuidadores hagan uso de sus derechos y deberes en pro de la generación de capacidades humanas, sociales, culturales y productivas para la inclusión social, mediante acciones integrales que garanticen el desarrollo humano y la dignidad de las personas. (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2007)

Se establece como elemento a considerar en esta dimensión, entre otros, el desarrollo de la productividad. Así, el artículo 12 señala:

Se contempla en este artículo, considerar el tejido productivo local y global y tener en cuenta dos criterios: la organización propia de los mercados que definen las características o perfiles del recurso humano, que el mercado absorbe o está en capacidad de absorber, y las características de la población que tiene mayor oportunidad de acceder a este tejido productivo, como sujeto en ejercicio de derecho y sujeto productivo, así como aquellas personas que no son competitivas y requieren de trato especial, mediante el desarrollo de estrategias estructurales para superar el problema de la inclusión al mundo del trabajo, integrando la productividad y el concepto económico; es decir, la generación de ingresos, ubicándose a escala los diferentes niveles posibles de productividad desde las perspectivas de las capacidades, reconociendo las acciones afirmativas que garanticen una real inclusión socio laboral de la población con discapacidad, y la generación de mecanismos de protección que permitan que la PCD desarrolle una actividad productiva y pueda ser generadora de ingresos en función de su plan de vida, el de su familia y el de sus cuidadoras y cuidadores. (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2007)

Siguiendo estos lineamientos la PPDD debe:

- a. Desarrollar programas de protección económica, que incidan en la generación de apoyos para personas con discapacidad y/o sus familias, que cuenten con grados de severidad que comprometan sus capacidades de desempeño laboral-productivo.
- b. Desarrollar planes y programas que garanticen la integración a los procesos regulares o específicos de formación para el trabajo y para la generación de empresa de la PCD y sus familias, que promueva su acceso al mundo laboral y su permanencia en el mismo. De forma complementaria, promover programas específicos para esta población que le permitan vincularse a las cadenas de producción y comercialización, teniendo en cuenta los respectivos territorios: urbano y rural.

- c. Desarrollar programas de promoción de emprendimiento y crecimiento empresarial, de atención específica en el tema diseñado para la población con discapacidad, según sus características de desarrollo y competitividad.
- d. Fortalecer el emprendimiento y el crecimiento empresarial de la población con discapacidad, mediante programas de intermediación de mercados que potencien la producción, la comercialización o venta de servicios generados por esta población mediante el financiamiento con recursos específicos y estrategias dirigidas.
- e. Propugnar por la inclusión del tema de desarrollo y fortalecimiento de competencias en el marco de la formación para el trabajo y educación superior.
- f. Fomentar y propiciar los procesos productivos o laborales de la población con discapacidad, mediante la generación de oportunidades para crear y fortalecer empresas y cooperativas.
- g. Formular e implementar programas de evaluación y calificación para los procesos de empleo y desarrollo productivo, que permitan un monitoreo a la aplicación de los programas existentes para las personas con discapacidad, formulando las acciones complementarias de tipo correctivo, de protección y aseguramiento que correspondan.
- h. Propiciar y fomentar la creación de redes de apoyo institucionales y sociales por medio de la creación de organizaciones, empresas productivas, talleres protegidos, cooperativas y asociaciones de personas con discapacidad que busquen nuevas alternativas de producción de bienes y servicios, acordes a las necesidades del país, para la formación de sistemas productivos y de comercialización que a la vez generen credibilidad que facilite el otorgamiento de créditos y financiación para ellos.
- i. Impulsar la reglamentación de leyes, decretos, acuerdos, planes, programas y proyectos relacionados con la generación de ingresos, la empleabilidad y el derecho al trabajo de las personas con discapacidad y sus familias, con la participación de sus organizaciones.

En materia de emprendimiento, la Secretaría de Desarrollo Económico ha venido dando la línea y para 2017 realizó las siguientes acciones dirigidas a la población con discapacidad:

Implementar y realizar seguimiento a la ruta diferencial de PcD con la elaboración contenidos de visualización en coordinación con la mesa de empleabilidad y productividad, para la visualización y posicionamiento de los programas desarrollados por la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico
Prestación de servicios profesionales para capacitar en educación financiera.
Realizar un diagnóstico de los esquemas de regulación del Distrito en materia de desarrollo empresarial, que permita identificar reguladores, trámites y obstáculos en la creación y sostenibilidad de las empresas
Contratar la prestación de servicios de asistencia técnica a la medida para empresarios y empresarias de la ciudad de Bogotá, de conformidad con las especificaciones y procesos definidos por la entidad.

Capacitar personas con discapacidad o cuidadores tenderos en el distrito capital en emprendimiento o educación financiera

Por su parte, el documento diagnóstico que realizó en 2017 la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico para la formulación de la Política de Emprendimiento, permitió concluir que son problemáticas y expectativas de esta población las siguientes:

Problemáticas relacionadas con entidades de soporte
--

Excesiva tramitología

Falta de dirección y orientación en la creación de empresas

Expectativas en relación con las políticas nacionales y locales
--

Necesidad de establecer normas que favorezcan el emprendimiento

Disminución de aranceles, impuestos y trámites.

Expectativas en relación con las entidades de soporte
--

Necesidad de crear redes de apoyo al emprendimiento con las personas con discapacidad.
--

Teletrabajo para los cuidadores de discapacitados

El 18 de octubre de 2017, el equipo de formulador de la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa de la SCR D realizó un taller de diagnóstico con la población con discapacidad, en la que se identificó lo siguiente:

¿Cuáles son las principales debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas que tiene el emprendimiento cultural?
--

Debilidades:

Circulación de los productos y proyectos culturales

Dificultad de acceso a convocatorias (tramitología internet)
--

Dificultad de articulación intersectorial

No hay espacios de visibilización

No se reconoce la población con discapacidad como potencial artístico

No hay continuidad en los procesos (formación)
--

Espacios físicos y virtuales

Oportunidades:
Política de inclusión cultural
Fortalezas:
Talento Humano
Amenazas:
Procesos desmotivadores de desarrollo cultural
favoritismo

¿Qué se requiere del sector público y privado para que las organizaciones y emprendimientos del sector sean sostenibles?
Público:
Diseño de Programas para personas con discapacidad.
Directorio de artistas, organizaciones que trabajan con población con discapacidad
Espacios de visibilización para artistas con discapacidad (circulación)
Apoyo en la divulgación de los proyectos
Democratizar recursos públicos (todos los grupos poblacionales)
Entidades que se benefician de los recursos públicos, tengan que incluir en sus programas incentivos de población con discapacidad.
Privado:
Reconocimiento de la población con discapacidad.
Responsabilidad social, alianza con organizaciones y emprendimientos culturales.

¿Cómo cree que se puede mejorar el acceso a fuentes de financiación, la formación pertinente y los procesos de circulación para fortalecer el ecosistema cultural?
Visibilizar oferta de artistas en plataformas (Programas de entidades e instituciones)
Intercambios locales y departamentales
Eventos y espacios públicos que garanticen la participación de población con discapacidad.

¿Cómo se pueden estimular el acceso y el consumo de bienes y servicios culturales y creativos?

Garantizar acceso a proyectos y evento a personas con discapacidad, subsidios, tarifas diferenciales.
Espacios accesibles (infraestructura, intérprete, braille)
Integrar artículos de la política de discapacidad (Ley 1171 de 2011)
Información oportuna y accesible para los diferentes tipos de discapacidad
Retribución telefonía móvil para discapacidad.

Conclusiones

- Se requieren espacios adecuados para que la población con discapacidad pueda ofrecer los bienes y servicios asociados a la Economía Cultural y Creativa que quiera transar en el mercado.
- Se identifica una oportunidad de articulación con la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa para esta población, específicamente en la dimensión Desarrollo de Capacidades y Oportunidades. En específico para desarrollar programas de promoción de emprendimiento y crecimiento empresarial y para fortalecer el emprendimiento y el crecimiento empresarial de la población con discapacidad, mediante programas de intermediación de mercados que potencien la producción, la comercialización o venta de servicios generados por esta población mediante el financiamiento con recursos específicos y estrategias dirigidas.

LGBTI

Para abordar este capítulo es importante aclarar que el término LGBT es un acrónimo que hace referencia a orientaciones sexuales no heteronormadas (gay, lesbiana, bisexual) y a identidades de género no hegemónicas (personas transgénero), así como a condiciones de ambigüedad sexual (personas intersexuales). Esta categoría fue adoptada por un grupo de activistas hacia el año 2003 y se utiliza con un criterio práctico adoptado en materia de política pública, para referirse al sectores sociales que poseen identidades de género diversas y una identidad de género distinta a la heterosexual. Esta es una iniciativa de organización ciudadana que busca demostrar al Estado, la necesidad de construir estrategias que permita a estos sectores tener garantías para el goce efectivo de sus derechos debido a la constante vulneración de los mismos por tener un género o identidad de género distintas a las convencionales. Es así como ellos se autodenominan parte de los sectores sociales LGBT; y desde esta distinción, en correspondencia, se logran espacios de trabajo entre distrito y ciudadanía dando como resultado el diseño e implementación de una política pública que busca generar acciones para la garantía de los derechos de las personas LGBTI en el distrito.

Según el “Documento de Lineamientos para la Política Pública dirigida a los sectores sociales LGBT en el Distrito Capital” en 2008

Las siglas LGBT aluden a las palabras lesbianas, gays, bisexuales y transgeneristas y juntas refieren la articulación de una variedad de organizaciones que trabajan por los derechos relacionados con la orientación sexual y la identidad de género.. Se trata de un término “sombrija”, que sin desconocer las diferencias entre los actores que lo componen, resalta su trabajo concertado para transformar situaciones de discriminación y para reclamar derechos como ciudadanas y ciudadanos plenos. En su uso, el término se ha posicionado como referente de conformación de sujetos políticos de lesbianas, gays, bisexuales y transgeneristas y de sus organizaciones, permitiendo la articulación y visibilidad de sus propuestas de transformación social. En el contexto de esta política se usarán las siglas asociadas a sectores sociales, organizaciones o personas (Secretaría Distrital de Planeación, 2008).

El Acuerdo 371 de 2009, establece lineamientos de política pública para la garantía plena de los derechos de las personas lesbianas, gays, bisexuales y transgeneristas -LGBT- y sobre identidades de género y orientaciones sexuales en el Distrito Capital, así como los principios y objetivos de esta. En su artículo 9 señala que

La dirección de la política pública para las personas de los sectores LGBT en Bogotá, estará en cabeza del Alcalde o Alcaldesa Mayor de la ciudad. La formulación, seguimiento y evaluación de esta política estará en cabeza de la Secretaría Distrital de Planeación, a través de la Subsecretaría de Mujer, Géneros y Diversidad Sexual. La ejecución de esta política estará a cargo de las diferentes entidades del Distrito Capital con responsabilidad en el tema, las cuales privilegiarán como espacios de articulación, seguimiento y monitoreo a la mesa intersectorial de diversidad sexual, cuya coordinación y Secretaría Técnica serán ejercidas por la Dirección de Diversidad Sexual de la Subsecretaría de Mujer, Géneros y Diversidad Sexual (Concejo de Bogotá, 2009).

La Mesa Intersectorial de Diversidad Sexual (MIDS) es el espacio en el que confluyen los sectores de la administración distrital con responsabilidad en la implementación de la Política Pública LGBT. Son funciones de esta:

- Dar lineamiento para la formulación y desarrollo de los planes de trabajo de la MIDS.
- Realizar seguimiento y evaluación del plan de trabajo de la mesa, establecido para el desarrollo de la articulación de las acciones.
- Generar estrategias para garantizar la ejecución de las acciones establecidas y concertadas en el Plan de Articulación de la Política Pública LGBT.
- Hacer las gestiones institucionales necesarias para el cumplimiento de compromisos y acuerdos establecidos en el marco de las acciones de la MIDS.

- Brindar aportes y recomendaciones a estrategias propuestas en el marco de la Política Pública LGBT.
- Elaborar informes periódicos del avance de los compromisos.
- Prestar el apoyo requerido en todas las demás actuaciones y funciones de su competencia para la generación de conocimiento en todos los temas relacionados con la Política Pública LGBT.

Este acuerdo tiene casi diez años de implementación y evidencia que ha existido voluntad política para el reconocimiento de los derechos de los sectores LGTB. El artículo 10 de este mismo Decreto crea el Consejo Consultivo LGBT como un órgano asesor de la política pública “para la garantía plena de los derechos de las personas lesbianas, gay, bisexuales y transgeneristas – LGBT – y sobre identidades de género y orientaciones sexuales en el Distrito Capital”. Es una instancia que representa y articula las necesidades e intereses de las personas de los sectores LGBT con respecto a la promoción, la protección, la restitución y la garantía de sus derechos. El Consejo Consultivo LGBT tiene como objeto servir de instancia de asesoría y análisis sobre los temas de Política Pública para la garantía plena de los derechos de las personas de los sectores LGBT.

El Decreto 062 de 2014 adopta la Política Pública para la garantía plena de los derechos de las personas lesbianas, gay, bisexuales, transgeneristas e intersexuales- LGBT – y sobre identidades de género y orientaciones sexuales en Bogotá e incluye el proceso estratégico “Comunicación y educación para el cambio cultural”.⁹ Este proceso se refiere a la transformación de significados y representaciones culturales que afectan el ejercicio de derechos de las personas de los sectores LGBT y el desarrollo de una cultura ciudadana en perspectiva de derechos. Este proceso desarrolla el derecho a la cultura y la comunicación. Uno de sus componentes es la visibilización y posicionamiento de la producción cultural de los sectores LGBT como parte de la cultura ciudadana, la convivencia y la construcción de lo público. Así, se refiere al reconocimiento de los sectores LGBT como productores de cultura y como sujetos en la redistribución del capital cultural de la ciudad.

El Artículo 12 de este Decreto establece que el seguimiento de la Política Pública y del Plan de Acción está a cargo del Observatorio de la política pública para la garantía plena de los derechos de las personas lesbianas, gays, bisexuales, transgeneristas e intersexuales - LGBTI- y sobre identidades de género y orientaciones sexuales en el Distrito Capital, de la Dirección de Diversidad Sexual de la Secretaría Distrital de Planeación, lo que indica que este marco normativo institucionaliza la creación del Observatorio de la Política Pública. De acuerdo con este marco normativo y de lo establecido al Decreto 608 de 2007 derogado

⁹ Artículo 9. Decreto 62 de 2014

por el Decreto 062 de 2014 realizar el diseño, la implementación y la puesta en funcionamiento de un observatorio de la política pública para la garantía plena de los derechos de las personas de los sectores LGBTI en Bogotá como desarrollo del componente investigación y monitoreo sistemático de la situación de derechos humanos de los sectores LGBTI. El observatorio debe integrar el desarrollo y la aplicación de instrumentos que permitan valorar la garantía y el goce efectivo de derechos de las personas de estos sectores, los imaginarios y las representaciones sociales que tiene la ciudadanía en relación con las orientaciones sexuales y las identidades de género, y los avances en la implementación de la política pública. Así mismo, este Observatorio debe realizar estudios, diagnósticos e investigaciones de carácter distrital y local, que permitan avanzar en el conocimiento científico de los sectores sociales LGBT en el ámbito distrital, con el fin de aplicarlo en el todo el ciclo que cumplen las políticas públicas.

Ahora bien, dentro de las acciones orientadas a garantizar los derechos de las personas de los derechos LGBT en el marco de esta política, desde el sector de Desarrollo Económico se vienen atendiendo a las personas LGBT en los programas de apoyo al fortalecimiento, formalización y productividad empresarial y en los proyectos de alistamiento financiero y otorgamiento de crédito, entre otros. Sin embargo, se ha enfocado en fortalecer unidades productivas asociadas tradicionalmente a los sectores sociales LGBT.

Por su parte, el documento diagnóstico que realizó en 2017 la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico para la formulación de la Política de Emprendimiento, permitió concluir que son problemáticas y expectativas de estos sectores sociales las siguientes:

Problemáticas relacionadas con las entidades de soporte
Predominio de medidas sancionatorias sobre medidas para el acompañamiento
Falta de información sobre las entidades que conforman el Ecosistema del Emprendimiento
Inadecuada divulgación de los programas sobre emprendimiento
Problemáticas relacionadas con el mercado de bienes y servicios
Alta y desleal competencia entre los emprendedores y emprendedoras
Informalidad
Problemáticas relacionadas con el capital humano
Ausencia de capacitación teórica sobre emprendimiento
Escaso número de capacitaciones sobre ventas

Expectativas en relación con las entidades de soporte
Mejorar los canales de comunicación con las entidades de soporte
Crear centros de innovación y desarrollo
Clasificar los emprendimientos y atenderlos según su necesidad
Apoyar el proceso de maduración de ideas
Expectativas en relación con el mercado de bienes y servicios
Crear escenarios de participación para emprendedores y emprendedoras sin experiencia
Crear vitrinas efectivas y bien ubicadas en la ciudad para impulsar las ventas
Inclusión en escenarios feriales de alto nivel
Apoyo a portales virtuales.

Con el objetivo de conocer el trabajo que se viene realizando con estos sectores sociales de cara a la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa se entrevistó a los funcionarios responsables de la Dirección de Diversidad Sexual de la Secretaría Distrital de Planeación. En esta reunión, los funcionarios señalaron que se ha venido trabajando con el Instituto Distrital de la Participación y Acción Comunal - IDPAC con el objeto de consolidar la organización ASOCOE de establecimientos comerciales LGBTI nocturnos. Esto, teniendo en cuenta que se trata de establecimientos de comercio que ponen a disposición de los artistas LGBTI escenarios para sus presentaciones, lo cual implica un apoyo a la circulación de estas organizaciones culturales en la ciudad. Adicionalmente, hicieron referencia al proyecto "Distrito Diverso" en la localidad de chapinero que busca resaltar la vocación esta zona con respecto a los sectores sociales LGTBI.

Sobre la información disponible de estos sectores sociales en relación con la producción de bienes y servicios asociados a cultura y a la creatividad, los funcionarios señalaron:

- Hay organizaciones LGBT en cada uno de los segmentos culturales y tienen apuestas con vocación productiva.
- Las propuestas creativas o artísticas son informales y en algunos casos, no son aceptadas socialmente o son censuradas en consecuencia de la no aceptación a la diversidad sexual por parte de ciertos agentes.
- Se considera existe discriminación causada por el constructo cultural de lo que es normal y lo que se sale de lo normal.
- Existen muchas organizaciones LGBT que no han logrado formalizar su empresa.

- Se ha usado la cultura para deconstruir los imaginarios excluyentes de la diversidad sexual. Con base en esta situación se han creado prácticas artísticas y culturales propias de los sectores LGBT que requieren de apoyos, para su fortalecimiento, visibilización y sostenibilidad en el tiempo.
- Si bien los emprendedores LGBTI tienen las mismas dificultades que el emprendedor cultural y creativo, se enfrentan a barreras adicionales debido a los imaginarios heteronormativos.
- No se cuenta con información documentada sobre la producción de bienes y servicios asociados a cultura y a la creatividad de la población LGBTI en Bogotá.

De otra parte, desde la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte no se cuenta con un estado del arte actualizado sobre las prácticas culturales de los sectores/ LGBTI en Bogotá y en este sentido para 2018 se creó la beca de investigación de las prácticas artísticas y culturales de los sectores sociales LGBTI, buscando promover la investigación sobre las prácticas, dinámicas, procesos socio-culturales que visibilicen el aporte de los sectores sociales LGBTI al fortalecimiento de las expresiones artísticas y culturales, y el acceso a estos derechos culturales de estos sectores sociales en la ciudad de Bogotá.

Conclusiones

- En articulación con la Secretaría Distrital de Planeación y desde la Dirección de Diversidad Sexual, es posible generar espacios de participación y análisis con líderes del sector social LGBTI, y personas representativas, que tengan trayecto en trabajo artístico y cultural; para desde su experiencia, identificar las necesidades y posibles estrategias para fortalecer la economía cultural y creativa asociada a las personas pertenecientes a los sectores LGBTI.
- Existe una oportunidad de trabajar de la mano con el referente poblacional de la SCRD y con la comunidad para identificar las actividades asociadas a las industrias culturales y creativas que se desarrollan y vincularlas a la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa. Se recomienda aprovechar la Mesa Intersectorial de Diversidad Sexual (MIDS) y el Consejo Consultivo LGBT como espacios de articulación y diálogo de la Política de Economía Cultural y Creativa.
- Existe una oportunidad de articulación con la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa para la población LGBT en relación con el proceso estratégico "Comunicación y Educación para el cambio cultural" en específico con el componente visibilización y posicionamiento de la producción cultural.
- Se requieren espacios adecuados para que la población LGBT pueda ofrecer los bienes y servicios que quiera transar en el mercado.
- Existe una oportunidad de articulación con el proyecto Distrito Diverso.

- Existe una oportunidad de vincularse al Observatorio para realizar investigaciones sobre la participación de la población LGBT en la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa. Lo anterior, para identificar y analizar las características y condiciones de emprendimientos de este sector social en la economía cultural y creativa.

Enfoque de género

El enfoque de género parte del reconocimiento de lo femenino y lo masculino que hace referencia al sistema de relaciones sociales, sobre las cuales se establecen normas, formas de comportamiento, prácticas, costumbres, atributos y actitudes sociales y psicológicas.

Históricamente, las mujeres ocuparon el ámbito de lo privado debido a su función reproductiva, en donde su representación o núcleo simbólico se centraba en la maternidad y el rol doméstico se constituía en eje principal de los contenidos de lo femenino, pero esto se ha ido transformado. Así mismo, los hombres destinados al espacio de lo público; donde se tejen los contenidos de la cultura y de las relaciones sociales y donde se materializa la transacción y el intercambio; ocuparon el rol central de proveedores económicos, jefes del hogar, dueños de bienes, lo que constituye la potestad de lo masculino para ejercer el dominio, incluidas la vida, el cuerpo y la sexualidad de las mujeres y la representación de lo masculino, lo cual también se ha ido transformando. En consecuencia, las representaciones sociales actuales admiten hombres cuidadores ocupando el ámbito de lo privado e induce mujeres proveedoras dueñas de sus cuerpos ocupando los espacios y los roles de lo público. La estructuración de relaciones más simétricas entre lo femenino y lo masculino debe producir, como ya se muestra en algunas comunidades, superación de las violencias, de las desigualdades y discriminaciones, que han afectado principalmente al mundo de lo femenino y atenúan las repercusiones negativas que pagan las masculinidades por su poder hegemónico. Lo anterior señala el sentido de las nuevas relaciones basadas en nuevas representaciones, aunque es necesario admitir que en muchos núcleos persisten asimetrías de género que es necesario reducir. Política Nacional de Sexualidad, Derechos Sexuales y Derechos Reproductivos (Ministerio de Salud y Protección Social, 2014).

Dentro de los antecedentes normativos de la Política Pública de Mujeres y Equidad de Género del Distrito Capital se destaca el Acuerdo Distrital 091 de 2003 que establece los lineamientos generales del Plan de Igualdad de Oportunidades para la Equidad de Género en el Distrito Capital, definiéndolo como

Un instrumento que facilita el diseño de las políticas públicas del distrito capital dentro del marco de la equidad de género, así mismo; es un conjunto de acciones de igualdad interrelacionadas, orientadas a reducir y combatir la desigualdad existente entre hombres y mujeres (Concejo de Bogotá, 2003).

El Plan de Desarrollo “Bogotá sin Indiferencia” adoptado mediante Acuerdo Distrital 119 de 2004, por su parte, incluyó en su Eje Social, el Programa Bogotá con igualdad de oportunidades para las mujeres. Este Programa ordenó:

[crear] condiciones para asumir la equidad de género como un valor mediante políticas públicas para las mujeres y la incorporación de una perspectiva de género en los planes y procesos de desarrollo del Distrito, sus localidades y su articulación con los ejes de Reconciliación y Urbano Regional. Formulará, pondrá en marcha y evaluará el Plan de Igualdad de Oportunidades para la Equidad de Género en el Distrito Capital. Se definirán políticas, estrategias, proyectos y mecanismos de acción institucional, comunitaria y organizacional que contribuyan a la realización plena de los derechos de las mujeres y a la eliminación de todas las formas de violencia y discriminación contra las mujeres. Fomentará la participación social, política, económica y cultural de las mujeres en las instancias de decisión Local, Distrital, Nacional e Internacional (Concejo de Bogotá, 2004).

Así, en 2005 se formula el Plan de Igualdad de Oportunidades para la Equidad de Género en el Distrito Capital, priorizando los derechos de las mujeres diversas a una vida libre de violencias, a la participación y representación con equidad, al trabajo en condiciones de igualdad y dignidad, a la educación con equidad, a la salud plena y a la cultura y comunicación libre de sexismo.

El Decreto 166 de 2010 adopta la Política Pública de Mujeres y Equidad de Género en el Distrito. Este documento se constituye en el marco de acción social, político e institucional que, desde el reconocimiento, garantía y restitución de los derechos de las mujeres diversas que habitan el territorio, contribuye a modificar las condiciones evitables de desigualdad, discriminación y subordinación que, en razón al género, persisten aún en los ámbitos social, económico, cultural y político de la sociedad. En su artículo 6 establece como objetivo general

Reconocer, garantizar y restablecer los derechos de las mujeres que habitan en el Distrito Capital, de manera que se modifiquen de forma progresiva y sostenible, las condiciones injustas y evitables de discriminación, subordinación y exclusión que enfrentan las mujeres en los ámbitos público y privado, promoviendo la igualdad real de oportunidades y la equidad de género en el Distrito Capital (Alcalde Mayor de Bogotá, 2010).

El artículo 10 señala que la Política se estructura en dos ejes, así: a) derechos de las mujeres diversas y b) desarrollo institucional. El artículo 11 describe el eje estructural de derechos de las mujeres y en su literal d) establece el eje trabajo en condiciones de igualdad y dignidad mediante el cual reconoce social, económica y simbólicamente el trabajo que realizan las mujeres diversas en la

ciudad, destacando las potencialidades y saberes que han acumulado en las actividades de producción y reproducción. Los componentes d.2. y d.3 disponen:

d.2. Desarrollo empresarial y acceso al trabajo con enfoque de derechos y de género. El propósito es el diseño, orientación, desarrollo y seguimiento de programas y proyectos distritales y locales que propendan por la inclusión económica y social de las mujeres productoras, redes y organizaciones de mujeres productoras, en procesos que integran formación para el trabajo, comercialización y financiamiento, con enfoque de derechos y de género, en cumplimiento de la Ley 1232 de 2008, "Por la cual se modifica la Ley 82 de 1993, Ley Mujer Cabeza de Familia y se dictan otras disposiciones".

d.3. Fomento de redes de mujeres productoras integradas a los circuitos económicos de la ciudad. Busca promocionar y fortalecer las redes y organizaciones de mujeres productoras, en su integración a sectores empresariales, comerciales y tecnológicos que les permitan ampliar sus oportunidades de inserción en las cadenas y circuitos económicos distritales y de integración regional para la competitividad, entre Bogotá, D.C., y el Departamento de Cundinamarca (Alcalde Mayor de Bogotá, 2010).

Ahora bien, desde la Subdirección de Emprendimiento y Negocios de la Secretaria Distrital de Desarrollo Económico, según la información remitida directamente por esta entidad, a través del proyecto de inversión se han adelantado las siguientes acciones sobre el tema de emprendimiento con Mujeres con relación a las metas establecidas en este en el periodo del 2017-2018:

En el marco del programa PepsiCo "Mujeres con propósito" se realizaron en el primer semestre de 2018 charlas, cursos y talleres de capacitación y formación a mujeres diversas emprendedoras en modalidad y presencial en cuatro localidades del Distrito: Barrios Unidos, Mártires, Ciudad Bolívar, Candelaria. Se cuenta con 105 graduadas.

En 2018 se realizó la feria "Emprendedoras por Bogotá, retos y oportunidades" donde se desarrollaron foros y conversatorios. Participaron 20 emprendedoras en muestra comercial y alrededor de 60 personas participaron en el foro que se llevó a cabo.

En 2018 se realizó la feria tetarte para fortalecer las unidades productivas de madres lactantes y organizaciones enmarcadas en la elaboración y comercialización de elementos de aseo para primera infancia biodegradables, alimentos saludables, productos y servicios relacionados a la gestación.

En 2018 y desde el Centro de Emprendimiento y Negocios se está realizando asistencia técnica a la medida a mujeres con unidades productivas en funcionamiento para fortalecerlas y lograr su crecimiento.

En 2018, en el marco del programa Transmi cable se está trabajando en el fortalecimiento a unidades productivas en el sector gastronomía en la localidad de la Ciudad Bolívar.

En 2017 se realizaron muestras comerciales y artesanales, ferias de producto y ruedas de negocios en el marco del proyecto "Fortalecimiento al emprendimiento del artesano de Bogotá D.C. preservando su identidad cultural" ejecutado mediante el convenio interadministrativo No ADC-2017-221 (No 232 SDDE) y (152-2017 IDT) entre la Secretaría de Desarrollo Económico (SDDE) y el Instituto Distrital de Turismo (IDT).

Ahora bien, el documento diagnóstico que realizó en 2017 la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico para la formulación de la Política de Emprendimiento, permitió concluir que son problemáticas y expectativas de esta población las siguientes:

Problemáticas relacionadas con el capital humano
Debilidad en el sistema educativo
Poca formación académica
Falta de articulación entre el sector educativo.
Problemáticas relacionadas con las entidades de soporte
Falta de apoyo a la innovación y a la creatividad emprendedora
Falta de entidades de apoyo
Problemáticas relacionadas con el mercado financiero
Falta de financiación
Excesivas barreras y trámites para el acceso a fuentes de financiación

Expectativas en relación con las políticas
Política tributaria favorable (reducción de impuestos)
Cumplimiento del salario mínimo
Control a mercancías importadas
Política de sostenimiento a los emprendimientos
Expectativas en relación con la cultura del emprendimiento
Crear la cultura de creación de empresas
Educación al consumidor
Capacitación al emprendedor
Trabajo desde el hogar

Expectativas en relación con las entidades de soporte
Facilitar las actividades de formalización
Bajar la tramitología
Generar garantías de soporte a los emprendedores y emprendedoras
Seguro de desempleo

Al hablar de emprendimiento es menester reconocer las acciones adelantadas hasta la fecha y en especial la propuesta de la Cámara de Comercio de Bogotá (Direcciones de Gestión de Conocimiento y de Fortalecimiento Empresarial), en colaboración con la Corporación Mundial de la Mujer Colombia (CMMC), la Secretaría Distrital de la Mujer e instituciones líderes en servicios de apoyo empresarial en la ciudad, de crear el **observatorio de la mujer emprendedora en Bogotá**.

Este proyecto tiene como principales objetivos:

- Identificar y analizar las características y condiciones de emprendimientos de mujeres de la ciudad.
- Plantear proyectos y programas que apoyen el desarrollo empresarial de las mujeres emprendedoras.

Ahora bien, según la caracterización realizada por la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, la Cámara de Comercio de Bogotá y la Consultora Yanhaas en 2018, dentro de las empresas y emprendimientos que participan del programa de fortalecimiento de la Cámara de Comercio de Bogotá para las Industrias Culturales y Creativas, las mujeres representan el 38% de las empresarias, frente a un 62% de los hombres, y en el caso de los emprendedores y emprendedoras, el 37% son mujeres, frente a un 63% de hombres.

Así, existe una oportunidad de vincularse al Observatorio de la Mujer Emprendedora en Bogotá para realizar investigaciones sobre la participación de la mujer en la Economía Cultural y Creativa en la ciudad y proponer estrategias y acciones de fortalecimiento para este sector en conjunto con estas entidades.

Conclusiones

- Existe una oportunidad desde la SCRD de trabajar de la mano con la referente del sector mujer y vincular su trabajo de articulación a la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa.
- Existe una oportunidad de articular la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa a la Política Pública de Mujeres y Equidad de Género, en

específico en relación con el eje estructural de derechos de las mujeres en los componentes de desarrollo empresarial con enfoque de género y fomento de redes de mujeres productoras.

- Existe una oportunidad de vincular al Observatorio de la Mujer Emprendedora en Bogotá para realizar investigaciones sobre la participación de la mujer en la Economía Cultural y Creativa. Lo anterior, para identificar y analizar las características y condiciones de emprendimientos de mujeres diversas en la economía cultural y creativa.

Enfoque territorial

Para presentar el enfoque territorial es menester hacer referencia a la definición de “territorio” consignada en el Plan Decenal de Cultura Bogotá D.C. 2012-2021 según el cual

“El territorio se considera como un proceso histórico de construcción sociocultural de relaciones en un espacio determinado. En la medida en que una comunidad conoce el espacio físico donde se encuentra y entiende las dinámicas propias de los ecosistemas, lo dota de una significación particular, nominándolo, transformándolo y apropiándolo como suyo. La territorialización surge precisamente cuando agentes públicos o privados incorporan la diversidad territorial en sus análisis y en el diseño de sus políticas y estrategias. Asimismo, ésta reconoce que hay elementos de singularidad en las distintas comunidades y en el resultado de su interacción con el espacio que habitan. Se trata de un enfoque que evita las fórmulas generales para territorios diversos y por tanto garantiza una mayor pertinencia de las políticas públicas. En el marco de las reglas de juego de la Administración Distrital, la aplicación del enfoque territorial obliga a definir criterios diferenciales de inversión e intervención, y a producir, socializar y gestionar el conocimiento sobre los territorios. (Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, 2012)”

Con el propósito de entender las particularidades de las localidades de Bogotá en materia de economía cultural y creativa se reconoce que el desarrollo de estas actividades no necesariamente está vinculado a su formalización. Sin embargo, únicamente se cuenta con información de aquellas personas y empresas que según su actividad económica cuentan con el registro mercantil, por lo cual, a partir de esta información se pretende hacer un análisis de su comportamiento.

Para alcanzar este objetivo, se solicitó a la Dirección de Gestión de Conocimiento de la Cámara de Comercio de Bogotá la información de las empresas matriculadas, renovadas y liquidadas en el sector para los años 2015, 2016 y 2017. La fuente de la información es la base de datos del Registro Mercantil para los años mencionados e incluye las actividades económicas asociadas a las Industrias Culturales y Creativas- ICC, a saber: artes escénicas, artes visuales, audiovisual, creación, creación publicitaria, diseño, educación cultural, juegos y juguetería, libros y publicaciones, música y patrimonio material¹⁰.

Es de aclarar que el registro mercantil es uno de los pasos para la formalización que es entendida por la Cámara de Comercio de Bogotá como el ejercicio de una actividad económica bajo las normas del Estado¹¹. En este sentido, el solo registro no implica formalización. Con la información de la Cámara de Comercio

¹⁰ Se toma la propuesta de segmentación de la Guía Metodológica para la implementación de Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica, elaborada por el Convenio Andrés Bello en 2015.

¹¹ <https://www.ccb.org.co/Fortalezca-su-empresa/Temas-destacados/Formalice-su-empresa/Beneficios-de-la-formalidad-y-riesgos-de-la-informalidad>

se pueden reconocer las figuras jurídicas más utilizadas para la creación de empresa, las dinámicas del registro para estas actividades, así como, su comportamiento por localidad y por segmento.

Como primera medida, se revisó la base de datos de 2017 la cual cuenta con 19.168 registros mercantiles creados, renovados y liquidados para los segmentos asociados a las ICC. Se identificaron 6.616 registros equivalentes a un 35% para personas naturales y 10.790 equivalentes a un 56% de registros para Sociedades por Acciones Simplificadas (SAS), siendo esta última la figura jurídica más utilizada para la creación de empresa.

De los 19.168 registros 78% son renovados, 18% creados y 4% liquidados. Se puede decir entonces que se crean más registros de los que se liquidan asociados a las ICC. También se infiere que se crean 4,5 registros por cada uno que se liquida.

Al revisar el comportamiento anual, se encuentran 3.483 registros creados en 2017. La localidad con mayor número de registros creados fue Suba con un 17%, seguida por Usaquén con un 15% y Chapinero con un 13%.



Fuente. Cámara de Comercio de Bogotá- Dirección de Gestión de Conocimiento
Elaboración propia

Se identificaron 14.914 registros renovados en 2017. La localidad con mayor número de registros renovados es Chapinero con un 17%, seguida de Usaquén con un 16% y Suba con un 15%. A partir de esta información se puede establecer que en **Chapinero, Usaquén y Suba** tienen domicilio un número importante de empresas asociadas a las ICC.



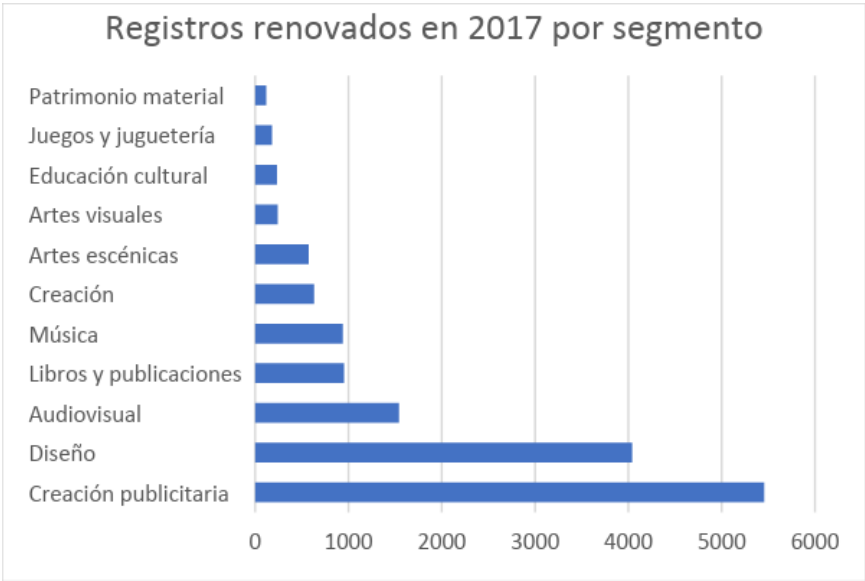
En relación con los 771 registros liquidados, la localidad con mayor número de registros liquidados es Suba con un 18%, seguida de Usaquén con un 17% y Chapinero con un 14%.

Ahora bien, al revisar el comportamiento de los segmentos asociados a las ICC en 2017, de los 3.483 registros creados, 34% corresponde a creación publicitaria, 32% a diseño, seguidos del audiovisual, la música y la creación con un 7%. La **creación publicitaria** y el **diseño** son por tanto las actividades más registradas para 2017.



De los 14.914 registros renovados, 37% corresponde a creación publicitaria, 27% a diseño y 10% al audiovisual. Los segmentos de creación publicitaria y

diseño son los que cuentan con más registros activos seguidos por el sector audiovisual.



Fuente. Cámara de Comercio de Bogotá- Dirección de Gestión de Conocimiento
Elaboración propia

De los registros liquidados, 34% corresponde a creación publicitaria, 28% a diseño y 9% al segmento audiovisual, lo cual es congruente con el tamaño de estos segmentos.

Al revisar el comportamiento anual de los registros¹², teniendo en cuenta la información para los años 2015, 2016 y 2017, se observa un crecimiento promedio anual del 10,6%.

Año	Creados	Renovados	Liquidados
2015	2865	12150	599
2016	3634	13062	685
2017	3483	14914	771
Total	9982	40126	2055

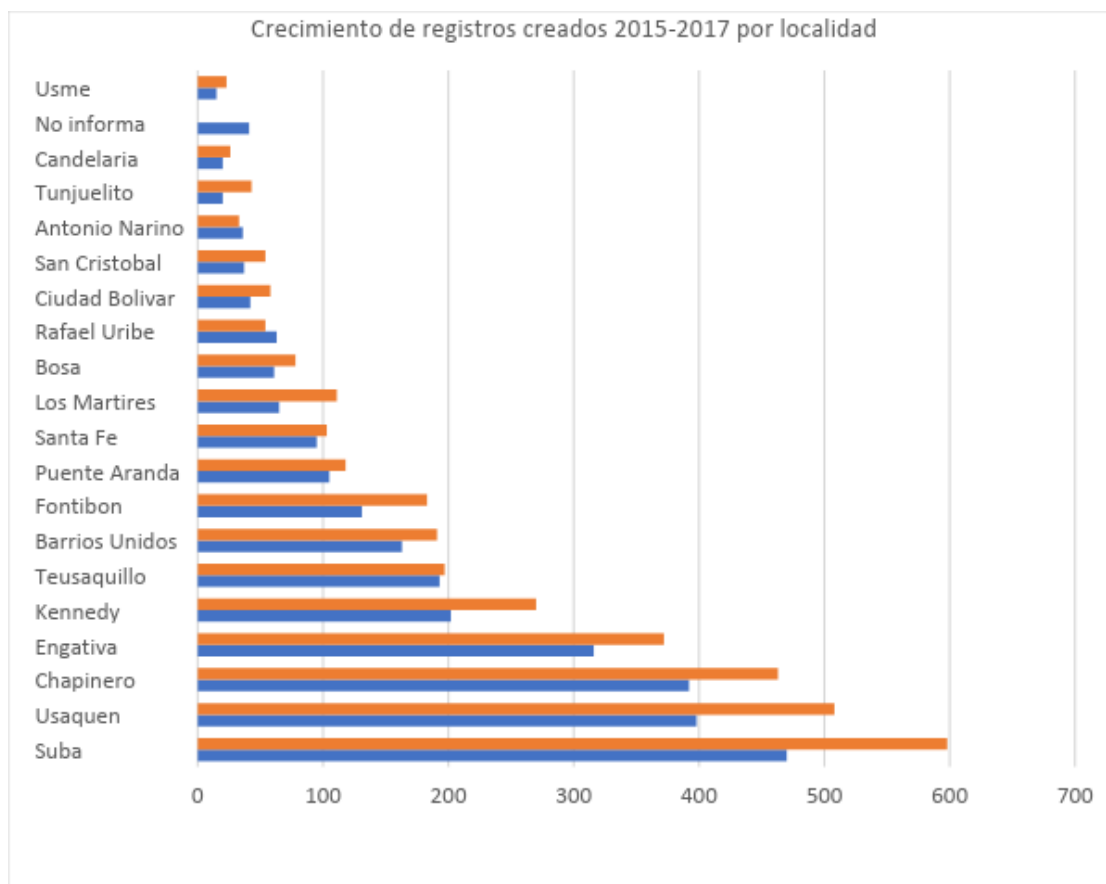
Fuente. Cámara de Comercio de Bogotá- Dirección de Gestión de Conocimiento
Elaboración propia

Según la tabla, si se renovaron 12.150 registros en 2015 y se crearon 2.865, para 2016, se esperaría que fueran renovados 15.015. Sin embargo, sólo 13.062 fueron renovados, lo que corresponde a un 87%. A su vez para 2017, se esperaría que fueran renovados 16.696 registros pero tan solo fueron renovados 14.914, lo que corresponde al 89% de los registros. Es posible que las personas o empresas que realizan actividades asociadas a las ICC efectúen el registro

¹² Se hace referencia a los registros creados más los registros renovados y se restan los registros liquidados para cada año.

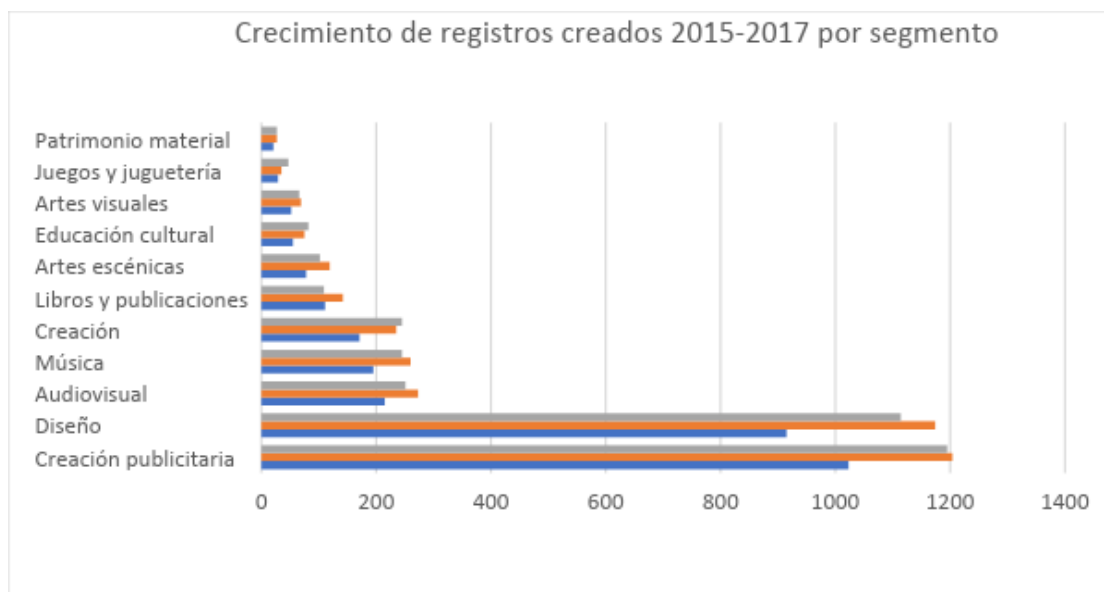
mercantil, aunque no continúen con la actividad por más de un año o, no cumplen con la obligación de realizar el registro, lo cual implica que no pueden gozar de los beneficios de la formalidad.

En cuanto a los registros creados entre 2015 y 2017 se puede ver que las únicas localidades que presentaron decrecimiento fueron Rafael Uribe y Antonio Nariño. Por otra parte, las localidades con menos crecimiento fueron Teusaquillo, Santa Fe y Puente Aranda.



Fuente. Cámara de Comercio de Bogotá- Dirección de Gestión de Conocimiento
Elaboración propia

En relación a la cantidad de registros creados por año y por segmento, se presenta un crecimiento entre 2015 y 2016, para la mayoría de las localidades y, un leve decrecimiento entre 2016 y 2017. Los únicos segmentos que presentan un crecimiento para este último periodo son los de: Juegos y Juguetería, Creación y Educación Cultural.



Fuente. Cámara de Comercio de Bogotá- Dirección de Gestión de Conocimiento
Elaboración propia

Los segmentos más registrados en las 19 localidades de la ciudad son los de Creación Publicitaria y Diseño. Después de estos, el mayor registro lo presentan por localidad el Audiovisual, la Música, los Libros y Publicaciones y las Artes Escénicas, así:

Localidad	Segmentos más registrados en 2017	Registros creados y renovados
Antonio Nariño	Creación publicitaria	93
	Diseño	42
	Música	18
Barrios Unidos	Creación publicitaria	502
	Diseño	306
	Audiovisual	107
Bosa	Creación publicitaria	114
	Diseño	71
	Música	32
Candelaria	Creación publicitaria	47
	Diseño	30
	Libros y publicaciones	22
Chapinero	Creación publicitaria	1022
	Diseño	805
	Audiovisual	482
Ciudad Bolívar	Creación publicitaria	78
	Diseño	46
	Música	32
Engativá	Creación publicitaria	757
	Diseño	515
	Audiovisual	110
Fontibón	Diseño	292
	Creación publicitaria	277
	Audiovisual	66
Kennedy	Creación publicitaria	427
	Diseño	309
	Música	112
Los Martires	Creación publicitaria	368
	Diseño	67
	Libros y publicaciones	43

Localidad	Segmentos más registrados en 2017	Registros creados y renovados
Puente Aranda	Creación publicitaria	271
	Diseño	159
	Música	51
Rafael Uribe	Creación publicitaria	92
	Diseño	65
	Música	27
San Cristóbal	Creación publicitaria	93
	Diseño	39
	Música	21
Santa Fe	Creación publicitaria	158
	Diseño	154
	Audiovisual	98
Suba	Creación publicitaria	999
	Diseño	957
	Audiovisual	213
Teusaquillo	Diseño	344
	Creación publicitaria	310
	Audiovisual	204
Tunjuelito	Creación publicitaria	54
	Diseño	48
	Música	11
Usaquén	Creación publicitaria	958
	Diseño	886
	Audiovisual	289
Usme	Creación publicitaria	31
	Diseño	20
	Artes escénicas	6

Conclusiones

- La figura jurídica más utilizada para la creación de empresas asociadas a las ICC es el de las sociedades por acciones simplificadas.
- Se crean 4,5 registros por cada uno que se liquida
- Las localidades con más registros creados, renovados y liquidados en 2017 son Suba, Usaquén y Chapinero.
- Las actividades más registradas están asociadas a los segmentos de la Creación Publicitaria, Diseño y el Audiovisual.
- El crecimiento anual del registro es del 10,6%
- Después de la Creación Publicitaria y el Diseño, las actividades más registradas por localidad están asociadas a los segmentos de Audiovisual, Música, Libros y Artes escénicas.

Enfoque territorial en el marco de la gestión de la SCRD

Para vincular la información anteriormente expuesta con el trabajo que realiza la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte y el marco de su gestión como líder de la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa, es necesario hacer referencia al proceso de participación y diálogo social a su cargo, que tiene como propósito: "Garantizar espacios y mecanismos de participación y concertación entre actores públicos y privados para la formulación, seguimiento y evaluación de políticas públicas del sector". Hacen parte de este proceso el Sistema Distrital de Arte, Cultura y Patrimonio y el Modelo de Gestión Territorial.

El Sistema Distrital de Arte, Cultura y Patrimonio es la interacción social dinámica y organizada entre los Agentes Culturales, Organismos y Organizaciones de los campos del arte, la cultura y del patrimonio. El Sistema se organiza a través de Subsistemas, Mesas Distritales y del Consejo Distrital de Arte, Cultura y Patrimonio que convoca a los representantes de sus Agentes Culturales, Organismos y Organizaciones. Como subsistemas existentes se crean el Subsistema de Artes, el Subsistema de Patrimonio Cultural, el Subsistema de Culturas de Grupos y Comunidades Étnicas y Campesinas, Mujeres, Poblaciones y Sectores Rurales y Sociales. (Alcalde Mayor de Bogotá, 2007).

El Modelo de Gestión Territorial (MGCT) 2016 tiene como objetivo definir un marco de relacionamiento, acciones y propósitos para la implementación de la política pública cultural en los territorios, con enfoque poblacional, garantizando la participación de todos los actores locales e institucionales, para la generación de capacidades, el empoderamiento de saberes ciudadanos e institucionales, la garantía de los derechos culturales, y el desarrollo del sector cultural de la ciudad. Este modelo contempla la implementación de 20 Planes de Gestión Cultural Local para su desarrollo y el de las actividades que de allí se desprendan (Universidad Pedagógica Nacional, 2016).

Actualmente, ni el Sistema Distrital de Arte, Cultura y Patrimonio, ni el Modelo de Gestión Territorial (MGCT) han abierto un espacio para representantes de personas y empresas cuya actividad económica esté relacionada con las Industrias Culturales y Creativas. Los Consejos Locales de Arte, Cultura y Patrimonio al tener presencia en cada una de las localidades de la ciudad serían espacios propicios para las personas que realizan actividades relacionadas con el emprendimiento y las ICC. Por su parte, el Modelo de Gestión Territorial podría incluir en sus niveles de gestión acciones encaminadas a incentivar el emprendimiento y a fortalecer las iniciativas empresariales asociadas a las ICC en curso.

Enfoque ambiental

El enfoque ambiental se centra en reconocer los retos en este ámbito que enfrentan las ciudades del mundo. En particular busca identificar posibles impactos ambientales de la economía cultural y creativa en la ciudad.

Vale la pena revisar la normatividad vigente a nivel distrital y señalar que el Decreto 815 de 2017 establece los lineamientos para la formulación e implementación de los instrumentos operativos de Planeación Ambiental, precisando sus alcances, las entidades responsables, su ejecución y seguimiento. Este Decreto dispone que

Son instrumentos de planeación ambiental del Distrito Capital, el Plan de Gestión Ambiental; el Plan de Desarrollo Económico, Social y de Obras Públicas; el Plan de Acción Cuatrienal Ambiental; las Políticas Públicas Ambientales Nacionales y Distritales; los instrumentos de Ordenación Ambiental de Cuencas Hidrográficas; los Planes Ambientales Locales; los Planes de Desarrollo Locales y las Agendas Locales; los Planes Institucionales de Gestión Ambiental; el Plan de Ordenamiento Territorial y los instrumentos de ordenamiento territorial y planeamiento que lo desarrollan; los Planes de Manejo Ambiental y el Observatorio Ambiental Distrital (Alcalde Mayor de Bogotá, 2017).

Para la construcción de este diagnóstico se revisó el Plan de Gestión Ambiental, el Plan de Acción Cuatrienal, los Planes Ambientales Locales y el Plan de Ordenamiento Territorial, con el objeto de entender y establecer la manera en que debe articularse la Política de Economía Cultural y Creativa a cargo de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte.

El Decreto Distrital 456 de 2008 define el Plan de Gestión Ambiental- PGA como

el instrumento de planeación de largo plazo de Bogotá, D.C., en el área de su jurisdicción, que permite y orienta la gestión ambiental de todos los actores distritales con el propósito de que el proceso de desarrollo propenda por la sostenibilidad del territorio distrital y la región. (Alcalde Mayor de Bogotá, 2008).

El Plan de Gestión Ambiental del Distrito Capital 2008-2038

espera enmarcar y articular las acciones de todos los actores estratégicos hacia el fortalecimiento de la gestión ambiental del Distrito Capital y de la región en general, propendiendo por la sostenibilidad ambiental y, por lo tanto, por el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes (Secretaría Distrital de Ambiente, 2010).

Así, se establece como prioritario contar con un plan de gestión orientado a la sostenibilidad ambiental a través del cual se logre

entender la gestión ambiental como un proceso de corto, mediano y largo plazo, en el que se busca prevenir o resolver las problemáticas ambientales, así como

mantener y fortalecer las potencialidades del territorio hacia un desarrollo sostenible para la ciudad y la región, propendiendo por el uso racional de los recursos y un ambiente saludable, seguro, diverso, incluyente y participativo.

Es un proceso en el que intervienen diferentes actores estratégicos, como la comunidad, las organizaciones y el Estado, a través de la formulación y adopción de políticas públicas, entendidas como la acción del Estado sobre los problemas socialmente percibidos a través de una o varias instituciones (Secretaría Distrital de Ambiente, 2010).

La gestión ambiental se entiende desde un punto de vista integral por lo cual es necesario considerar que el Distrito Capital está conformado por veinte (20) localidades, donde siete (7) están compuestas por área rural y urbana (Usaquén, Suba, Chapinero, Santa Fe, San Cristóbal, Usme y Ciudad Bolívar). En contraste, Sumapaz es la única localidad totalmente rural.

Vale destacar que el Distrito Capital plantea 19 objetivos ambientales a partir de los cuales se concreta el propósito de la gestión pública y los cuales se han agrupado en 3 grandes categorías:

- 1. Objetivos de calidad ambiental:** Entre estos se encuentran los de calidad del aire; agua y regulación hidrológica; sonora; paisaje; suelo; espacio público; conservación y adecuado manejo de la fauna y la flora; estabilidad climática; gestión de riesgos y desastres.
- 2. De ecoeficiencia:** Entre estos se encuentran el uso eficiente del espacio; del agua; de la energía; de los materiales.
- 3. De armonía socioambiental:** Entre estos se encuentran los de productividad y competitividad sostenibles; ocupación armónica y equilibrada del territorio; cultura ambiental; habitabilidad e inclusión; socialización y corresponsabilidad; ordenamiento y gestión de la ciudad-región.

El Plan de Acción Cuatrienal Ambiental del Distrito- PACA Distrital por su parte, es el instrumento de planeación de corto plazo que visibiliza el beneficio ambiental en la ciudad, resultado de la gestión ambiental realizada por las entidades distritales que, en el marco del Plan de Desarrollo Distrital vigente, desarrollan acciones ambientales complementarias (Alcalde Mayor de Bogotá, 2017).

Acorde con lo señalado por los Acuerdos Distritales 19 de 1996 y 257 de 2006, las entidades que integran el Sistema Ambiental del Distrito Capital -SIAC- son ejecutoras principales del Plan de Gestión Ambiental, conforme a sus atribuciones y funciones misionales, y las demás entidades distritales, organizadas por sectores, son ejecutoras complementarias.

Revisados estos instrumentos de planeación ambiental, se evidencia que el Instituto Distrital de Recreación y Deporte- IDR es la única entidad del sector

Cultura, Recreación y Deporte que hace parte de este sistema. Como consecuencia, no se identifican metas/acciones, presupuesto, indicadores y cronograma que se ejecutarán en materia ambiental durante el período 2016 - 2020 de las demás entidades del sector cultura, ya que son consideradas ejecutoras complementarias del PGA.

Ahora bien, el Plan Ambiental Local- PAL

Es el instrumento de planeación ambiental de corto plazo que, partiendo del diagnóstico ambiental local, prioriza y proyecta las acciones e inversiones de la gestión ambiental a ejecutar en las localidades del Distrito Capital durante el cuatrienio, en concordancia con el Plan de Desarrollo Local, con los objetivos y estrategias del Plan de Gestión Ambiental - PGA y con las políticas ambientales del Distrito Capital.

El Diagnóstico Ambiental Local-PAL es el principal insumo para la planeación participativa con la comunidad, específicamente en las mesas de trabajo para el sector ambiental, por lo cual, se consolida previamente por la Comisión Ambiental Local- CAL. Con base en esto y teniendo en cuenta que en los Encuentros Ciudadanos se definen de forma participativa, los planes y programas de interés público para consideración en la elaboración del Plan de Desarrollo Local, el Consejo de Planeación Local- CPL, en el marco de las recomendaciones intersectoriales formuladas al Alcalde Local, concreta las iniciativas comunitarias e incluye las acciones ambientales priorizadas, de conformidad con la estructura programática del Plan de Desarrollo Distrital y con los Objetivos y estrategias del PGA. Así, la Alcaldía Local define los proyectos ambientales del cuatrienio con su asignación presupuestal, que deberá entenderse como el componente ambiental del Plan de Desarrollo Local (Secretaría Distrital de Ambiente, 2010).

Revisados los Planes Ambientales Locales vigentes de las veinte (20) localidades, se encuentra que se identifican problemáticas ambientales y conflictos por uso del suelo, que se relacionan con la actividad económica que se desarrolla en las localidades. Para solucionar esta situación, por ejemplo, en la localidad de Teusaquillo, se propone continuar con la caracterización de los sectores identificando los diferentes actores productivos y de comercio, y sus posibles impactos ambientales, mediante la utilización de censos e inventarios existentes en el tema para que se puedan contar con elementos que le permitan a la administración tomar decisiones de ciudad, basados en estas herramientas. También, se plantea identificar y valorar los residuos sólidos para buscar su reutilización, recuperación y reciclaje. Sin embargo, no se hace una distinción de las actividades económicas asociadas a la cultura y a la creatividad, y su impacto en materia ambiental.

Se podría decir que el principal problema que se evidencia es el desconocimiento e incluso el desinterés por parte de quienes administran establecimientos de comercio y personas jurídicas con actividades económicas asociadas a las

Industrias Culturales y Creativas- ICC sobre estos temas, porque al parecer sus actividades o funciones no se relacionan con el impacto ambiental o los retos ambientales que enfrenta la ciudad.

Finalmente, la naturaleza y el propósito del Plan de Ordenamiento Territorial no es exclusivamente ambiental. Este

es un instrumento técnico y normativo de planeación y gestión del territorio; conformado por un conjunto de acciones y políticas, administrativas y de planeación física, que orientan el desarrollo del territorio municipal en el corto, mediano y largo plazo, regulando la utilización, ocupación y transformación del espacio físico urbano y rural. Un POT es en esencia, el pacto social de una población con su territorio (Procuraduría General de la Nación, 2016).

Se establece que en esta materia este debe incluir en cada uno de los instrumentos que lo desarrollan (Planes maestros, Planes zonales y de ordenamiento zonal, etc.), lineamientos, conceptos, determinantes ambientales, medidas de manejo ambiental, entre otros. Se pretende así asegurar que la dimensión ambiental se tenga en cuenta en las diferentes acciones e intervenciones en la ciudad, y contrarrestar o complementar la acción espontánea del mercado, con las demandas de los ciudadanos en esta materia (Secretaría Distrital de Ambiente, 2010).

Teniendo en cuenta que este diagnóstico pretende brindar las bases necesarias para que el plan de acción de la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa, incorpore el enfoque ambiental, debe decirse que no se identifican estudios sobre las oportunidades o amenazas de las actividades asociadas a la economía cultural y creativa en materia ambiental. Por esta razón, se considera oportuno proponer la gestión de una alianza con el Observatorio Ambiental Distrital que tenga por objetivo realizar este tipo de investigaciones.

Valga especificar en este punto que: 1. No se reconocen programas de formación ambiental o espacios de discusión que sensibilicen a los empresarios y empresarias o agentes del sector sobre las medidas de gestión ambiental a las que deben ceñirse y permitan un diálogo con las exigencias de la normatividad vigente; 2. Tampoco se identifican incentivos para el desarrollo de proyectos del sector cultural y creativo con impactos positivos en términos ambientales

Para puntualizar el primer punto, vale comentar que actualmente los realizadores de eventos de música y festivales y, promotores de las artes escénicas, hay una percepción generalizada sobre la dificultad en los trámites necesarios para obtener los permisos. El documento Recomendaciones para el fortalecimiento para el sector de la música en vivo en Bogotá, evidencia que, en el caso del sector de la música

La planeación distrital sobre el uso del suelo debe tomar en cuenta la existencia e importancia de los Espacios de Música en Vivo” y sus características específicas

(emprendimientos comerciales híbridos, generadores de externalidades positivas a nivel cultural, social y comercial). Al respecto es necesario otorgar un reconocimiento y protección desde los planes territoriales a estos espacios y a las zonas donde se concentran, a través de una catalogación específica que les permita insertarse y coexistir exitosamente con el entorno urbano. Al respecto, Castellanos ha propuesto abrir en el Plan de Ordenamiento Territorial la catalogación de infraestructura cultural a los espacios cuyo objeto principal la música en vivo (Fundación para el Desarrollo, Gestión y Difusión Cultural Llorona, 2016).

Este mismo estudio señala que

la realización de espectáculos musicales en vivo implica la gestión de trámites, autorizaciones y permisos para la verificación de la seguridad del evento, así como el pago de derechos de ejecución en vivo y los impuestos correspondientes. Por esta razón, la normatividad tiene una gran incidencia en el desarrollo de los mismos. Si bien la Ley de Espectáculos Públicos (LEP) ha sido útil para formalizar y viabilizar algunos aspectos, estos procesos son aún percibidos como una limitación y se pueden evidenciar falencias en materia de regulación. La normatividad afecta los precios del mercado y desincentiva la gestión de muchos productores, que deciden no presentar sus artistas y espectáculos en Bogotá. En este sentido, más que propender por unas reglas de juego que faciliten el desarrollo de los espectáculos en vivo, la normas vigentes suelen ser un obstáculo: no sólo es difícil que productoras nacionales e internacionales entren a la dinámica de la música en vivo en Bogotá, sino que las regulaciones legales son un incentivo para incurrir en prácticas corruptas que afectan la transparencia de los procedimientos (Fundación para el Desarrollo, Gestión y Difusión Cultural Llorona, 2016).

Conclusiones

- La Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte y sus entidades adscritas (salvo el IDRD) no hacen parte del Sistema Ambiental del Distrito Capital -SIAC y no tienen metas/acciones, presupuesto, indicadores y cronograma que se ejecutarán en materia ambiental durante el período 2016 -2020 en el Plan de Acción Cuatrienal Ambiental del Distrito. Estas entidades son consideradas ejecutoras complementarias del Plan de Gestión Ambiental.
- Los Planes Ambientales Locales son los principales instrumentos para la planeación ambiental participativa con la comunidad. Es necesario caracterizar los sectores, identificando los diferentes actores productivos y de comercio y sus posibles impactos ambientales. Es un instrumento que se construye de manera participativa con la comunidad, por lo cual podrían vincularse los intereses de los actores productivos del sector cultural y creativo para proponer acciones concertadas que protejan el medio ambiente y generen beneficios para ambas partes.

- Se considera oportuno proponer la gestión de una alianza con el Observatorio Ambiental Distrital que tenga por objetivo realizar investigaciones sobre las oportunidades o amenazas de las actividades asociadas a la economía cultural y creativa en materia ambiental.
- Se identifican problemáticas ambientales y conflictos por uso del suelo que se relacionan con la actividad económica que se desarrolla en las localidades. No se hace una distinción de las actividades económicas asociadas a la cultura y a la creatividad ni de sus impactos en materia ambiental.
- El Plan de Ordenamiento Territorial (POT) debe incluir en cada uno de los instrumentos que lo desarrollan, lineamientos, conceptos, determinantes ambientales, medidas de manejo ambiental, entre otros, teniendo en cuenta las necesidades de los establecimientos de comercio que desarrollan actividades asociadas a la cultura y a la creatividad.

4. ANÁLISIS DE MARCO JURÍDICO

Con la Constitución Política de Colombia de 1991 se incluye la cultura como un elemento que hace parte de la estructura de la Nación y se establecen los principios relacionados con las libertades y los derechos culturales. Como consecuencia de la obligación constitucional de promover y fomentar el acceso a la cultura de todos los colombianos, el Estado ha venido trabajando para crear un entorno favorable en pro del fortalecimiento y la consolidación de este sector. Se han realizado también esfuerzos para ratificar instrumentos legales internacionales imprescindibles para el desarrollo cultural, los derechos culturales y la diversidad cultural.

Desde la expedición de la Constitución Política de Colombia, en 1991, el gobierno colombiano ha realizado un trabajo satisfactorio en el desarrollo de un marco normativo para el sector cultural y artístico. La Ley General de Cultura (Congreso de Colombia, 1997) es la primera que cubre la totalidad del sector y es la más importante, brinda las bases para la transformación de la cultura en el país y parte de los principios de descentralización, participación, planeación, autonomía territorial y competencias territoriales. Esta Ley define la cultura como el conjunto de rasgos distintivos, espirituales, materiales, intelectuales y emocionales que caracterizan a los grupos humanos y que comprende, más allá de las artes y las letras, modos de vida, derechos humanos, sistemas de valores, tradiciones y creencias (Congreso de Colombia. 7 de agosto de 1997).

Aunque de la Constitución de 1991 y de la Ley 397 de 1997 se desprende una amplia legislación para el sector, actualmente no existe un marco normativo que cubra todas las áreas culturales y artísticas. Tampoco se cuenta tampoco con una ley que incentive el mecenazgo y el patrocinio a la actividad artística y cultural.

En materia de reglamentación, el Decreto Único Reglamentario del Sector Cultura (El Presidente de la República de Colombia, 2015) compila las normas de carácter reglamentario que se han expedido para el sector cultural. Esto también denota un importante esfuerzo para definir los procedimientos y mecanismos de actuación para sectores como el patrimonio, las bibliotecas, los espectáculos públicos y la cinematografía, pero evidencia rezagos en la definición de mecanismos claros para otras áreas.

Ahora bien, la base legal del sector cultural incluye los convenios internacionales de carácter multilateral (UNASUR, LA CAN, MERCOSUR y la ALIANZA PACÍFICO, entre otros) y las convenciones de UNESCO en diferentes materias, así como los convenios de naturaleza bilateral (acuerdos). Estos instrumentos son introducidos al ordenamiento normativo interno como leyes de la República para ser efectivos. Algunas de las convenciones y pactos que se han ratificado en esta materia a la fecha son: el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, la Convención de UNESCO de 2005 sobre la Protección y Promoción

de la Diversidad de las Expresiones Culturales, la Convención de UNESCO de 1972 sobre la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural y, la Convención de UNESCO de 2003 para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, entre otros.

En materia de relaciones bilaterales, Colombia ha venido trabajando con sus vecinos geográficos y sus socios comerciales con el propósito de llegar a acuerdos para disminuir o eliminar las restricciones de comercio existentes. Vale la pena referirse al "Acuerdo de promoción comercial entre la República de Colombia y los Estados Unidos de América", suscrito el 22 de noviembre de 2006 y aprobado por el Congreso de la República de Colombia, mediante la Ley 1143 del 4 de julio de 2007 (Congreso de la República de Colombia, 2007).

Este instrumento entró en vigencia el 15 de mayo de 2012, e incluyó lo que se ha denominado "reserva cultural", reconociendo el potencial para la generación de crecimiento económico para el sector de las industrias creativas. El objeto de la reserva es el de establecer los espacios admisibles para la acción del Estado en materia cultural, pero las medidas concretas dependen de reglamentaciones internas del Estado colombiano. El TLC, no otorga las herramientas de promoción o protección de las industrias culturales, sino que establece el marco frente al cual se evaluarán las reglamentaciones colombianas promulgadas. El estudio realizado por la Universidad EAN en 2015 estableció que no debe partirse desde la reserva del TLC y mirar qué mecanismos admite, sino que debe planearse primero cuál sería la medida o medidas más necesarias para un sector y luego revisar si cumple con los requerimientos admitidos por el TLC. Así, el énfasis de los estudios sectoriales debe ser primero en lo que se necesita hacer y solo luego debe revisarse la viabilidad de los mecanismos escogidos, en el marco del TLC (Universidad EAN, 2015).

La expedición de normatividad como mecanismo para la creación de incentivos

La expedición de leyes se ha convertido en un mecanismo para la creación de incentivos y financiación de algunos sectores culturales y creativos. Como ejemplos se identifican la Ley del Cine, la Ley de Espectáculos públicos y la Ley del Libro que se referencian a continuación:

1. Ley del Cine

El **sector cinematográfico** cuenta con un amplio desarrollo normativo que ha contribuido a su desarrollo. La Ley 814 de 2003 fomenta la actividad cinematográfica, crea la contribución parafiscal denominada Cuota para el Desarrollo Cinematográfico, su recaudo, administración y distribución, y además establece incentivos a la inversión en el cine. Como principales mecanismos establece: convocatorias y estímulos otorgados por el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC), beneficios tributarios y la titularización. Como beneficio

tributario el nacional que invierta o done a la producción cinematográfica se hace acreedor un descuento en su declaración de renta del 125% (Congreso de Colombia, 2003).

Esta ley la complementan el CONPES 3462 de 2007 que establece los lineamientos para el fortalecimiento de la cinematografía en Colombia y la Ley 1556 de 2012 fomenta el territorio nacional como escenario para el rodaje de obras cinematográficas. Esta última ley tiene por objetivo posicionar a Colombia como un escenario para rodar y producir películas, atrayendo a productoras extranjeras para que contraten las empresas colombianas de servicios cinematográficos. Se ofrece una devolución o contraprestación para películas total o parcialmente rodadas en Colombia (largometrajes, telefilms, documentales y animación) del 40% del valor de los gastos realizados por concepto de servicios cinematográficos (actividades directamente relacionadas con la preproducción, producción y posproducción de obras cinematográficas, incluyendo servicios artísticos y técnicos) y del 20% del valor de los gastos realizados en servicios logísticos cinematográficos (rubros de hotelería, alimentación y transporte) (Congreso de Colombia, 2012).

Ahora bien, es importante señalar de cara al presente diagnóstico, que la Secretaría Distrital de Cultura Recreación y Deporte ha venido participando en los diferentes escenarios de articulación de la Cámara de Comercio de Bogotá y en el marco del trabajo que se viene desarrollando desde el Clúster de Industrias Creativas y de Contenidos (ICC), se adelantó un trabajo de investigación, con el propósito de dotar a los sectores vinculados al clúster de instrumentos de estímulo y facilitación en forma similar a la cobertura que tiene el cine en el país.

Para el desarrollo de este objeto se contrató al abogado Gonzalo Castellanos, quien a partir de mesas de trabajo adelantadas con entidades gremiales y empresas en los campos de animación, videojuego, postproducción, publicidad, publicidad digital, medios de comunicación y producción de contenidos digitales, diseñó y validó las respuestas instrumentales (herramientas concretas, particularmente de carácter normativo), encaminadas a facilitar el trabajo y estímulo a los sectores que hacen parte del clúster de industrias creativas y de contenido de Bogotá-Región que se adjunta al presente diagnóstico.

2. Ley del Espectáculo Público

La Ley 1493 de 2011 formaliza y regula la industria del espectáculo público de las artes escénicas, genera flujos económicos, crea estímulos tributarios y formas alternativas de financiación. Se fijan también beneficios para la realización de espectáculos públicos en el país. Crea la contribución parafiscal cultural a la boletería de los espectáculos públicos de las artes escénicas que corresponde al 10% del valor de la boletería. Esta ley también incentiva la inversión en infraestructura destinada a los espectáculos públicos de las artes

escénicas mediante la deducción del 100% del impuesto de renta del monto invertido (Congreso de Colombia, 2011).

Con el propósito de fortalecer su implementación, el Ministerio de Cultura viene trabajando desde 2013 en la formulación e implementación de un portal único de espectáculos públicos de las artes escénicas, que tiene como uno de sus objetivos principales simplificar, centralizar y facilitar los trámites a cargo de las autoridades públicas del ámbito nacional y territorial, competentes en la autorización, control y seguimiento a los espectáculos públicos de las artes escénicas en Colombia (Ministerio de Cultura, s.f.). Desde la perspectiva de los productores y operadores de boletería, se pretende disminuir los costos de transacción y facilitar a los productores y operadores de boletería de espectáculos públicos de las artes escénicas, la realización de los trámites y procedimientos de este tipo de eventos.

La citada ley reconoce, formaliza, fomenta y regula la industria del espectáculo público de las artes escénicas en Colombia y define en el literal a) del artículo 3 este tipo de eventos

Son espectáculos públicos de las artes escénicas, las representaciones en vivo de expresiones artísticas en teatro, danza, música, circo, magia y todas sus posibles prácticas derivadas o creadas a partir de la imaginación, sensibilidad y conocimiento del ser humano que congregan la gente por fuera del ámbito doméstico.

El literal b del artículo 3 define a los productores de espectáculos públicos como las entidades sin ánimo de lucro, las instituciones públicas y las empresas privadas con ánimo de lucro, sean personas jurídicas o naturales que organizan la realización del espectáculo público en artes escénicas. El productor es entonces el responsable u organizador del evento y no quien realiza la producción logística o técnica.

Con el objetivo de formalizar el sector, mediante el artículo 10 de la misma ley se crea el registro de productores de espectáculos públicos de las artes escénicas a cargo del Ministerio de Cultura. Los productores deben atender lo reglamentado en los decretos 1080 y 2380 de 2015 y lo establecido en la Resolución 0313 de 2016 de 23 de febrero de 2016 que imparte instrucciones para el registro como productor de espectáculos públicos de las artes escénicas. A partir de 2016, el productor que antes no debía registrar ningún tipo de información de sus eventos, debe registrarse en el Portal Único de Espectáculos Públicos. Con este registro se remite al productor un certificado que lo acredita como productor permanente u ocasional, debe registrar la totalidad de la información comercial del evento y acreditar el pago de derechos de autor.

Ahora bien, en 2016 la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte contrató a la Fundación Llorona para generar conocimiento del sector de la

música en vivo para fortalecer la política pública y promover la construcción de estrategias sectoriales, la articulación entre pares y la visibilización de la música en vivo. Este estudio al referirse a los eventos de gran formato evidenció que la implementación de la LEP, aunque es un comienzo hacia la centralización y organización de los trámites asociados a los eventos de música en vivo, ha tenido una aplicación mucho más problemática de lo que se esperaba. La idea inicial de la ventanilla única no ha funcionado a nivel distrital, especialmente por la falta de articulación entre la Alcaldía, las secretarías distritales, la Cámara de Comercio, el POT y la DIAN (Fundación para el Desarrollo, Gestión y Difusión Cultural Llorona, 2016).

Adicionalmente, el estudio de la Fundación Llorona señala que, si bien tienen por objetivo la mejora de la infraestructura de los espacios para las artes escénicas en la ciudad, no están asignados bajo un plan estratégico de adecuación y se habilitan como un auxilio para solventar problemas puntuales en la infraestructura sin un compromiso para la adecuación de los espacios en el largo plazo, ligado a una certificación como escenarios permanentes. Se señala

los empresarios y empresarias de grandes conciertos y festivales musicales se ven como los grandes aportantes de dinero a los fondos de la ley de espectáculos públicos, pero no ven que sus aportes se canalicen para construir o mejorar la precaria infraestructura bogotana para eventos de gran magnitud (Fundación para el Desarrollo, Gestión y Difusión Cultural Llorona, 2016).

Se consideró que las medidas existentes deben desarrollarse de manera que atiendan las necesidades de los empresarios y empresarias de la música en vivo y atraigan de manera efectiva la inversión privada. Se recomendó, por tanto, revisar los mecanismos de asignación de recursos para que financien planes coherentes de largo plazo de adecuación de espacios inscritos ante la LEP (Fundación para el Desarrollo, Gestión y Difusión Cultural Llorona, 2016).

Igualmente determinó que, aunque la ley 1493 de 2011 contempla un incentivo de deducción del impuesto de renta del 100% para quienes inviertan en la construcción de escenarios habilitados, es necesario incrementar esta deducción tributaria. Para estos efectos, el abogado Gonzálo Castellanos propuso incrementar el incentivo hasta el 165% de exención del impuesto de renta cuando los empresarios y empresarias del sector inviertan en infraestructura, a imagen de lo que reglamenta la ley de cine colombiana (Fundación para el Desarrollo, Gestión y Difusión Cultural Llorona, 2016).

La Fundación Llorona recomendó igualmente realizar modificaciones para generar un marco normativo amigable con los espacios para la música en vivo, adoptando las “Alternativas para la circulación de la música en vivo en Bogotá” que planteó el abogado al Clúster de Música de la Cámara de Comercio de Bogotá en 2016 en relación con el uso del suelo, la venta de licor, los beneficios

tributarios, las exigencias para aglomeraciones de carácter permanente y los horarios que se recogen a continuación:

Uso del suelo. La planeación distrital sobre el uso del suelo debe tomar en cuenta la existencia e importancia de los EMV y sus características específicas (emprendimientos comerciales híbridos, generadores de externalidades positivas a nivel cultural, social y comercial). Al respecto es necesario otorgar un reconocimiento y protección desde los planes territoriales a estos espacios y a las zonas donde se concentran, a través de una catalogación específica que les permita insertarse y coexistir exitosamente con el entorno urbano. Al respecto, Castellanos ha propuesto abrir en el Plan de Ordenamiento Territorial la catalogación de infraestructura cultural a los espacios cuyo objeto principal la música en vivo. Es importante advertir que esta catalogación no puede impedir las otras fuentes de ingresos de estos espacios como son la venta y consumo de licor, comidas y otros alquileres.

Venta de licor. El nuevo Código nacional de policía que regirá desde 2017 establece el modelo de manejo controlado de bebidas alcohólicas en establecimientos públicos. La reglamentación nacional y territorial, aunque necesaria para la seguridad y salud públicas, si es extremadamente restrictiva o confusa, puede terminar por amenazar la viabilidad financiera de los EMV. Los gobiernos nacional y local deben trabajar en conjunto para lograr una reglamentación que no impida una actividad comercial en torno a la venta de licor. En esta medida la reglamentación deberá contemplar amplitud en la permisión del expendio para los EMV.

Beneficios tributarios. Los costos tributarios hacen parte fundamental de los desincentivos que tienen los espacios de música en vivo para invertir en la ampliación, mejora y diversificación de su programación. Un paquete de medidas tributarias tendientes a aligerar la carga tributaria de estos espacios debe ser evaluado. Algunos de los tributos cuya reducción debe ser evaluada para el caso de los EMV son el impuesto de renta y el impuesto predial. Un beneficio que debe ser mantenido es la exclusión del IVA para servicios artísticos. Gonzalo Castellanos contempla algunos de los anteriores en su estrategia.

Exigencias para aglomeraciones de carácter permanente. Los EMV operan eventos en vivo bajo unas condiciones relativamente estables a lo largo del tiempo: capacidad del lugar, aspectos técnicos en tarima, horarios de los conciertos, etc. En esta medida, los permisos para habilitar aglomeraciones en estos lugares deberían facilitarse y concederse para periodos de tiempo

largos y no para cada vez que se realiza un evento. Adicionalmente, se debe conceder este permiso de manera más expedita, para lo cual Gonzalo Castellanos propone que estos eventos puedan ser reglamentados como aglomeraciones de público no complejas en el nuevo Código de Policía.

Horarios. A tono con la propuesta de Gonzalo Castellanos, se propone incidir en la reglamentación local para que en el trato de EMV haya un manejo amplio del horario de funcionamiento (hasta 24 horas del día), en la perspectiva de la creación de distritos musicales y del desarrollo de la economía de la noche (Fundación para el Desarrollo, Gestión y Difusión Cultural Llorona, 2016).

Es importante destacar que el estudio en mención hace un llamado para que la música en vivo sea incluida como segmento creativo y productivo en las instancias de planeación. Se invita al gobierno distrital a reconocer la importancia estratégica de este segmento creativo y a los intermediarios de la música en vivo como agentes de innovación cultural y artística. Lo anterior teniendo en cuenta su importancia como generadores de espacios de circulación de propuestas artísticas, su labor de curaduría musical, su labor en la creación de redes de intercambio entre músicos y su rol como plataforma continua de exposición y relacionamiento de las propuestas musicales con el público. Se propone evidenciar el papel de la música en vivo como dinamizadora de la economía de la ciudad que genera impactos directos en la sostenibilidad de los músicos y agentes del sector musical. También se destacan los impactos indirectos, sobre la economía conexas de restaurantes, bares, hoteles, transportes y otros servicios. Los grandes eventos (conciertos masivos y festivales) y pequeños (los que se desarrolla en restaurantes, bares y venues) son jalonadores potenciales de turistas para la ciudad. Se resalta la importancia de generar un entorno propicio para que los espacios de música en vivo (EMV) estén en capacidad de generar modelos de negocio diversificados, que integren la programación y circulación de música en vivo, por un lado, y la venta de licor, comida y alquileres de espacios, por otra. Estos modelos híbridos son fundamentales para la viabilidad financiera de los EMV y, para la sostenibilidad de un sector musical propositivo en lo creativo y económico (Fundación para el Desarrollo, Gestión y Difusión Cultural Llorona, 2016).

3. Ley del Libro

La Ley 98 de 1993 o **Ley del Libro** fortalece la industria editorial y la circulación del libro en el país y establece exenciones tributarias para las empresas editoriales y para sus inversionistas.

Como aspectos fiscales e impositivos se destaca que establece la exención de renta y complementarios a autores literarios: "Los ingresos por derechos de autor que reciban autores y traductores colombianos y extranjeros residentes

en Colombia, por libros de carácter científico o cultural editados e impresos en el país, están exentos de impuesto a la renta". También están exentos aquellos quienes su primera edición fuera editada e impresa en Colombia. Para ediciones posteriores la exención es de 1200 UVT (Congreso de Colombia, 1993).

Ahora bien, la Ley del Libro fue recientemente modificada por la Ley 1819 de 2016, estableciendo el 9% de impuesto de renta a las editoriales por lo cual es necesario revisar el impacto que este gravamen tendrá en el desarrollo del sector para contrarrestar su impacto.

En discusiones en las que ha participado el equipo de la Política Distrital de Economía Cultural y Creativa se ha manifestado que la legislación actual no tiene en cuenta a las librerías y a los editores independientes, actores fundamentales en la cadena de valor de este sector.

Propiedad intelectual

La protección de la propiedad intelectual es de tipo jurídica, como lo establece el artículo 61 de la Constitución Política de Colombia: "El Estado protegerá la propiedad intelectual por el tiempo y mediante las formalidades que establezca la ley" (Gaceta Constitucional No. 116 de 20 de julio, 1991). Sin embargo, las leyes que existen no se basan en esta denominación conceptual, sino en dos campos muy bien diferenciados: el Derecho de Autor y la Propiedad Industrial.

La protección que la ley colombiana otorga al Derecho de Autor se realiza sobre todas las formas en que se puede expresar las ideas, no requiere ningún registro y perdura durante toda la vida del autor, más 80 años después de su muerte, después de lo cual pasa a ser de dominio público (El Congreso de Colombia, 2018). Ahora bien, para el registro de la obra, la autoridad competente, es la Dirección Nacional del Derecho de Autor y sólo tiene como finalidad brindar mayor seguridad a los titulares del derecho.

La norma que rige el derecho de autor en Colombia es la Ley 23 de 1982 recientemente modificada por la Ley 1915 del 12 de julio de 2018, la cual actualiza el marco normativo sobre derecho de autor y derechos conexos en Colombia (Congreso de la República de Colombia, 2018) e incluye entre otros los siguientes aspectos:

- Con respecto al entorno digital precisa el alcance de algunos derechos patrimoniales de autor y conexos.
- Amplía el plazo de protección cuando los derechos están en cabeza de personas jurídicas a 70 años (antes de 50).
- Reglamenta el uso de obras huérfanas.
- Establece disposiciones con respecto a las medidas tecnológicas de protección.

Esta norma trae grandes avances para los autores y la economía cultural y creativa de nuestro país, pone en plano de igualdad a nuestros artistas con sus colegas extranjeros y lo más importante, actualiza la Ley 23 de 1982 cuya modificación era necesaria.

Ahora bien, la protección otorgada a la Propiedad Industrial (la autoridad competente es la Superintendencia de Industria y Comercio) se refiere a la especie de propiedad intelectual de los signos distintivos o diferentes formas en que se puede diferenciar un producto o servicio en el mercado (marcas) o a un empresario (nombre comercial), o un establecimiento de comercio (enseñas), o en otros casos un producto con una vinculación especial a un espacio geográfico (denominaciones de origen). La protección en materia de Propiedad Industrial no es automática como en el derecho de autor. Por regla general se requiere cumplir con unos requisitos y surtir un trámite para que el Estado reconozca la existencia del derecho.

La Dirección Nacional de Derecho de Autor, en cumplimiento de su misión institucional, brinda capacitación presencial y en línea sobre los aspectos generales del derecho de autor y derechos conexos, sociedades de gestión colectiva y registro de obras y contratos. Es de destacar que dentro de su portafolio de conferencias, tiene una línea dedicada al derecho de autor en la economía cultural y creativa. Adicionalmente, creó recientemente la Red Naranja como un portal de negocios de los creadores y creadoras y las industrias culturales y creativas. Este portal surge como respuesta a la solicitud de muchos creadores y creadoras que no les ha sido posible publicar y comercializar sus obras.

Solo en el año 2016, la DNDA registró 71.875 obras entre literarias y artísticas, de las cuales 52.799 son inéditas, es decir, no han sido publicadas, debido a que en la mayoría de los casos los creadores y creadoras no tienen como darlas a conocer por diferentes motivos: las editoriales o productoras son insuficientes para el número de obras, no son obras comerciales o la razón más común: los creadores y creadoras no tienen la experticia para hacer el puente entre su obra y las industrias culturales (editoriales, casas disqueras, productoras de cine y televisión, empresas de software o los llamados caza-talentos) (Ministerio del Interior, s.f.).

El portal tiene por objetivo tender un puente entre los creadores y creadoras y las industrias culturales, mediante la creación de un portal web que le permitirá a los autores publicar, comercializar y monetizar las obras que tienen registradas ante la Dirección Nacional de Derecho de Autor.

Por su parte, la Superintendencia de Industria y Comercio ha venido trabajando con el sector cultural y creativo generando beneficios en tasas de registro en materia de diseños industriales, signos distintivos, marcas colectivas, entre otros. También ha buscado facilitar los trámites, brindar formación y acompañamiento.

Para la Política de Economía Cultural y Creativa el valor creativo de la industria cultural y creativa se asocia a la propiedad intelectual y al derecho de autor, es necesario formar y acompañar a los creadores y creadoras en esta materia, que se incluya la asignatura en todas las formaciones asociadas y que la normatividad vigente sea acorde con las dinámicas del mercado cambiante y digital.

Con el desarrollo de las nuevas tecnologías el ámbito de la cultura paso de ser de bienes a ser de servicios, con la explotación de la propiedad intelectual (derechos de autor y derechos conexos) que las creaciones artísticas generan. Es por esta razón que es cada vez más importante la capacitación y el conocimiento de las características de la explotación de la propiedad intelectual.

Marco legal de la Economía Cultural y Creativa

Según la Real Academia Española, emprender es: *"Acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro"*. En el ámbito de la economía, el emprendimiento es la iniciativa de un individuo que asume un riesgo económico o que invierte recursos con el objeto de aprovechar una oportunidad que brinda el mercado.

El literal c) del artículo 1 de la Ley 1014 de 2006 o Ley de Fomento a la Cultura del Emprendimiento, define el "Emprendimiento" como:

Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad (Congreso de la República de Colombia, 2006).

La misma ley establece que el papel del Estado en el fomento del emprendimiento es: 1. Promover la alianza público-privada académica; 2. Facilitar condiciones para el emprendimiento, y; 3. Desarrollar la dimensión local del emprendimiento (Congreso de la República de Colombia, 2006).

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo asumiendo los retos impuestos por la citada ley, estableció como objetivos estratégicos de la Política de Emprendimiento en Colombia los siguientes: 1. Facilitar la iniciación formal de la actividad empresarial; 2. Promover el acceso a financiación para emprendedores y emprendedoras y empresas de reciente creación; 3. Promover la articulación interinstitucional para el fomento del emprendimiento en Colombia; 4. Fomentar la industria de soporte no financiero, que provee acompañamiento a los emprendedores y emprendedoras desde la conceptualización de una iniciativa empresarial hasta su puesta en marcha, y;

5. Promover emprendimientos que incorporan la ciencia, la tecnología y la innovación (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, s.f.).

Ahora bien, en relación con la Economía Cultural y Creativa, en mayo de 2017, con 80 votos a favor y 5 en contra, el congreso aprobó la Ley 1834 de 2017 por medio de la cual se desarrollan, fomentan, incentivan y protegen las industrias creativas.

Estas son entendidas en este ámbito, como aquellas industrias que generan valor en razón de sus bienes y servicios, los cuales se fundamentan en la propiedad intelectual. Comprenden los sectores que conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural, y/o aquellas que generen protección en el marco de los derechos de autor (Congreso de Colombia, 2017).

Esta norma concibe las industrias creativas como

aquellas que comprenden de forma genérica –pero sin limitarse a–, los sectores editoriales, audiovisuales, fonográficos, de artes visuales, de artes escénicas y espectáculos, de turismo y patrimonio cultural material e inmaterial, de educación artística y cultural, de diseño, publicidad, contenidos multimedia, software de contenidos y servicios audiovisuales interactivos, moda, agencias de noticias y servicios de información, y educación creativa (Congreso de Colombia, 2017).

Establece como estrategias, las siguientes:

1. El levantamiento de información constante, confiable y comparable sobre los sectores de la economía creativa.
2. Propender por la coordinación de la gestión administrativa para articular de forma adecuada los postulados de la economía creativa.
3. Fortalecer el papel de las industrias creativas, así como su formalización y adecuación.
4. Desarrollar la infraestructura necesaria para que, en el marco de las competencias del Gobierno nacional y los Gobiernos locales, se privilegie la inversión en infraestructura física o infraestructura virtual, así como a su acceso inclusivo.
5. Promover los instrumentos internacionales necesarios para que las industrias de la economía creativa obtengan acceso adecuado a mercados fortaleciendo así su exportación.
6. Promover el desarrollo de las industrias creativas, con miras a que estas se conviertan en vehículos de integración y resocialización como generadoras de oportunidades laborales y económicas.
7. Fortalecer espacios de circulación independientes de todas las artes en general mediante el reconocimiento de los mismos espacios y equipamientos culturales (Congreso de Colombia, 2017).

Se enuncia la creación de líneas de crédito y cooperación técnica para el impulso a la construcción de infraestructura cultural y creativa en los entes territoriales

a través de la Financiera del Desarrollo Territorial (Findeter) y la creación de mecanismos de financiación para emprendimientos creativos, a través de los instrumentos y vehículos que dicha entidad determine según su objeto y competencia a través del Banco de Desarrollo Empresarial y Comercio Exterior (Bancóldex) (Congreso de Colombia, 2017).

Es importante señalar que se trata de una ley de orden nacional y no Distrital, y que aún no ha sido reglamentada, es decir, no se han estipulado los instrumentos específicos ni las regulaciones correspondientes, labor que le compete al Ministerio de Cultura. A pesar de que la aprobación y promulgación de esta ley es un avance como reconocimiento del impacto de la cultura y el arte en la economía, algunos investigadores han considerado que se queda corta y que todavía queda mucho camino por recorrer al considerar:

La ley naranja fue tramitada bajo el liderazgo del senador Iván Duque del Centro Democrático, quien coordinó en el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en Washington la promoción de las industrias creativas y la publicación de "La economía naranja. Una oportunidad infinita". La nueva normatividad es una combinación de definiciones de la UNESCO, objetivos del Conpes, de la política de emprendimiento e industrias culturales del Ministerio de Cultura y de los planteamientos del libro de Economía Naranja del BID (por ejemplo, las 7 "i" que ahora forman parte del acervo reglamentario colombiano). Esta normatividad no se aparta prácticamente nada de lo avanzado en el sector hasta el momento, aunque trata de articular a las instituciones que intervienen en sus procesos –lo que puede complicar la estructura administrativa según Gonzalo Castellanos (2017)– y ordena generar una Política integral de la Economía creativa (Política naranja), resaltando la comercialización y circulación de contenidos locales y promoviendo la financiación del sector y la creación de los mercados integrados de contenidos originales (micos).

Sin embargo, la ley es muy débil en la caracterización de las industrias creativas como procesos culturales fundamentales, en el apoyo decidido a su sentido público y social, en su conexión con la diversidad del país, en la integración de las nuevas tecnologías a la producción, la circulación y la apropiación de bienes y servicios culturales, en el reconocimiento y estímulo de grupos, organizaciones y colectivos de creadores y creadoras que no se acogen a la forma empresarial, en el estímulo de la participación de los jóvenes y en la participación de las regiones que han estado tradicionalmente muy alejadas de la economía creativa.

Por ahora, la ley naranja es un "dicho". El trecho que le queda es largo y espinoso. Entre otros motivos, por la ubicación de los actores, especialmente los privados y transnacionales, en las diferentes industrias culturales y en sus convergencias: los límites nacionales de las políticas han sido rebasadas por las corporaciones que tienen el liderazgo de la innovación como también de la comercialización y que definen más contundentemente el destino social de las políticas en este campo. También debido a la integración cada vez más fuerte entre industrias tecnológicas e industrias del contenido con todos los intereses que poseen y por las dificultades que progresivamente tienen los proyectos y experiencias

culturales que han tomado el camino de la independencia e inclusive de la resistencia, frente a las trayectorias de las propuestas comerciales. (Rey, 2017)

Ahora bien, como resultado de la promulgación de esta Ley, se han radicado varias iniciativas de proyectos de acuerdo del Concejo de Bogotá que tienen por objeto promover, fomentar, incentivar y desarrollar el emprendimiento cultural y las industrias culturales y creativas comprendidas en la Economía Naranja (Acuerdo Naranja) y sobre los cuáles la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte ha emitido concepto técnico.

Recientemente entró en vigencia el Acuerdo 709 de 2018 *"Por el cual se establecen lineamientos para el fomento, promoción, incentivo, y desarrollo de la economía naranja en el Distrito Capital"*, el cual confirma la voluntad política de apostarle al sector cultural y creativo y le da sustento a la Política de Economía Cultural y Creativa en formulación.

5. ANÁLISIS DE INSTRUMENTOS DE PLANEACIÓN VIGENTES

Política Nacional de Emprendimiento en Colombia

De acuerdo a la UNCTAD, la estructura de una política de emprendimiento se debe centrar en crear un entorno que fomente el emprendimiento y la creación de empresas al igual que asegurar el crecimiento y expansión de dichas empresas. Dichas empresas deben nacer con capacidad de competir en mercados globales con recursos restringidos (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2015).

En Colombia, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ha asumido importantes retos relacionados con la aplicación de la Ley 1014 de 2006 de Fomento a la Cultura del Emprendimiento, la cual lo compromete como actor responsable de la política pública en la materia.

En 2009, expide la Política de Emprendimiento en Colombia y define el emprendimiento como:

El conjunto de personas, variables y factores que intervienen en el proceso de crear una empresa. Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2009).

Esta Política está soportada en tres pilares (objetivos estratégicos) que son:

Facilitar la iniciación formal de la actividad empresarial; 2. Promover el acceso a financiación para emprendedores y emprendedoras y empresas de reciente creación (Capital semilla; Capital de riesgo privado; Redes de inversionistas; Banca de Oportunidades, y; Fondo Nacional de Garantías), y; 3. Promover la articulación interinstitucional para el fomento del emprendimiento en Colombia (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2009).

Adicionalmente, la política tiene dos ejes transversales que son:

1. Fomento de la industria de soporte “no financiero”, que provee acompañamiento a los emprendedores y emprendedoras desde la conceptualización de una iniciativa empresarial hasta su puesta en marcha y; 2. Promover emprendimientos que incorporan ciencia, la tecnología y la innovación (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2009).

En 2015, el diagnóstico de avances presentado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo señala que el Foro Económico Mundial reconoció el esfuerzo realizado por Colombia en fomentar la cultura del emprendimiento y la innovación y recomendó continuar con los esfuerzos. Sin embargo, estableció:

"El emprendimiento y la innovación son herramientas clave para el desarrollo competitivo y no debe ser visto como la solución de corto plazo para aquellos sin empleo". Así, se modernizó el enfoque de emprendimiento a nivel nacional y se entendió como un canal para la innovación que permite generar nuevos productos y servicios con valor agregado para acceder a nuevos mercados. También se consideró como un generador de empleo y, por lo tanto, una herramienta de desarrollo social. Se establece como uno de los objetivos del Ministerio aumentar la cantidad de nuevas empresas creadas con alto potencial de crecimiento y/o valor agregado y aumentar el crecimiento de empresas jóvenes. En este sentido se estableció la necesidad de articularse con la Política de Desarrollo Productivo (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2015).

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo establece entonces dos objetivos específicos: 1. Consolidar el Ecosistema de Innovación y Emprendimiento para crear empresas con alto potencial de crecimiento y aumentar el crecimiento de empresas jóvenes; 2. Fortalecer el acceso a financiamiento para el emprendimiento.

El primer objetivo incluye: **a) Talento humano con las competencias necesarias para iniciar un emprendimiento como proyecto de vida:** Generación de competencias para el emprendimiento, la innovación, la creatividad y experimentación en la educación básica, media y secundaria; creación de grupos interdisciplinarios con personas con altos niveles académicos, de diferentes disciplinas y provenientes de universidades para la creación de spin-offs y emprendimientos. Fomento a estrategias como coworking spaces y creación de redes para facilitar la interacción de los emprendedores y emprendedoras y el aprendizaje; fortalecer las capacidades de emprendimiento corporativo en los empresarios y empresarias establecidos para fomentar la creación de spin-outs empresariales y fomentar el intraemprendimiento. **b) Instituciones de apoyo al emprendimiento con servicios pertinentes y de calidad:** fortalecimiento a incubadoras, aceleradoras, entre otros, para facilitar los procesos de validación temprana en el mercado y definición de estrategias de crecimiento, bajo un modelo de compensación por resultados (es decir que estas instituciones tendrán ingresos en la medida que el emprendimiento incremente sus ventas); capacidades y herramientas, para identificar emprendimientos con alto potencial de crecimiento; se diseñará una herramienta que muestre a los empresarios y empresarias la ruta del emprendimiento e información adicional como por ejemplo tendencias de consumo internacional; se buscará promover la inserción de empresas jóvenes en cadenas globales de valor, por ejemplo a través de una articulación con la Alianza del Pacífico para conectar emprendedores y emprendedoras, generar redes y encadenamientos productivos. **c) Fomento de una cultura emprendedora con alto potencial de crecimiento y valor agregado.** Continuar y ampliar las actividades que publicitan y fomentan la cultura de la innovación y el emprendimiento a nivel nacional y regional, y; fomentar canales no tradicionales para el fomento de la cultura emprendedora tales como

documentales, realities, películas, festivales de música o festivales de teatro que permitan una divulgación y apropiación en las regiones del país **d) Modificación de la regulación para implementar nuevos mecanismos de financiación y el desarrollo de empresas con alto nivel tecnológico.** Crear/modificar las regulaciones para implementar nuevos mecanismos de financiación a emprendimiento como el crowdfunding, beneficios tributarios para etapas tempranas, entre otros; crear/modificar las regulaciones para fomentar el desarrollo de empresas de alto nivel tecnológico que al ser disruptivas encuentran dificultades legales para su operación y expansión. El segundo objetivo desarrolla las acciones para **fortalecer los eslabones de financiamiento al emprendimiento con alto potencial de crecimiento y de valor agregado.** Promover en Colombia la creación, desarrollo y consolidación de mecanismos de inversión en las diferentes etapas del desarrollo de la innovación y el emprendimiento de valor agregado tales como: el crowdfunding, el Capital Semilla Privado, el Corporate Venturing, las Redes de Ángeles Inversionistas, Capital de riesgo corporativo -Venture Capital-, y los mecanismos de salida (mercado de capitales), entre otros. Adicionalmente es necesario desarrollar Líneas de crédito públicas y mixtas a la innovación en articulación con la banca privada y la conformación de un portafolio de garantías asociadas a los procesos de innovación (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2015).

Como se mencionó, la Política de Emprendimiento se articula con la Política de Desarrollo Productivo y se relaciona con los documentos de política emitidos por el Consejo Nacional de Política Económica y Social (CONPES) en esta materia. A pesar de que no existe un seguimiento estricto a los documentos que surgen de esta instancia, se consideran lineamientos y rutas articuladas que orientan las políticas públicas del Estado. En esta materia, se reconocen entre otros:

- **CONPES 3297 de 2004.** Agenda Interna para la Productividad y Competitividad.
- **CONPES 3424 de 2006.** Banca de las Oportunidades. Una política para promover el acceso al crédito y a los demás servicios financieros buscando equidad social.
- **CONPES 3439 de 2006.** Institucionalidad y principios rectores de política para la competitividad y productividad.
- **CONPES 3484 de 2007.** Política Nacional para la Transformación Productiva y la Promoción de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas.
- **CONPES 3527 de 2008.** Política Nacional de Competitividad y Productividad.
- **CONPES 3533 julio de 2008.** Bases para la adecuación del Sistema de Propiedad Intelectual a la Competitividad y Productividad Nacional".
- **CONPES 3866 agosto 8 de 2016.** "Política Nacional de Desarrollo Productivo"

El CONPES 3866 de 2016 "*Política Nacional de Desarrollo Productivo (PDP)*" es el documento de política expedido más recientemente y tiene como objetivo exclusivo la solución de fallas del mercado, de articulación y de gobierno que limitan el crecimiento de la productividad y la sofisticación del aparato productivo colombiano. Así, propone las siguientes estrategias:

1. Mejorar las capacidades de las unidades productoras de innovar y emprender, así como de absorber y transferir conocimiento y tecnología
2. Cerrar brechas de capital humano
3. Aumentar la eficiencia y efectividad en el acceso a financiamiento para la innovación y el emprendimiento.
4. Promover el cumplimiento de estándares de calidad por parte de productores nacionales y la inserción de los bienes y servicios en encadenamientos productivos nacionales e internacionales.
5. Establecer lineamientos para priorización de apuestas productivas a nivel departamental.
6. Promover un entorno institucional que garantice la sostenibilidad de la política y la coordinación entre actores (públicos y privados, nacionales y regionales) en el largo plazo (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2016).

De otra parte, por medio del Decreto 2828 de agosto de 2006, en desarrollo de las recomendaciones del CONPES 3439 de 2006, se creó el Sistema Administrativo Nacional de Competitividad-SNC (hoy Sistema Administrativo Nacional de Competitividad e Innovación- SNCEI) y la Comisión Nacional de Competitividad como su instancia coordinadora. Esta comisión organiza el mencionado Sistema con el fin de coordinar las actividades que realizan las instancias públicas y privadas relacionadas con la competitividad del aparato productivo.

De conformidad con el Decreto 1500 de 2012, los órganos que hacen parte del SNCEI son los siguientes:

Comisión Nacional de Competitividad e Innovación: Es el órgano asesor del Gobierno Nacional y de concertación entre éste, las entidades territoriales y la sociedad civil en temas relacionados con la productividad y competitividad del país y de sus regiones, con el fin de promover el desarrollo económico.

Comisiones Regionales de Competitividad: Son órganos que coordinan y articulan al interior del departamento los principales actores de los sectores público y privado, en temas de competitividad, productividad e innovación.

Instancia de coordinación nacional de las Comisiones Regionales de Competitividad: El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en representación del sector público del orden nacional coordinará y hará, seguimiento a las Comisiones Regionales de Competitividad, con el apoyo de la

Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio (Confecámaras) (Presidente de la República, 2012).

En junio de 2016, la CRC de Bogotá- Cundinamarca acogió la agenda integrada de desarrollo productivo que trabaja en un portafolio de proyectos de ciencia, tecnología e innovación como en acciones para la superación de cuellos de botella a la competitividad y se focaliza en 5 áreas definidas por la Estrategia de Especialización Inteligente: Bogotá Región Creativa, Bio-Polo, Servicios Empresariales, Hub de Conocimiento Avanzado y Ciudad Región Sostenible. La Secretaría Técnica de la CRC de Bogotá se encuentra a cargo de la Cámara de Comercio de Bogotá y en noviembre de 2017 invitó a la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte a ser parte de su Comité Ejecutivo, entidad que actualmente asiste con voz y voto a este espacio.

Conclusiones

- Si bien se reconocen diferentes instrumentos de planeación y se identifica que es el Ministerio de Comercio y Turismo quién lidera a nivel nacional, no se encuentran mediciones rigurosas y continuas de los lineamientos y rutas propuestas desde esta instancia. El último documento diagnóstico publicado data de 2015.
- No se registran acciones de articulación del nivel nacional con el distrital por lo cual es posible que las entidades estén duplicando acciones existiendo la posibilidad de aunar esfuerzos y sumar los recursos existentes en esta materia.
- Se reconoce una oportunidad en la participación de la SCRD en la CRC para vincular al sector privado a la construcción del Plan de Acción de la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa, en temas de competitividad, productividad e innovación.

El emprendimiento en Bogotá

El Plan de Desarrollo "*Bogotá Mejor para Todos*" 2016-2020 contempla en su eje transversal "Desarrollo Económico Basado en el Conocimiento" el programa "*Fundamentar el desarrollo económico en la generación y uso del conocimiento para mejorar la competitividad de la Ciudad Región*", en el cual se vinculan los siguientes proyectos estratégicos:

- Consolidación del ecosistema de emprendimiento y mejoramiento de la productividad de las mipymes.
- Posicionamiento local, nacional e internacional de Bogotá.
- Transferencia del conocimiento y consolidación del ecosistema de innovación para el mejoramiento de la competitividad.

La Secretaría Distrital de Desarrollo Económico es la entidad Distrital que gestiona y ejecuta las políticas de desarrollo económico, orientadas a fortalecer la competitividad, el desarrollo empresarial, el empleo, la economía rural y el abastecimiento alimentario.

El proyecto de inversión No. 1022 a su cargo, denominado “**Consolidación del ecosistema de emprendimiento y mejoramiento de la productividad de las mipymes**”, tiene por objetivo general **aumentar la competitividad del sistema productivo de la ciudad** y está planteado en dos componentes: 1. Orientar y fortalecer el desarrollo del ecosistema del emprendimiento distrital y, 2. Apoyar la formalización y fortalecimiento de las Mipymes del Distrito Capital (Secretaría Distrital de Planeación, 2016).

El desarrollo del primer componente busca consolidar y dinamizar el ecosistema de emprendimiento de la ciudad, generando un entorno institucional propicio para los emprendimientos por oportunidad. La Secretaría Distrital de Desarrollo Económico para efectos de este componente entiende el **emprendimiento** como

el desarrollo de un negocio que va desde la fase de ideación hasta la fase de pre-consolidación en el mercado. Es decir, desde el momento de la generación de la idea de negocio, hasta tres (3) años después de su puesta en marcha (que es cuando logra cruzar el denominado valle de la muerte e inicia su consolidación en el mercado y fase de maduración) (Secretaría Distrital de Planeación, 2016).

En lo relacionado con el **emprendimiento por oportunidad**, estos los entiende como:

aquellos que se encuentran temporalmente en las fases descritas anteriormente, pero que se distinguen por tener un óptimo potencial de crecimiento que permitirá su escalabilidad. Así mismo, hacen uso eficiente del conocimiento y la tecnología y tienen una buena expectativa de acumulación de capital que va más allá de la generación de ingresos para la subsistencia (Secretaría Distrital de Planeación, 2016).

Con el fin de apoyar la consolidación del ecosistema del emprendimiento se contempla entre otros, identificar y caracterizar los actores que apoyan el desarrollo productivo y empresarial en el Distrito, participar activamente en la Mesa de la Red Regional de Emprendimiento, formular la política pública para el emprendimiento para el Distrito Capital, e implementar y hacer seguimiento a los programas de emprendimiento (Secretaría Distrital de Planeación, 2016).

Para este componente la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico establece las siguientes metas:

- Brindar a 320 emprendimientos por oportunidad asistencia técnica a la medida.
- Formular un documento propuesta de política pública de emprendimiento para el Distrito Capital.

El segundo componente pretende fomentar espacios para formular propuestas de mejoras de carácter normativo y en regulación incentivar la formalización, e implementar procesos de formación y alistamiento financiero. Para este componente la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico entiende que las unidades productivas que va a atender son aquellas que llevan más de tres años en el mercado y que pueden o no encontrarse formalizadas, para el efecto, toma la tipología de mipymes establecida en la Ley 590 de 2000 (Secretaría Distrital de Planeación, 2016).

Como metas para este componente se establecen:

- Fortalecer 200 unidades productivas con asistencia técnica a la medida.
- Elaborar un documento propuesta de mejora regulatoria empresarial.
- Apoyar la realización de 6 eventos de intermediación y comercialización empresarial.
- Apoyar 170 unidades productivas en su proceso de formalización.
- Implementar 165 procesos de formación y/o alistamiento financiero a empresarios y empresarias del Distrito Capital favoreciendo su inclusión (Secretaría Distrital de Planeación, 2016).

La Secretaría Distrital de Desarrollo Económico ha venido trabajando con los diferentes actores y aliados en la construcción de la Política de Emprendimiento. Si bien se reconoce un número importante de emprendedores y emprendedoras, se identifican entidades que desarrollan acciones y ofrecen programas de apoyo a los emprendedores y emprendedoras como la Cámara de Comercio de Bogotá, falta articulación institucional y falta mostrar que el emprendimiento es fuerte.

Aunque la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico desde la Subdirección de Emprendimiento y Negocios ha desarrollado acciones enfocadas en atender emprendedores y emprendedoras y unidades productivas de manera transversal, no cuenta con una meta específica vinculada al emprendimiento cultural o a las industrias culturales y creativas. Tampoco tiene una relación directa con los emprendedores y emprendedoras culturales y creativos ya que no cuenta con espacios que le permitan conocer sus particularidades y necesidades.

El proyecto de inversión 1019 ***"Transferencia del conocimiento y consolidación del ecosistema de innovación para el mejoramiento de la competitividad"*** tiene por objetivo general contribuir a la transferencia, apropiación y uso del conocimiento y la consolidación del ecosistema de innovación con la finalidad de elevar competitividad del tejido productivo de la

ciudad. Como objetivos específicos se plantea: Impulsar proyectos estratégicos y retos de ciudad tendientes a elevar los niveles de innovación y competitividad de la ciudad; 2. Intervenir aglomeraciones, clústeres, o encadenamientos productivos de la ciudad, para incrementar la transferencia, apropiación y uso de conocimiento que conforman estas redes productivas, y; 3. Fortalecer unidades productivas en capacidades de desarrollo tecnológico e innovación productiva (Secretaría Distrital de Planeación, 2016).

Se identifican como metas de este proyecto enfocadas en emprendimiento e industrias culturales y creativas las siguientes:

1. Realizar un evento de alto nivel y visibilidad nacional e internacional para posicionar a la ciudad como escenario privilegiado para la innovación y las industrias creativas
2. Formular un plan de innovación e industrias creativas meta del Plan de Desarrollo "Bogotá Mejor para Todos".
3. Crear un manual de diseño y funcionamiento de la gerencia de innovación e industrias creativas.
4. Crear y operar el Fondo Cuenta Distrital de Innovación, Tecnología e Industrias Creativas (Secretaría Distrital de Planeación, 2016).

La incorporación de estas metas responde a lo establecido en el Plan de Desarrollo "Bogotá Mejor para Todos" y se deberá articular con el ejercicio de formulación de la Política de Emprendimiento, la Política de Ciencia, Tecnología e Innovación y la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa.

Se espera que con los recursos del Fondo se logren abrir líneas que le apuesten al emprendimiento temprano y de arranque, ya que no hay quién invierta en emprendimiento para apalancar diferentes proyectos con foco en la innovación, la tecnología y las industrias creativas.

La economía cultural y creativa en el marco de las políticas culturales en Colombia

El Ministerio de Cultura define las políticas culturales como

las grandes definiciones que asume el país para orientar los procesos y acciones en el campo cultural, mediante la concertación y la activa participación del Estado, las entidades privadas, las organizaciones de la sociedad civil y los grupos comunitarios, para de esta manera responder con creatividad a los requerimientos culturales de la sociedad (Ministerio de Cultura, s.f.).

Nuestro país es reconocido por su trabajo en el diseño, formulación e implementación de políticas culturales tras largos procesos de diagnóstico y estudio. La Ley General de Cultura dio las bases para estas políticas y propició la formulación y expedición, del Plan Nacional de Cultura 2001 - 2010 "*Hacia*

una Ciudadanía Democrática Cultural”, un ejercicio participativo que definió el panorama de las políticas culturales en el país desde entonces. Aunque el plan ya no está vigente, sus líneas de acción siguen siendo las utilizadas por el Estado colombiano para la implementación de sus planes, programas y proyectos. Así, uno de los vacíos a los que hay que prestar especial atención es que no se ha revalidado o actualizado este plan, a pesar de diferentes intentos de hacerlo por parte de los gobiernos

En 2010, el Ministerio de Cultura se dio a la tarea de formular políticas para cada uno de los sectores culturales y publicarlas en un *"Compendio de Políticas Culturales"*. A la fecha, a pesar de que se formularon políticas para varios sectores, no se ha dado un seguimiento minucioso del cumplimiento de los lineamientos en ellos establecidos. Así, es posible afirmar que algunas siguen vigentes y se cumplen, algunas nunca se han cumplido y otras no se han actualizado. De las políticas culturales a nivel nacional es necesario destacar dos programas transversales que han contribuido a la financiación y desarrollo del sector: 1. El Programa Nacional de Estímulos y; 2. El Programa Nacional de Concertación

Ahora bien, al referirnos a las políticas públicas a nivel nacional, es necesario señalar que el Consejo Nacional de Política Económica y Social (CONPES) es la máxima autoridad nacional de planeación y se desempeña como organismo asesor del Gobierno en todos los aspectos relacionados con el desarrollo económico y social del país. Para lograrlo, coordina y orienta a los organismos encargados de la dirección económica y social en el Gobierno, a través del estudio y aprobación de documentos sobre el desarrollo de políticas generales que son presentados en sesión. A pesar de que no existe un seguimiento estricto a los documentos CONPES, son lineamientos y rutas articuladas que orientan las políticas públicas a nivel local.

Para hablar del trabajo del gobierno nacional para incentivar el emprendimiento y las industrias culturales y creativas a nivel de política pública, es necesario comenzar señalando que como resultado del enfoque de la gestión 2007-2010 del Ministerio de Cultura, se crea el Programa para el Emprendimiento y las Industrias Culturales y el Grupo de Emprendimiento Cultural, donde se diseñan y ejecutan programas y acciones para incentivar el emprendimiento cultural y se abre un espacio para identificar las principales problemáticas que obstaculizan el desarrollo de estas industrias en el país. Así, se da origen a la *"Política para la promoción de las Industrias Culturales en Colombia"*, CONPES 3659 de 2010, en el marco del trabajo realizado en el Comité Técnico de Competitividad de las Industrias Culturales por el Grupo de Emprendimiento Cultural con el apoyo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y del Departamento Nacional de Planeación. Esta Política ha sido un referente en esta materia para las diferentes ciudades del país incluida Bogotá. Es de destacar que este documento establece

La producción de bienes y servicios cuyo origen es la creación y la cultura se sitúa hoy entre las principales fuentes de innovación e intercambio en el contexto global. A la vez que reflejan valores de una sociedad mediante recursos simbólicos que contribuyen al desarrollo de identidades, capital humano, cohesión social y convivencia, las industrias culturales se orientan al mercado, de tal forma que inciden también en el desarrollo económico y son, además, procesos industriales armónicos con el ambiente e intensivos en el uso de mano de obra (Departamento Nacional de Planeación. Consejo Nacional de Política Económica y Social, 2010).

El objetivo 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. Se estructura en cinco líneas estratégicas orientadas a superar los ejes problemáticos que en ese momento se identificó frenaban el desarrollo del potencial económico de las actividades culturales, a saber:

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 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
- (Departamento Nacional de Planeación. Consejo Nacional de Política Económica y Social, 2010).

Consecuente con los lineamientos establecidos en esta política el Grupo de Emprendimiento del Ministerio de Cultura ha venido desarrollando un importante proceso con las personas vinculadas a las industrias culturales y creativas y con emprendedores y emprendedoras culturales. Como marco de acción se han establecido cinco líneas de acción que dan lugar a las estrategias y acciones específicas que desarrolla, a saber:

1. Línea de investigación;
 2. Línea de formación;
 3. Línea de financiación;
 4. Línea de articulación, y;
 - Línea de circulación.
- De esta manera, se vienen desarrollando proyectos a nivel nacional que buscan que empresarios y empresarias de este sector superen las barreras del entorno (Ministerio de Cultura, s.f.).

Es de destacar que en el Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018, la cultura ha pasado de ser entendida como un bien de consumo suntuario, a ser un factor clave del desarrollo social y económico, que contribuye profundamente al bienestar de la sociedad y a la cohesión social. Se considera un gran avance que dentro de las estrategias que el Plan contempla implementar en el mediano plazo, se incluya entre otras, impulsar y fortalecer las industrias culturales, ya que implica su inclusión en los propósitos, programas y proyectos de este periodo de gobierno y se abre la puerta para acceder a los recursos del plan de inversiones a nivel nacional.

La economía cultural y creativa en Bogotá

La Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte orienta el proceso de fortalecimiento a las organizaciones culturales y agentes del sector en la ciudad de Bogotá. Con este cometido busca abordar los obstáculos y necesidades que se evidencian en la realidad de las organizaciones culturales y propugnar por la generación de escenarios y entornos favorables desde la política cultural distrital y a través de la implementación de unos lineamientos que desarrollen unas líneas de acción coherentes con los requerimientos del sector.

Las Políticas Culturales Distritales 2004-2016 proponen una estructura conceptual que identifica temas centrales a partir de los cuales se pretende ejecutar acciones estratégicas, denominadas procesos, que buscan responder a las demandas y fortalecer las dinámicas de los agentes del campo bajo principios de ampliación democrática e interculturalidad. Estos procesos son: fomento, organización, información, planeación, participación y regulación. En estas políticas se define el Proceso de Organización como aquel que propicia la articulación entre las instancias y organizaciones privadas y entre éstas y los organismos públicos de cultura. Implementa procesos de fortalecimiento de la sociedad civil y su participación en los espacios de concertación (Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, 2004).

El Plan Decenal de Cultura Bogotá D.C. 2012-2021 define el mismo proceso como las

prácticas que comprenden procesos de asociatividad mediante los cuales los agentes culturales, organismos y organizaciones generan capital social, económico y político. Como eje estratégico está encaminado a la articulación entre instancias y organizaciones privadas y entre éstas y los organismos públicos de cultura, acorde con el mandato de las políticas culturales distritales (Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, s.f.).

Se establece así que la organización es un proceso misional que comprende diferentes formas de asociatividad mediante las cuales los agentes y organizaciones culturales generan capital social, económico y político. El citado plan hace un cambio de enfoque en la política y se comprende que a través de la organización se garantiza la permanencia y sostenibilidad de las iniciativas culturales, se optimiza el capital humano, social y económico, se trabaja de forma colaborativa, se generan redes de trabajo, acción e incidencia, se fortalecen las capacidades de los actores y se dinamizan las cadenas de valor de los diferentes sectores y se generan alianzas.

Se señala en el Plan que

el sector cultural comprendido por agentes públicos y privados, organizaciones y personas naturales, colectivos temporales y procesos con vocación de permanencia, maduros o incipientes, necesitan enfatizar su búsqueda y su gestión dinámica de organización. Y está en la órbita del Estado gestionar

escenarios, herramientas y procesos conducentes a su fortalecimiento como un canal estratégico de valor distintivo sectorial, y como eje fundamental para afirmar y profundizar, especialmente, los capitales social y político del sector (Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, s.f.).

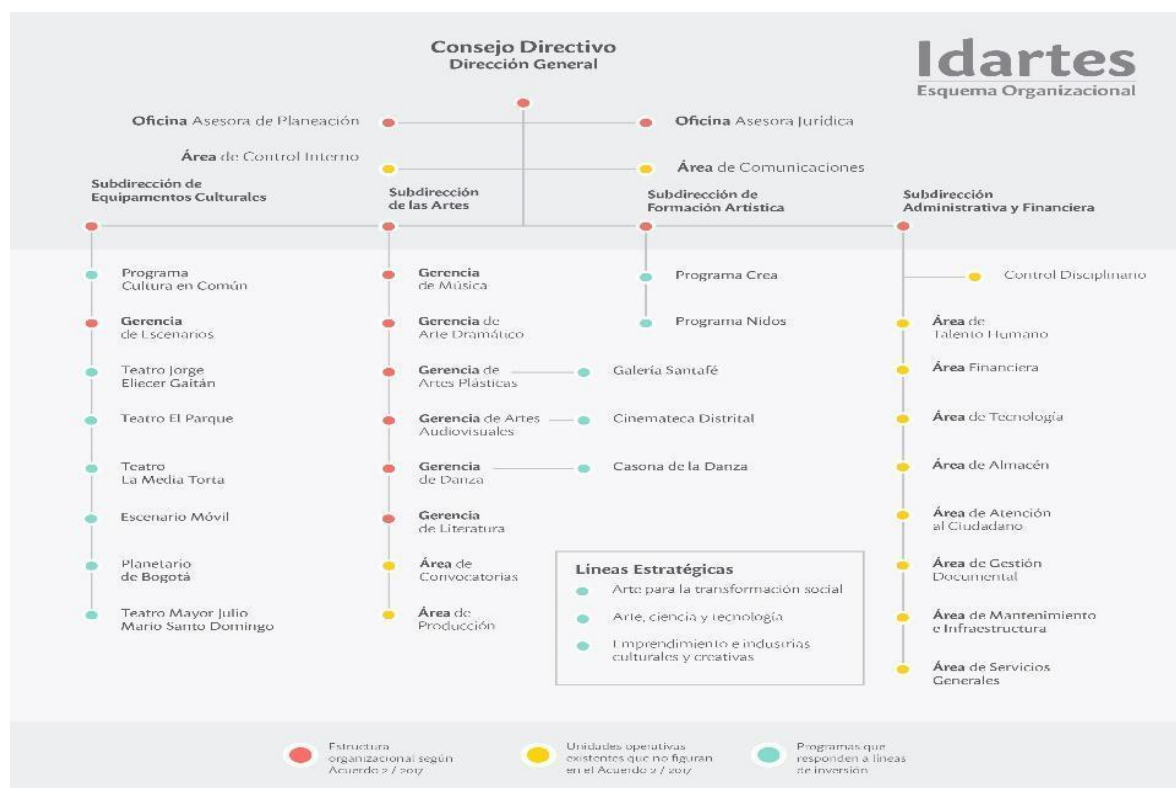
Se establece la necesidad de “consolidar las capacidades individuales de las organizaciones para transitar caminos hacia la materialización de sus intereses y se señala que el sector cultural comprendido por agentes públicos y privados, organizaciones y personas naturales, colectivos temporales y procesos con vocación de permanencia, maduros o incipientes, necesitan enfatizar su búsqueda y su gestión dinámica de organización

Con el fin de establecer unas líneas de acción coherentes con las necesidades del sector, el Comité Sectorial de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte aprueba en 2014 los lineamientos de política del Proceso de Organización, los cuales responden a una organización conceptual de las necesidades que tiene el sector cultura, desde la perspectiva de las organizaciones y el entorno en el que se desarrolla. En el esquema propuesto, las organizaciones se enfrentan a una serie de variables de diferente orden, unas son *exógenas* a la actividad de las organizaciones y otras son *endógenas* a su actividad. Las *variables exógenas*, son variables que las organizaciones no controlan, por ejemplo: la existencia de fuentes de financiación, la política pública, los mecanismos de circulación existentes, entre otras. Se considera que, con unas condiciones de entorno favorables, las organizaciones culturales podrían tener una mayor dedicación e incrementar su potencial creativo, de gestión y producción. Se lograría posicionar entonces a la cultura como un sector que genera externalidades positivas sobre los espacios y territorios incrementando la cohesión social y los niveles de riqueza social, así como también se tendría incidencia en la generación de ingresos y empleo para la ciudad (Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, s.f.).

Desde hace varios años, los programas asociados a temas de emprendimiento e industria cultural y creativo a nivel distrital han tenido como sustento el Proceso de Organización. Todas las acciones se realizan en el marco de este proceso, sin embargo, no están conectadas y responden a las necesidades del momento de cada área artística. Ahora bien, con la entrada en vigencia de la Ley 1834 de 2017 por medio de la cual se fomenta la economía creativa o Ley Naranja y con el reconocimiento de que sectores como el audiovisual, el editorial, el fonográfico y el de las artes escénicas aportan a la economía nacional, se establece la necesidad de incorporar acciones que incentiven el emprendimiento en los planes de acción de las entidades del sector cultura.

En 2016, con la entrada en vigencia del Plan de Desarrollo “*Bogotá Mejor para Todos*”, que incluye como meta la formulación de la Política Pública de Emprendimiento e Industrias Culturales y Creativas, hoy llamada Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa, el Instituto Distrital para las Artes-

IDARTES crea la Línea Estratégica **"Emprendimiento e Industrias Culturales y Creativas"** a cargo de la Subdirección de las Artes. Sin embargo, esta Línea Estratégica no se asocia a una unidad de gestión, sino que se le da sustento con el Proyecto de Inversión 985 "Emprendimiento Artístico y empleo del artista" (Secretaría Distrital de Planeación, 2016).



Fuente: Instituto Distrital de las Artes.

La Subdirección de las Artes tiene como función articular y alinear los diferentes esfuerzos de la Línea de Emprendimiento e Industrias Culturales y Creativas con las acciones que realizan las Gerencias a su cargo, a saber: Gerencia de Música, Gerencia de Arte Dramático, Gerencia de Artes plásticas, Gerencia de Artes Audiovisuales, Gerencia de Danza, Gerencia de Literatura. Desde la Línea transversal de Emprendimiento se ofrecen formaciones transversales a las gerencias o, en caso de estas requerirlo, se presta un acompañamiento al diseño de las acciones con foco en emprendimiento que realizan.

Para la vigencia 2018, según información remitida por esta entidad, la Línea Estratégica de Emprendimiento e Industrias Culturales y Creativas y las Gerencias de la Subdirección de las Artes del IDARTES incluyeron en sus Planes de Acción las siguientes actividades:

NOMBRE DEL PROYECTO: Emprendimiento artístico y empleo del artista
PROYECTO ESTRATÉGICO: 126 - Política de

emprendimiento e industrias culturales				
META IDARTES	ACTIVIDAD	ACCIÓN	DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN	PROGRAMADO 2018
Alcanzar 10 acciones de formación para fortalecer la organización, el emprendimiento y la empleabilidad del sector de las artes y oficios afines.	Formación en emprendimiento, el fortalecimiento organizacional y la empleabilidad.	Cursos, talleres y asesorías en emprendimiento y fortalecimiento organizacional	Emprendimiento en localidades: Talleres con cartilla "Arte, Cultura y Acción"	\$117.679.100
			Proyecto con Cámara de Comercio y Cámara Colombiana del libro: Filbo emprende	\$20.000.000
			Talleres varios de emprendimiento: portafolios, taller ideación, taller participación en mercados.	\$40.000.000
		Foros - seminarios	Foro en temas de industrias culturales y creativas	\$30.000.000
		Programa de Incubación de Industrias Culturales y Creativas	"La Incubadora de las industrias culturales y creativas de Bogotá"	\$99.911.450
		Programa Distrital de Estímulos	5 becas de fortalecimiento a empresas de las industrias culturales y creativas	\$50.000.000
Fortalecer 2 iniciativas de territorios culturales, clústers o circuitos artísticos.	Formación de públicos y fomento del consumo cultural en el Territorio	Clusters	Proyecto Editoriales Latinoamericanas	\$30.000.000
		Programa DC en VIVO	Programa DC en VIVO	\$106.161.001
			Beca D.C. en Vivo	\$100.000.000
			Encuentros D.C. en vivo y seguimiento beca D.C. en vivo	\$100.000.000
			Material promocional D.C. en vivo	\$13.400.000
		Territorios culturales	Creatón en el Bronx	\$77.335.143
			Detonante	\$120.000.000
Generar estudios, investigaciones o sistematización de experiencias relacionadas con las cadenas de valor de las	Investigación, información e incidencia en política pública	Estudios o investigaciones	Casos de éxito - estudio para identificar los factores que han incidido para hacer posible la internacionalización de artistas y empresarios y	\$30.000.000

industrias culturales creativas. y			empresarias de las artes bogotanas.	
Realizar 9 acciones de participación y articulación en/con redes, mercados, plataformas, bolsas de empleo, directorios, y espacios de circulación.	Financiación, articulación y participación en redes, plataformas y mercados	Internacionalización	Festival Internacional de Cine de Cartagena de Indias – Ficci	\$20.000.000
			Participación en mercado de artes escénicas PALCO	\$30.000.000
			Participación en mercado WOMEX	\$50.000.000
			Bogoshorts	\$20.000.000
		Internacionalización - Apoyos metropolitanos	Realización del Bomm en alianza con Cámara de Comercio	\$244.539.872
		Directorios culturales	Directorio de industrias culturales y creativas	\$9.473434
TOTAL				\$1.208.500.000

Fuente: Instituto Distrital de las Artes. Elaboración propia.

Por su parte, las gerencias también tienen programadas actividades asociadas al emprendimiento, entre ellas:

	DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN
Música	Plantario
	Enfoca (fortalecimiento organizaciones)
	Festivales al parque (ruedas de negocios y encuentros con programadores)
	Seremus (trabajo colaborativo)
Literatura	Beca de investigación en el sector editorial - industrias culturales
	Beca para proyectos editoriales independientes y emergentes en literatura
	Festival de librerías ARCADIA
Artes plásticas	Beca para galerías independientes- Luis Caballero
	Somos arte somos parte
Arte dramático	Plataforma encuentra
	Cinemateca rodante

Artes audiovisuales	Ruta audiovisual de Cinemateca al parque
Danza	Alianzas de sectores
Plataforma Bogotá	Bogotá Mapa de las Artes

Fuente: Instituto Distrital de las Artes. Elaboración propia.

Es importante señalar que hasta el momento no se ha medido el impacto de estas acciones ni se ha llevado a cabo un proceso de evaluación para determinar su pertinencia.

La Subdirección de Formación Artística del IDARTES incluye en el Programa “CREA” una línea de emprendimiento denominada “Emprende CREA”. A través de este programa se pretende que los jóvenes tengan la posibilidad de identificar en su vocación artística un proyecto de vida, o posibilidad de empleo o auto-empleo. Emprende Crea, genera oportunidades y fortalece capacidades de niños, niñas y jóvenes de la ciudad, permitiendo el desempeño de alto rendimiento en alguna de las áreas artísticas, y generando estrategias para el emprendimiento cultural y el uso de las nuevas tecnologías como mecanismo y así generar proyectos de vida, a través del arte (Instituto Distrital para las Artes- IDARTES, s.f.).

La Subdirección de Equipamientos Culturales, cuenta también, con un músculo muy fuerte para el tema de infraestructura ya que recibe cada vez más equipamientos culturales, lo cual enriquece su gestión.

Vale la pena mencionar que el IDARTES ha venido trabajando en el rediseño institucional de la entidad, sin embargo, no se ha previsto la creación de una unidad de gestión que trabaje el tema de emprendimiento. Existe el riesgo que la Línea Estratégica Emprendimiento e Industrias Culturales y Creativas desaparezca al cambio de gobierno ya que no ha sido adoptada en la Estructura Orgánica de la entidad. En general los proyectos de inversión se mantienen y tienen alguna sostenibilidad en el tiempo, sin embargo, la aprobación de una Política de Emprendimiento e Industrias Culturales y Creativas (actualmente llamada Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa) busca garantizar que esa línea estratégica permanezca en el tiempo. Las actividades y acciones asociadas al emprendimiento harían parte de un proyecto de gobierno con respaldo normativo y podría asegurarse la asignación de un presupuesto.

Es necesario tener en cuenta que las áreas artísticas se comportan de manera diferente y hay algunas que siempre han sido financiadas con recursos del Estado. Al consultar a la Orquesta Filarmónica de Bogotá- OFB y al Instituto Distrital de Patrimonio Cultural- IDPC, estas indican no haber realizado actividades ni acciones asociadas al emprendimiento. Al revisar los proyectos de inversión y las Fichas de Estadística Básica de Inversión Distrital EBI-D no se encuentran proyectos asociados al emprendimiento y a las industrias culturales

y creativas. En este sentido es necesario trabajar de la mano de estas entidades para definir las acciones que se desarrollarán para su desarrollo en el marco de la Política Distrital de Economía Cultural y Creativa.

De otra parte, según la Resolución 0017 de 2018 por la cual se adopta la actualización de la Plataforma Estratégica de la Fundación Gilberto Alzate Avendaño-FUGA, esta es una plataforma pública, líder de la transformación cultural y la revitalización del Centro de Bogotá. Esta entidad tiene por objetivos estratégicos construir un posicionamiento positivo del Centro de Bogotá, promover y fomentar las prácticas culturales como agentes de cambio para la revitalización y transformación del Centro de Bogotá y, formular y ejecutar proyectos de manera articulada con organizaciones públicas y privadas para revitalizar y transformar el Centro de Bogotá. Hasta 2018 la FUGA no ha desarrollado ninguna actividad o acción asociada al emprendimiento.

Ahora bien, el Proyecto de Inversión 7528 "*Distrito Creativo Cultural Centro*" tiene por objetivo

contribuir a la generación y posicionamiento del distrito creativo del centro de Bogotá en la zona del antiguo Bronx a través de intervenciones artísticas, culturales y de cultura ciudadana, para la reactivación cultural del espacio, su consolidación como un polo cultural de Bogotá y generar apropiación por parte de la ciudadanía (Secretaría Distrital de Planeación, 2016).

El equipo de Economía Cultural y Creativa ha venido apoyando la formulación de este proyecto que se considera será el primer Distrito Creativo inducido en Bogotá. Este proyecto responde a la necesidad de la ciudad de crear o fortalecer espacios adecuados para el desarrollo de la actividad cultural y creativa, pero también de negocios. En este sentido, es necesario trabajar de la mano con la FUGA para la construcción de la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa.

Los Planes de Desarrollo Local

Las alcaldías locales en el marco de procesos políticos y participativos construyen los Planes de Desarrollo Local que deben estar articulados con las metas del Plan de Desarrollo a nivel distrital vigente de conformidad con el principio de complementariedad en la gestión pública. Ahora bien, las alcaldías locales no tienen competencias definidas que se deriven de una norma y las líneas de Inversión Local son el instrumento que describe las finalidades de objeto de gasto de inversión autorizadas a los Fondos de Desarrollo Local- FDL. Su propósito es garantizar la unidad y coherencia en la implementación de las políticas públicas en el territorio a través de las acciones contratadas con recursos de inversión local.

Así, cada cuatro años se define el marco de acción a nivel local y para el efecto se consulta a las entidades cabeza de sector. A través de la Directiva 005 del 31 de marzo 2016 se adoptan las líneas de inversión local 2017-2020 la cual se estructura: a. Inversión en temas estratégicos del Plan de Desarrollo Local (85%) y b. Aplicación para otras inversiones del Plan (15%) (Alcaldía Mayor de Bogotá, s.f.). Las inversiones del sector cultura se encuentran en el 15% establecido para otras inversiones del Plan y se definen de la siguiente manera:

Pilar/ Eje PDD	Sector	Línea	Concepto
Construcción de Comunidad	Cultura, Recreación y Deporte	Procesos de formación artística, cultural y deportiva.	Procesos de formación en áreas artísticas, en cultura y disciplinas deportivas.
		Eventos artísticos, culturales y deportivos.	Realización de eventos artísticos, culturales y deportivos.

Fuente: Secretaría Distrital de Planeación. Elaboración propia.

Como resultado de la expedición de la Directiva 12 de 2.016 "*Lineamientos para el seguimiento a la contratación de los fondos de desarrollo local-FDL*", se ha solicitado a cada sector o entidad, en este caso a la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, designar profesionales que asesoren permanentemente a los FDL en la formulación de proyectos y emitan concepto previo y favorable, según la línea de inversión local. Dicho concepto es un documento de naturaleza técnica que se realiza para garantizar el cumplimiento de las líneas de inversión, los criterios de elegibilidad y viabilidad en el marco del Decreto 101 de 2010 y demás aspectos técnicos necesarios para garantizar los mínimos de calidad de los bienes y servicios a adquirir o prestar con recursos del presupuesto de los Fondos de Desarrollo Local- FDL. Cabe resaltar que, de conformidad con el Decreto 101 de 2010, la facultad de contratación y ordenación de los gastos y pagos están delegadas en los Alcaldes Locales, siendo ellos quienes asumen la responsabilidad directora en la contratación.

Adicionalmente, con la Circular Conjunta No. 015 de 2017 "*Orientaciones sobre el acompañamiento de asesoría y asistencia técnica a los FDL, revisión y trámite de concepto previo y favorable de los sectores en el marco de la Directiva 012 de 2016*" se ponen a disposición los siguientes instrumentos: a. Formato de Concepto Técnico; b. Matriz de alertas; c. Hoja de ruta, y; c. Sectores y áreas responsables para la emisión del concepto previo.

Después de revisar los planes de desarrollo local se evidenció que no se ha incluido el concepto de emprendimiento e industria cultural y creativa en todas las localidades. Adicionalmente, se evidenció que no está incluido el componente de emprendimiento en la descripción de las dos (2) líneas de inversión definidas por lo cual se solicitó su inclusión.

Según la distribución agregada del presupuesto de los Fondos de Desarrollo Local, el total de inversión de inversión directa para 2018 en millones de pesos equivale a \$914.455. Como mencionamos anteriormente, las inversiones del sector cultura se encuentran en el 15% establecido para otras inversiones del Plan y comprende los sectores de Cultura, Recreación y Deporte. Encontramos así que para 2018 está presupuestado un valor de \$42.412 millones de pesos para el sector cultura, recreación y deporte, equivalente al 4,8% de los recursos del fondo. Las localidades con valores presupuestados más altos para el Sector Cultura, Recreación y Deporte son: Bosa con 3.890 millones de pesos (5%), Ciudad Bolívar con 3.425 millones de pesos (3%) y Engativá con 3.350 millones de pesos (6%). Las localidades con porcentajes más altos de inversión en relación con el porcentaje acumulado de otras inversiones del Plan son: Antonio Nariño (11%), Puente Aranda (10%) y Teusaquillo (9%).

Ahora bien, al revisar el valor presupuestado en 2018 para el sector Cultura, Recreación y Deporte, se identifica que \$12.877 se presupuesta contratar en eventos artísticos y culturales y \$8.608 en formación artística, para un total de \$21.485 en cultura, equivalente a un aproximado de 50,66% del valor total presupuestado para el sector. El 49,34% restante se presupuesta sea invertido en eventos de recreación y deporte, intervención o construcción de parques vecinales y o de bolsillo, y programas de formación deportiva. Las localidades que más eventos contrataron en 2017 fueron Kennedy (\$1.584), Bosa (\$1.448) y Engativá (\$1.139) y las localidades que más procesos de formación contrataron fueron Ciudad Bolívar (\$2.387), Puente Aranda (\$898) y Suba (\$692).

Valores presupuestados para 2018 por los FDL

Otras inversiones del Plan

Cifras en millones de pesos

No.	FDL	Cultura, Recreación y Deporte	
		Recursos	%
1	Usaquén	\$2.155	6%
2	Chapinero	\$743	4%
3	Santa Fe	\$1.530	5%
4	San Cristóbal	\$3.070	5%
5	Usme	\$2.509	4%
6	Tunjuelito	\$700	3%
7	Bosa	\$3.890	5%
8	Kennedy	\$3.100	5%
9	Fontibón	\$1.687	6%
10	Engativá	\$3.350	6%

11	Suba	\$2.950	4%
12	Barrios Unidos	\$1.260	5%
13	Teusaquillo	\$1.300	9%
14	Los Mártires	\$1.080	7%
15	Antonio Nariño	\$1.813	11%
16	Puente Aranda	\$2.379	10%
17	La Candelaria	\$780	7%
18	Rafael Uribe Uribe	\$2.484	4%
19	Ciudad Bolívar	\$3.425	3%
20	Sumapaz	\$2.206	7%
	TOTAL	\$42.412	4,8%

Fuente: Secretaría Distrital de Planeación. Elaboración propia.

Informe por indicador sectorial

Marzo 31 de 2018

Eventos artísticos y culturales realizados

No	Localidad	Magn. Meta Plan 2017-2020	Magn. Programada POAI 2017	Magn. contratada 2017	Magn. entregada 2017	Compromisos (valor contratado) 2017	Magn. Programada POAI 2018	Aprop. inicial POAI 2018
1	Usaquén	24,0	6,0	6,0	6,0	\$156	6,0	\$550
2	Chapinero	8,0	2,0	2,0	-	\$143	2,0	\$224
3	Santa Fe	20,0	5,0	5,0	5,0	\$265	5,0	\$350
4	San Cristóbal	8,0	2,0	2,0	-	\$545	2,0	\$1.000
5	Usme	68,0	17,0	17,0	2,0	\$632	17,0	\$1.180
6	Tunjuelito	20,0	5,0	5,0	2,0	\$140	5,0	\$375
7	Bosa	48,0	12,0	14,0	4,0	\$1.448	12,0	\$1.200
8	Kennedy	40,0	10,0	10,0	21,0	\$1.584	10,0	\$900
9	Fontibón	20,0	5,0	7,0	-	\$522	5,0	\$493
10	Engativá	40,0	10,0	12,0	-	\$1.139	10,0	\$837
11	Suba	100,0	25,0	33,0	33,0	\$476	25,0	\$464
12	Barrios Unidos	32,0	8,0	8,0	8,0	\$110	8,0	\$400
13	Teusaquillo	20,0	5,0	5,0	2,0	\$159	5,0	\$325
14	Los Mártires	16,0	4,0	4,0	1,0	\$161	4,0	\$180

15	Antonio Nariño	12,0	3,0	3,0	3,0	\$530	3,0	\$1.000
16	Puente Aranda	20,0	5,0	5,0	5,0	\$440	5,0	\$600
17	La Candelaria	20,0	5,0	7,0	7,0	\$900	5,0	\$760
18	Rafael Uribe Uribe	8,0	2,0	4,0	-	\$153	2,0	\$249
19	Ciudad Bolívar	40,0	10,0	10,0	11,0	\$1.055	10,0	\$642
20	Sumapaz	12,0	3,0	3,0	3,0	\$661	3,0	\$1.147
Total general		576,0	144,0	162,0	113,0	\$11.221	144,0	\$12.877

Fuente: Secretaría Distrital de Planeación. Elaboración propia.

Informe por indicador sectorial Marzo 31 de 2018 Procesos de formación artística

No	Localidad	Magnitud Meta Plan 2017-2020	Magnitud Programada POAI 2017	Magnitud contratada 2017	Magnitud entrega da 2017	Compromisos (valor contratado) 2017	Magnitud Programada POAI 2018	Apropiación inicial POAI 2018
1	Usaquén	500,0	150,0	-	-	\$54	150,0	\$528
2	Chapinero	900,0	225,0	225,0	-	\$129	225,0	\$120
3	Santa Fe	1.200,0	300,0	300,0	286,0	\$240	300,0	\$220
4	San Cristóbal	600,0	150,0	280,0	300,0	\$339	300,0	\$900
5	Usme	2.400,0	600,0	600,0	-	\$469	600,0	\$298
6	Tunjuelito	800,0	200,0	200,0	70,0	\$210	200,0	\$115
7	Bosa	1.150,0	400,0	250,0	-	\$205	400,0	\$490
8	Kennedy	2.000,0	500,0	500,0	-	\$120	500,0	\$750
9	Fontibón	750,0	750,0	750,0	-	\$297	750,0	\$283
10	Engativá	2.000,0	500,0	200,0	160,0	\$171	800,0	\$837
11	Suba	3.600,0	900,0	900,0	-	\$692	900,0	\$800
12	Barrios Unidos	1.500,0	400,0	400,0	-	\$152	400,0	\$200
13	Teusaquillo	2.000,0	500,0	500,0	-	\$309	500,0	\$325
14	Los Mártires	600,0	150,0	-	-	-	150,0	\$360

15	Antonio Nariño	800,0	200,0	200,0	-	\$114	200,0	\$156
16	Puente Aranda	4.600,0	1.150,0	1.150,0	630,0	\$898	1.150,0	\$750
18	Rafael Uribe Uribe	2.000,0	500,0	500,0	125,0	\$341	500,0	\$605
19	Ciudad Bolívar	4.000,0	1.000,0	1.000,0	-	\$2.387	1.000,0	\$642
20	Sumapaz	200,0	50,0	50,0	211,0	\$174	50,0	\$228
Total general		31.600,0	8.625,0	8.005,0	1.782,0	\$7.301	9.075	\$8.608

Fuente: Secretaría Distrital de Planeación. Elaboración propia.

Conclusiones

- La expedición de la Directiva de 12 de 2016 "*Lineamientos para el seguimiento a la contratación de los fondos de desarrollo local-FDL*" al emitir concepto previo y favorable, tenga conocimiento y hasta cierto punto control de la inversión local con recursos asignados al sector cultura.
- Hasta la fecha no se ha incluido el concepto de emprendimiento e industrias culturales y creativas en la planeación local ya que no se encuentra en los planes de desarrollo ni en las líneas de inversión.
- Es necesario activar el diálogo en materia de emprendimiento e industrias culturales y creativas entre el nivel central y el local.
- La inclusión del concepto de emprendimiento en las líneas de inversión actuales abre la puerta a que los recursos presupuestados se puedan invertir en eventos y procesos de formación asociados al emprendimiento para esta vigencia.
- Se propone aprovechar el espacio de evaluación de las líneas de inversión a nivel local que se realizará antes de finalizar esta administración, con el objeto de que las líneas de inversión del sector cultura se vinculen a las medidas que se identifique incentivan el emprendimiento y las industrias culturales y creativas.

6. ANÁLISIS DE ACTORES

El análisis que se presenta en este capítulo, toma como objeto de estudio los actores públicos y privados del distrito, así como aquellos que desde el orden nacional pueden afectar las distintas medidas de política pública identificadas en el ejercicio investigativo. A través de la ubicación de los actores en un plano cartesiano (mapa), fue posible evaluar la incidencia, grado de interés y la relativa oposición o apoyo frente a la adopción e implementación de la política. Dicho ejercicio permitió elaborar propuestas de persuasión, articulación y

comunicación. En el cuadro número 1 se resume los distintos pasos seguidos en la metodología.

Cuadro No. 1. Esquema de trabajo

a) Listado de actores
b) Elaboración de la matriz de análisis
c) Mapeo de los actores
d) Análisis de grupos y formulación de estrategias

Fuente: Secretaría Distrital de Cultura Recreación y Deporte. Elaboración propia.

a) Listado de actores

Para la elaboración del listado se tuvieron en cuenta actores que podrían verse afectados por la política pública; quienes no estarían directamente afectados pero podrían tener algún interés en la política pública; aquellos que poseen información, experiencia o recursos necesarios para formular e implementar la propuesta de política pública; los que son necesarios para la adopción o implementación de la política pública; y quienes consideran que tienen derecho a estar involucrados en las decisiones relacionadas con la formulación e implementación de la política pública.

En el desarrollo de este ejercicio se identificaron 40 actores, los cuales fueron objeto de análisis (Cuadro 2), que fueron incluidos en la matriz de análisis.

Cuadro No. 2. Listado de actores

Grupo	N°	Actores	Acrónimo
Consejo Nacional de la Economía Creativa	1	Ministerio de Hacienda y Crédito Público	MinHacienda
	2	Ministerio de Trabajo	MinTrab
	3	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	MinCom
	4	Ministerio de Educación Nacional	MinEdu
	5	Ministerio de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones	MinTIC
	6	Ministerio del Interior	MinInt
	7	Departamento Nacional de Planeación	DNP
	8	Departamento Administrativo Nacional de Estadística	DANE
	9	Servicio Nacional de Aprendizaje	SENA
	10	Financiera del Desarrollo Territorial	Findeter
	11	Ministerio de Cultura	MinCul
Orden Nacional	12	Superintendencia de Industria y Comercio	SIC
	13	Departamento de Prosperidad Social	DPS
Orden Distrital	14	Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte	SCRD
	15	Instituto Distrital de las Artes	IDARTES
	16	Fundación Gilberto Álzate Avendaño	FUGA
	17	Instituto Distrital de Patrimonio Cultural	IDPC
	18	Canal Capital	CC

Grupo	N°	Actores	Acrónimo
	19	Orquesta Filarmónica de Bogotá	OFB
	20	Secretaría Distrital de Desarrollo Económico	SDDE
	21	Secretaría de Integración Social	SDIS
	22	Instituto Distrital de Turismo	IDT
	23	Concejo Distrital de Arte, Cultura y Patrimonio	CDACP
	24	Concejos Locales de Arte, Cultura y Patrimonio	CLACP
	25	Juntas Administradoras Locales	JAL
	26	Concejo de Bogotá	ConcejoBog
	27	Secretaría Distrital de Planeación	SDP
	28	Alta Consejería para las Víctimas, la Paz y la Reconciliación	ConsVic
	29	Secretaría Distrital de Ambiente	SDA
	30	Secretaría Distrital de la Mujer	SDM
	31	Secretaría Distrital de Gobierno	SDG
	32	Secretaría Distrital de Hacienda	SDH
Sector privado	33	Cámara de Comercio de Bogotá	CCB
	34	Coalición Colombiana de Industrias Creativas y de Contenidos	Coalición
	35	Comisión Regional de Competitividad	CRC
	36	Invest in Bogotá	InvBog
	37	ProBogotá	ProBog
	38	ProColombia	ProCol
	39	Emprendedores y emprendedoras Culturales del Distrito	EmpCul
	40	Industria Creativa del Distrito	IndCre
	41	Entidades Sin Ánimo de Lucro	ESAL
	42	Clusters Creativos de la Cámara de Comercio de Bogotá	ClustersCCB
	43	Banco de Desarrollo Empresarial	Bancoldex
Academia	44	Universidades privadas	UnivPriv
	45	Universidades publicas	UnivPub

Fuente: Secretaría Distrital de Cultura Recreación y Deporte. Elaboración propia.

Los actores que conforman el *Consejo Nacional de la Economía Naranja*, son aquellas entidades designadas por la Ley 1834 de 2017 como la institucionalidad nacional que promoverá el “fortalecimiento de instituciones públicas, privadas y mixtas, orientadas a la promoción, defensa, divulgación y desarrollo de las actividades culturales y creativas”. Razón por la cual, la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa debe estar en sintonía con su funcionamiento y directrices, para lograr una apropiada coordinación institucional que permita potenciar los programas propuestos, mediante la articulación específica en cada una de las líneas de acción propuestas, según su competencia.

- Ministerio de Hacienda y Crédito Público: revisión de incentivos tributarios para la industria.
- Ministerio de Trabajo: gestión de calidad en el trabajo para los trabajadores del sector cultural y creativo.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – Viceministerio de Desarrollo Empresarial: fomentar planes y programas financieros y no financiero para el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas del sector cultural y creativo.
- Ministerio de Educación Nacional: revisión de programas de formación asociados a la economía cultural y creativa.
- Ministerio de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones: gestión del uso de las TICS, mejorar la conectividad y apoyo a los emprendimientos de base digital para el desarrollo del sector cultural y creativo.
- Ministerio del Interior - Dirección Nacional de Derechos de Autor: identificación y articulación con espacios de formación sobre la gestión de derechos de autor.
- Departamento Nacional de Planeación – Dirección de Innovación y Desarrollo Empresarial: gestión de estrategias de comercialización internacional e inversión extranjera.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística: gestión de información cuantitativa para el sector cultural y creativo.
- Servicio Nacional de Aprendizaje: formación para el cierre de brechas de talento humano en el sector cultural y creativo.
- Financiera del Desarrollo Territorial: planeación de financiación y desarrollo del sector cultural y creativo.
- Ministerio de Cultura – Grupo de Emprendimiento: articulación con las líneas estratégicas y las líneas existentes sobre economía cultural y creativa; y vinculación al ejercicio de reglamentación de la Ley Naranja.

Como la gran mayoría de los actores a nivel nacional quedaron identificados en el grupo anterior, en el grupo de actores del *orden nacional* se incluyen la Superintendencia de Industria Comercio y el Departamento para la Prosperidad Social, como entidades que permiten promover espacios de formación sobre propiedad industrial y la gestión de programas de inclusión social.

- Superintendencia de Industria y Comercio: identificación y articulación con espacios de formación sobre la gestión de propiedad industrial.
- Departamento para la Prosperidad Social – Dirección de Inclusión Productiva: gestión de programas que busquen la inclusión social de la población vulnerable, desplazada y/o en extrema pobreza por medio del desarrollo de su potencial productivo asociado a la economía cultural y creativa.

Los actores de *orden distrital*, están conformados por la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, como cabeza del sector cultural de la administración local y las entidades adscritas como ejecutoras de las líneas de acción. De igual forma, se tienen en cuenta otras secretarías e institutos que dentro de su misionalidad pueden ser aliados estratégicos dentro de la articulación institucional que se requiere para la aplicación de la política. Así mismo, dentro de este grupo fue necesario incluir al Concejo de Bogotá, como principal ente legislador a nivel distrital, y a las demás instancias participativas a nivel local que pueden tener algún interés en la formulación y ejecución.

- Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte: entidad líder de la formulación de la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa, y principal gestor de la articulación interinstitucional del sector.
- Instituto Distrital de las Artes: entidad ejecutora de los programas para incentivar la economía cultural y creativa, en las áreas artísticas de su competencia, a nivel distrital.
- Fundación Gilberto Álzate Avendaño: articulación para el diseño y construcción de programas dirigidos a fortalecer la economía cultural y creativa en el Centro de Bogotá.
- Instituto Distrital de Patrimonio Cultural: articulación para el diseño y construcción de programas dirigidos a fortalecer la economía cultural y creativa, en relación con el patrimonio cultural material e inmaterial.
- Canal Capital: plataforma de difusión de avances y programas asociados a la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa.
- Orquesta Filarmónica de Bogotá: entidad ejecutora de los programas para incentivar la economía cultural y creativa, en el área de la música sinfónica, a nivel distrital.
- Secretaría Distrital de Desarrollo Económico - Dirección de Desarrollo Empresarial y Empleo y Dirección de Competitividad Bogotá Región: articulación para el direccionamiento de los beneficiarios del sector cultural y creativo al Fondo Cuenta Distrital de Innovación, Tecnología e Industrias Creativas – FITIC.
- Secretaría de Integración Social: articulación con las políticas poblacionales con el objetivo de aunar esfuerzos, técnicos y financieros, para implementar programas con enfoque diferencial, asociados a la economía cultural y creativa.
- Secretaría Distrital de Planeación: articulación con la Subsecretaría de Planeación Territorial para seguimiento y evaluación del POT; articulación la Dirección de Diversidad Sexual y Dirección de Equidad y Políticas Poblacionales, para implementar programas con enfoque diferencial, asociados a la economía cultural y creativa; articulación con la

Subsecretaría de Información y Estudios Estratégicos, para gestión de conocimiento en lo relacionado a la económica cultural y creativa.

- Alta Consejería para las Víctimas la Paz y la Reconciliación: articulación para la implementación de la ruta para el fortalecimiento de la economía cultural y creativa dirigida a la población víctima del conflicto.
- Secretaría Distrital de Ambiente: articulación para el desarrollo de actividades la economía cultural y creativa en el territorio (Distritos creativos) y generación de incentivos positivos para la mitigación de los impactos ambientales.
- Secretaría Distrital de la Mujer: articulación para el desarrollo de una ruta para el fortalecimiento de la economía cultural y creativa dirigida al sector mujer.
- Secretaría Distrital de Gobierno: articulación para el desarrollo de una ruta para el fortalecimiento de la economía cultural y creativa dirigida a grupos étnicos e incentivos positivos que promuevan el respeto a los derechos humanos.
- Secretaría Distrital de Hacienda - Dirección de Impuestos de Bogotá: revisión de incentivos tributarios para la industria.
- Instituto Distrital de Turismo: articulación de programas dirigidos a potenciar a Bogotá como destino turístico creativo.
- Consejo Distrital de Arte, Cultura y Patrimonio: espacio de discusión y validación de los programas y herramientas puestos a disposición de los emprendedores y emprendedoras culturales y creativos a nivel local. De acuerdo con el decreto 480 de 2018, *por el cual se reforma el Sistema Distrital de Cultura y se establece el Sistema Distrital de Arte, Cultura y Patrimonio*, el sistema estará organizado por áreas artísticas, grupos étnicos, etarios y sectores sociales e infraestructura cultural.
- Consejos Locales de Arte, Cultura y Patrimonio: espacio de discusión y validación de los programas y herramientas puestos a disposición de los emprendedores y emprendedoras culturales y creativos a nivel local. De acuerdo con el decreto 480 de 2018, *por el cual se reforma el Sistema Distrital de Cultura y se establece el Sistema Distrital de Arte, Cultura y Patrimonio*, el sistema estará organizado por áreas artísticas, grupos étnicos, etarios y sectores sociales e infraestructura cultural.
- Juntas Administradoras Locales: articulación para la incorporación de las metas asociadas a la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa, en los Planes de Desarrollo Local.
- Concejo de Bogotá: gestión de normatividad, del nivel distrital, para el desarrollo de la economía cultural y creativa en la ciudad.

El *sector privado* es un grupo de actores que no puede dejarse a un lado, puesto que cuenta con las distintas agremiaciones y organizaciones que tienen interés en la política pública como medida que potencia la actividad económica de su

sector y, además, cuenta con capacidad para contribuir a las líneas de acción, tanto en financiamiento, como en consolidación de mercados e investigación.

- Cámara de Comercio de Bogotá: articulación con la Vicepresidencia de Fortalecimiento Empresarial para formación en competencias emprendedoras; Vicepresidencia de Competitividad para el fortalecimiento de clusters asociados a la economía cultural y creativa; y Vicepresidencia de Articulación Público Privada en relación con la participación de la SCRD en la Comisión Regional de Competitividad-CRC, con el objeto de promover la competitividad de las empresas del sector cultural y creativo en Bogotá-Región.
- Coalición Colombiana de Industrias Creativas y de Contenidos: articulación para el desarrollo de una agenda estratégica, establecer oportunidades en la agenda nacional e internacional y propugnar por la competitividad de las Industrias Creativas y de Contenidos.
- Invest in Bogotá: articulación para promocionar a la ciudad como un centro de contenidos culturales y creativos y atraer inversión extranjera para la industria cultural y creativa de la ciudad.
- ProBogotá: articulación de programas para el fortalecimiento empresarial del sector cultural y creativo.
- Banco de Desarrollo Empresarial - Bancoldex: articulación en programas de formación, capacitación y actualización empresarial; y revisión del cupo de crédito destinado a empresarios y empresarias, y emprendedores y emprendedoras del sector cultural y creativo.
- ProColombia: articulación para la promoción de la actividad exportadora de la industria cultural y creativa de la ciudad.
- Emprendedores y emprendedoras Culturales del Distrito: beneficiarios de la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa, con quienes se debe hacer un constante diagnóstico y evaluación del desarrollo e impacto de la misma.
- Industria Creativa del Distrito: beneficiarios de la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa, con quienes se debe hacer un constante diagnóstico y evaluación del desarrollo e impacto de la misma.
- Entidades Sin Ánimo de Lucro: beneficiarios de la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa, con quienes se debe hacer un constante diagnóstico y evaluación del desarrollo e impacto de la misma.

Finalmente, el grupo de actores de la *academia*, es de especial interés puesto que es un sector institucional, tanto privado como público, que puede contribuir de manera importante a la investigación y generación de información relevante sobre el sector, así como participe de una oferta educativa para el fortalecimiento organizacional y empresarial.

b) Elaboración de la matriz de análisis

Mediante una matriz que permitió especificar la posición de cada uno frente a estas tres categorías. El resultado del ejercicio permitió definir la ubicación de cada actor en los mapas que fueron insumo para proponer estrategias y acciones al respecto.

Cada una de las categorías se evaluó por separado, determinando con la mayor precisión posible cada una de ellas, de tal forma que se pudiera reflejar la realidad de los actores frente a la política pública. A continuación, se detalla la conceptualización de cada una de estas y las características que se tuvieron en cuenta para elaboración de la matriz de análisis.

Se definió como *incidencia* la capacidad de los actores de influir en el diseño, la formulación e implementación de la política pública; y para su cálculo se tuvo en cuenta el producto de dos factores. En primer lugar, se tuvo en cuenta la sumatoria del grado de contribución (1 a 5) de cada actor frente a cada una las líneas de acción:

1. Constitución de territorios y distritos culturales
2. Fortalecimiento organizacional y empresarial
3. Alternativas de financiación
4. Circulación nacional e internacional y acceso a los contenidos culturales
5. Investigación e información

En segundo lugar, se determinó el nivel de *influencia* que pueda tener cada actor en relación a los recursos y la toma de decisiones relevantes para el desarrollo de la política, la información con la que cuentan o la experiencia de éstos, mediante una escala tipo Likert¹³ que asignó un puntaje para la ubicación en los mapas.

Por *interés* se asumió la importancia y atención que cada actor le atribuye a la política pública y en cuanto a la *postura* se tuvo en cuenta su relativa oposición o apoyo a la misma. Para estas dos categorías también se implementaron escalamientos tipo Likert para determinar su ubicación, los cuales se resumen con sus respectivos valores en el cuadro número 3.

Cuadro No. 3. Valores del escalamiento Likert

Incidencia		Interés		Postura	
Categoría	Valor	Categoría	Valor	Categoría	Valor
Desconocida	0	Desconocido	0	Desconocida	0
Poca o ninguna influencia	-2	Poco o ningún interés	-4	Oposición activa	-8

¹³ La escala Likert corresponde a categorías de respuesta escalonadas que son puntuadas en un rango de valores.

Alguna influencia	-1	Algún interés	-2	Oposición pasiva	-4
Influencia moderada	1	Interés moderado	2	Indeciso	0
Mucha influencia	3	Mucho interés	6	Apoyo pasivo	4
El más influyente	5	El más interesado	10	Apoyo activo	8

Fuente: Secretaría Distrital de Cultura Recreación y Deporte. Elaboración propia.

El diseño de la matriz permitió obtener un panorama general del posicionamiento de los diferentes actores, con el cual plantearon líneas de acción para buscar un acercamiento y compromiso de los mismos. El resultado de este primer ejercicio con los actores identificados, se resume en el cuadro número 4.

Cuadro No. 4. Matriz de análisis

Ámbito	Actores	Acrónimo	Incidencia										Interés					Postura					Coordenadas					
			Líneas de acción					Influencia																				
			Constitución de territorios y distritos culturales	Fortalecimiento organizacional y empresarial	Alternativas de financiación	Circulación nacional e internacional y acceso a los contenidos culturales	Investigación e información	Desconocida	Poca o ninguna influencia	Alguna influencia	Influencia moderada	Mucha influencia	El más influyente	Desconocido	Poco o ningún interés	Algún interés	Interés moderado	Mucho interés	El más interesado	Desconocida	Oposición activa	Oposición pasiva	Indeciso	Apoyo pasivo	Apoyo activo	Incidencia (Influencia + $\sum$ Incidencia*0,3)	Interés	Postura
								0	-2	-1	1	3	5	0	-4	-2	2	6	10	0	-8	-4	0	4	8			
Consejo Nacional de la Economía Naranja	Ministerio de Hacienda y Crédito Público	MinHacienda	0	0	5	0	3				1			-4					-4						3	-4	-4	
	Ministerio de Trabajo	MinTrab	0	4	0	1	3				1					2						4			3	2	4	
	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	MinCom	3	4	0	5	3					3				2						4			8	2	4	
	Ministerio de Educación Nacional	MinEdu	0	5	0	0	3				1			-2							4			3	-2	4		
	Ministerio de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones	MinTIC	5	3	0	2	3					3				2						4			7	2	4	
	Ministerio del Interior	MinInt	0	3	3	2	2				1					2						4			4	2	4	
	Departamento Nacional de Planeación	DNP	0	0	0	0	4			-1				-4				0							0	-4	0	
	Departamento Administrativo Nacional de Estadística	DANE	0	0	0	0	5				1				-2						0				3	-2	0	
	Servicio Nacional de Aprendizaje	SENA	5	5	0	0	0					3					6							8	6	6	8	
	Financiera del Desarrollo Territorial	Findeter	0	0	4	0	3				1						6					4			3	6	4	
Ministerio de Cultura	MinCul	3	3	3	3	3					3					6						8		8	6	8		
Orden Nacional	Superintendencia de Industria y Comercio	SIC	0	3	0	0	0			-1						2						4			0	2	4	
	Departamento para la Prosperidad Social	DPS	0	0	3	0	0	0	0				0					0							1	0	0	
Orden Distrital	Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte	SCRD	5	3	2	4	5					5					10							8	11	10	8	
	Instituto Distrital de las Artes	IDARTES	3	5	2	5	2					3				6								8	8	6	8	
	Fundación Gilberto Alzate Avendaño	FUGA	5	0	0	0	0					3					6							8	5	6	8	
	Instituto Distrital de Patrimonio Cultural	IDPC	5	0	0	0	0				1					2								8	3	2	8	
	Canal Capital	CC	0	0	0	2	0		-2					-4								4			-1	-4	4	
	Orquesta Filarmónica de Bogotá	OFB	1	0	0	1	0		-2						-4								4		-1	-4	4	
	Secretaría Distrital de Desarrollo Económico	SDDE	5	5	4	4	5					3					6							8	10	6	8	
	Secretaría de Integración Social	SDIS	0	0	0	0	0		-2						-4			0							-2	-4	0	
	Instituto Distrital de Turismo	IDT	5	2	0	0	0					3					6							8	5	6	8	
	Consejo Distrital de Arte, Cultura y Patrimonio	CDACP	0	0	0	0	0			-1							6		-8						-1	6	-8	
	Consejos Locales de Arte, Cultura y Patrimonio	CLACP	0	0	0	0	0		-2							2				-4					-2	2	-4	
	Juntas Administradoras Locales	JAL	0	0	0	0	0		-2						-4						0				-2	-4	0	
	Concejo de Bogotá	ConcejoBog	4	4	4	0	0					3					6					0			7	6	0	
	Secretaría Distrital de Planeación	SDP	5	0	0	0	5						5					10						8	8	10	8	
	Alta Consejería para las Víctimas, la Paz y la Reconciliación	ConsVic	0	4	0	2	0		-2						-2							4			0	-2	4	
	Secretaría Distrital de Ambiente	SDA	4	0	0	0	0					1				-2					0				2	-2	0	
	Secretaría Distrital de la Mujer	SDM	0	3	2	1	1		-2						-2						0				0	-2	0	
	Secretaría Distrital de Gobierno	SDG	0	3	2	1	1		-2						-2						0				0	-2	0	
	Secretaría Distrital de Hacienda	SDH	0	0	5	0	0					3		-4					-4						5	-4	-4	
Privado	Cámara de Comercio de Bogotá	CCB	2	5	2	5	5					3					6						8	9	6	8		
	Coalición para el Desarrollo de las Industrias Culturales y Creativas	Coalición	0	0	0	0	3					3					6						8	4	6	8		
	Comisión Regional de Competitividad	CRC	0	0	0	5	4					3			-2						4			6	-2	4		
	Invest in Bogotá	InvBog	0	0	0	3	0			-1							6					4			0	6	4	
	ProBogotá	ProBog	0	3	3	3	1			-1					-2					0				2	-2	0		
	ProColombia	ProCol	0	3	3	3	1			-1					-2					0				2	-2	0		
	Emprendedores Culturales del Distrito	EmpCul	0	0	0	0	5					3					6					8	5	6	8			
	Industria Creativa del Distrito	IndCre	0	0	0	0	5					3					6					8	5	6	8			
	Entidades Sin Ánimo de Lucro	ESAL	0	0	0	0	5			-1					-2				0					1	-2	0		
	Clusters Creativos de la Cámara de Comercio de Bogotá	ClustersCCB	0	3	0	5	4			-1							6				4			3	6	4		
Banco de Desarrollo Empresarial	Bancoldex	0	0	4	0	0				1				-2						4			2	-2	4			
Academia	Universidades privadas	UnivPriv	0	3	0	2	5			-1						2					4			2	2	4		
	Universidades públicas	UnivPub	0	0	0	0	5			-1					-2			0						1	-2	0		

Fuente: Secretaría Distrital de Cultura Recreación y Deporte. Elaboración propia.

c) Mapeo de los actores

La construcción del mapa de actores no sólo buscó ubicar la posición de cada uno frente a la política pública, sino brindar información estratégica para proponer los escenarios de trabajo, definir las agendas de articulación institucional y contemplar estrategias para mitigar los posibles conflictos que pueden surgir a partir del desarrollo del proyecto. Entre más se detallará el papel de cada actor y el escenario, más posibilidades de éxito se tendría mediante las estrategias que se propusieran.

A partir de la información consolidada en la matriz, se tomaron los valores de la *incidencia*, el *interés* y la *postura* para construir mapas cartesianos con las coordenadas definidas para cada uno de los actores, de tal forma que fuera posible observar la distribución de cada uno de ellos. En el presente análisis se graficaron dos mapas para observar las características claves de cada uno de los actores:

- Incidencia vs. Apoyo

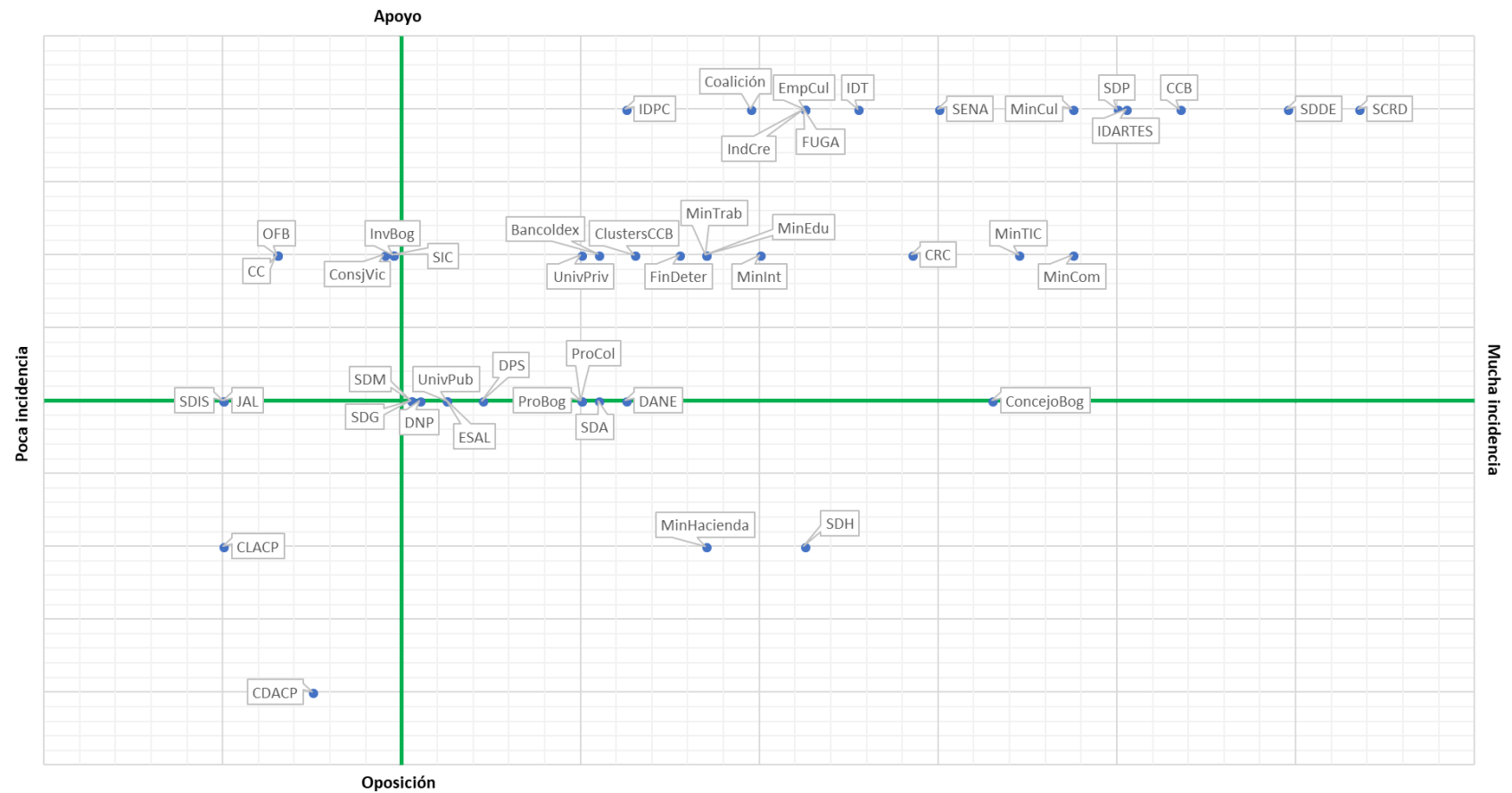
Este mapa permitió identificar a los actores que influyen en el diseño, la formulación, adopción e implementación de la política pública, analizando simultáneamente su posición frente a la iniciativa (Gráfico 1). Una vez elaborado el mapa, fue posible identificar los grupos de actores según los siguientes segmentos:

- Segmento superior derecho: incluye a aquellos que son aliados estratégicos de la iniciativa, en razón de que son actores que demuestran afinidad con la política pública y que cuentan con gran capacidad para movilizar recursos, participar en la formulación de los programas o influir en la toma de decisiones relevantes.
- Segmento inferior derecho: acá se ubican los actores fuertes que ejercen cierta oposición y frente a quienes se deben priorizar acciones en el plan de trabajo.
- Segmento superior izquierdo: generalmente comprende actores sin mucho poder, son aliados naturales de las iniciativas de la política pública porque tienen afinidad con sus propuestas.
- Segmento inferior izquierdo: en este segmento se incluyen los actores que ejercen cierta oposición a la política, pero tienen poca incidencia, por lo que no serán una prioridad en el plan de trabajo.

- Incidencia vs. Interés

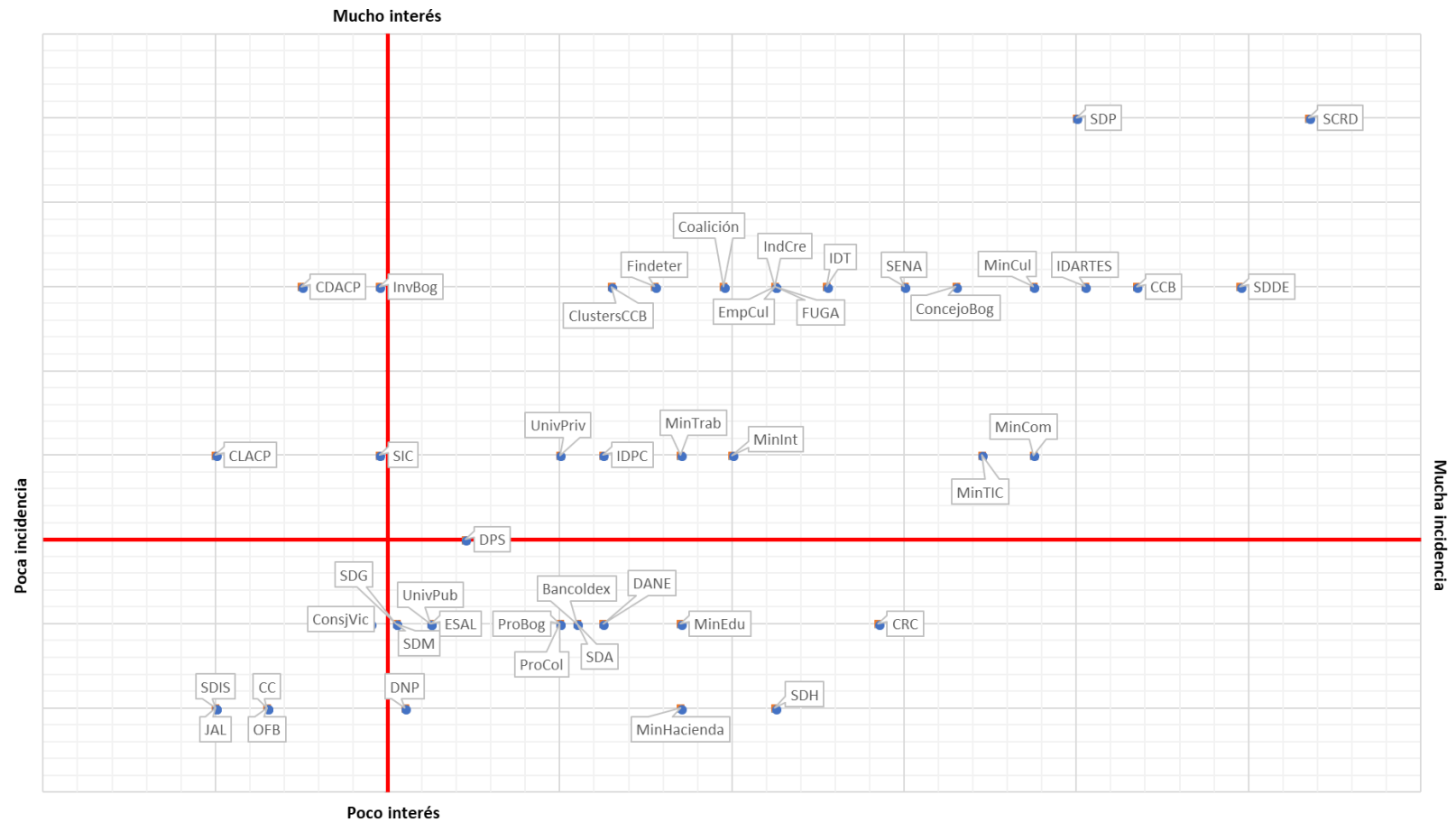
Con base a este mapa se logró identificar un panorama general de la atención y la importancia de cada uno de los actores hacia la política pública, a la par de su capacidad de intervención y protagonismo dentro de la misma (Gráfico 2). En cualquiera de los casos, las estrategias en este tema estuvieron encaminadas a mantener o mejorar el interés de los actores frente a la formulación, adopción e implementación de la política pública, en aras de garantizar su sostenibilidad.

Gráfico No. 1. Mapa de actores - Incidencia vs. Postura



Fuente: Secretaría Distrital de Cultura Recreación y Deporte. Elaboración propia.

Gráfico No. 2. Mapa de actores - Incidencia vs. Interés



Fuente: Secretaría Distrital de Cultura Recreación y Deporte. Elaboración propia.

d) Análisis de grupos y formulación de estrategias

Una vez establecida la posición de cada uno de los actores en ambos mapas, las estrategias planteadas para cada grupo se resumen a continuación:

Cuadro No. 5. Estrategia por grupo de actores

Grupo	Características	Estrategia
Aliados estratégicos	Apoyo – Mucha incidencia	Se deben tener canales de comunicación y articulación constante en aras de contar con un apoyo continuo.
Opositores fuertes	Oposición – Mucha incidencia	Se deben mantener y muy bien informados, buscando espacios de alianza y diálogo para convertirlos en aliados.
Aliados naturales	Apoyo – Poca incidencia	Se los debe mantener muy bien informados y motivarlos a tomar un papel cada vez más activo e influyente.
Opositores débiles	Oposición – Poca incidencia	Se los debe mantener satisfechos, medianamente informados, pero no son prioridad.
Interesados fuertes	Mucho interés – Mucha incidencia	Estrategias encaminadas a informar todos los avances de la política pública.
Desinteresados fuertes	Poco interés – Mucha incidencia	Se deben buscar canales de información que muestren los beneficios y ventajas de la política pública.
Interesados débiles	Mucho interés – Poca incidencia	Brindar información satisfactoria.
Desinteresados débiles	Poco interés – Poca incidencia	Brindar información satisfactoria.

Fuente: Secretaría Distrital de Cultura Recreación y Deporte. Elaboración propia.

7. INFORMACIÓN CUANTITATIVA

Son múltiples las investigaciones socio-económicas que han desarrollado entidades públicas y privadas¹⁴, con el propósito de generar insumos prácticos que incidan en la formulación de políticas públicas, toma de decisiones de inversión, optimización de estrategias y fomento a la productividad de los emprendimientos, empresas y organizaciones culturales y creativas. Comprender el panorama de las Industrias Culturales y Creativas permite reconocer las necesidades y potencialidades de las unidades productivas, en su constante dinámica e interrelación con los distintos fenómenos y transformaciones que acontecen en el territorio nacional. De esta manera, la generación de conocimientos por medio de la elaboración de encuestas, mapeos, diagnósticos y caracterizaciones sectoriales, posibilita analizar las particularidades y comportamiento de las actividades económicas asociadas, entreviendo su vínculo con la generación de contenidos simbólicos y consolidando información que conlleve a la emergencia de acciones estratégicas que conlleven a una mejora de las condiciones y del entorno.

A continuación, se presenta un análisis de los principales estudios sobre las industrias culturales y creativas en Colombia y Bogotá, el cual busca dialogar entre cifras económicas (monetarias y no monetarias) y recomendaciones de política pública, con el objetivo de determinar tanto las problemáticas y potencialidades del sector.

Mapeo de Industrias Culturales en Bogotá y Soacha

En el año 2002, el British Council, junto con la Cámara de Comercio de Bogotá, el Departamento de Diseño de la Facultad de Arquitectura y Diseño y el Centro de Estudios de Desarrollo Económico -CEDE- de la Universidad de los Andes, llevó a cabo una investigación para identificar, contextualizar y caracterizar las empresas del sector cultural y creativo en Bogotá y Soacha¹⁵. De esta manera, se definieron los siguientes ejes temáticos (British Council, 2002, pág. 4):

¹⁴ Entre los diferentes estudios se encuentran: Las Tramas de la Cultura (Rey G., 2008), *Trends in audiovisual markets: regional perspectives from the South* (UNESCO, 2006), Primer Estudio de Medios Digitales y Periodismo en América Latina (Meléndez, 2016), Estudio General De Medios EGM (ACIM, 2017), Periodismo digital en Colombia (Rey G. y Huertas C., 2010), Políticas para la Creatividad: Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas (UNESCO, 2010). Para consultar otras investigaciones sobre economía y cultura, se recomienda ingresar a la página web del Observatorio de Cultura y Economía. Disponible en: <http://culturayeconomia.org/>

¹⁵ Para esta investigación se definieron dieciséis (16) subsectores, sus respectivas actividades principales y relacionadas (a partir del CIIU - revisión 3). Estos son los siguientes: Arquitectura; Arte; Artes escénicas; Artesanías; Cine y video; Diseño de interfaz; Diseño de moda; Diseño gráfico; Diseño industrial; Diseño textil; Fotografía; Libros, folletos, periódicos, revistas; Música; Patrimonio; Publicidad y; Televisión y radio.

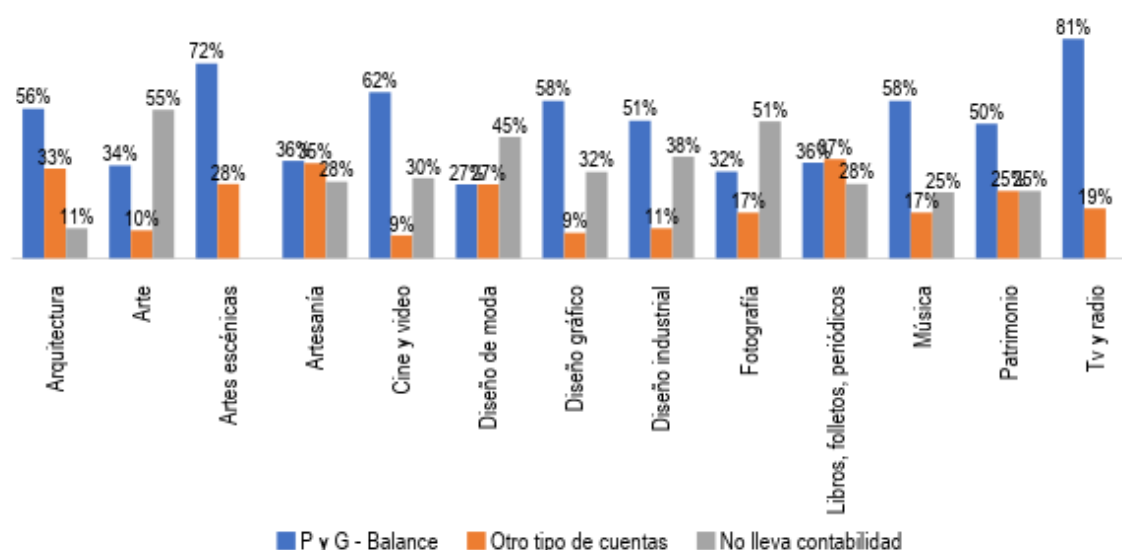
- *Organización del sector: busca identificar los negocios del sector según el tipo de organización, sus formas de agremiación y sus consumidores y proveedores, entre otros.*
- *Empleados: busca identificar el tipo, número, cualificación y demás información sobre los empleados y empleadas del sector.*
- *Mercado e inversión: busca identificar los negocios del sector desde el punto de vista cualitativo, balances, fuentes de financiación, entre otros.*
- *Desarrollo del sector: busca identificar las proyecciones, oportunidades y dificultades para el desarrollo del sector, normatividad, incentivos, patentes y derechos de autor, entre otros.*
- *Casos de impacto creativo: iniciativas creativas que hayan contribuido al desarrollo del subsector en términos sociales, económicos y/o culturales.*

De acuerdo con los resultados obtenidos, "los subsectores que muestran un mayor número de empresas son, en orden descendente, artesanía (35,33%), diseño de moda (21,44%), libros, folletos, periódicos y revistas (6,38%), publicidad (5,79%) y arquitectura (4,82%)" (British Council, 2002, pág. 17). Ahora bien, "en relación con la antigüedad de los negocios, los subsectores con empresas más antiguas son, fotografía, televisión y radio, artes escénicas, arte, cine y video, música y patrimonio, cuyo grupo de empresas con más de 10 años de funcionamiento es mayoritario" (British Council, 2002, pág. 18). Frente a este fenómeno, vale la pena señalar que en los subsectores de arquitectura (55,6%), artesanía (43,4%), diseño industrial (55,6%) y patrimonio (50,0%) son negocios de menos de un año, lo que puede interpretarse como campos que se encuentran en etapa de desarrollo y de carácter emprendedor.

Otro eje de análisis se encuentra relacionado con los tipos de organización jurídica¹⁶, donde se visibiliza una tendencia marcada a la conformación de empresas como personas naturales o sociedades comerciales. En cuanto a las personas naturales, "sobresale en los subsectores de patrimonio (100%), diseño de moda (90,2%), artesanía (84,48%), arte (82,76%), fotografía (81,36%), libros, folletos, periódicos y revistas (80,26%)" (British Council, 2002, pág. 19). En contraste, los "subsectores de publicidad (100%), diseño textil (100%), televisión y radio (92,56%), artes escénicas (82,76%)" (British Council, 2002, pág. 19) se destacan por ser constituidas a través de la figura de sociedades comerciales. No obstante, el estudio demuestra que, en términos generales, existe una inadecuada contabilidad por parte de los negocios, ya que "sólo en los subsectores de televisión y radio (81,48%), artes escénicas (72,41%), cine y video (61,7%), diseño gráfico (58,49%), música (58,49%), arquitectura (55,56%) y diseño industrial (51,11%)" (British Council, 2002, pág. 22), llevan balances generales para su contabilidad.

¹⁶ Sociedades Comerciales (Incluye fundaciones), Cooperativas, Sociedades de Hecho, Personas Naturales

Contabilidad por subsectores



Fuente: British Council, 2002.

Nota de la publicación: Casos como los de diseño de interfaz y publicidad, en los que no hay datos, se deben a que la Encuesta anual de servicios del DANE no incluye esta variable de investigación (situación de publicidad y diseño de interfaz). De igual forma, debido a los ajustes en la organización de los códigos de la clasificación CIIU, el subsector diseño textil carece de datos, mientras que los de patrimonio pueden ser confusos (British Council, 2002, pág. 22)

Las conclusiones generales de este estudio resaltan tres recomendaciones dirigidas a eliminar las brechas y potencializar las unidades productivas del sector cultural. Como primer punto, se menciona la importancia de robustecer los procesos integrales dentro de las organizaciones, a partir del fortalecimiento de competencias emprendedoras y desarrollo de habilidades empresariales, donde se incluyan programas asociados al conocimiento del sistema tributario, formalización, gestión de recursos e iniciativas de articulación. Como segundo punto, se destaca el bajo uso de tecnologías de la información, lo que limita su rendimiento respecto a su capacidad potencial. Finalmente, se encuentra la necesidad de generar políticas públicas concretas y prácticas que garanticen el desarrollo de las actividades económicas. Adicional a estas tres recomendaciones, la investigación hace evidente los vacíos de información económica, lo que limita la evaluación y seguimiento de los subsectores (British Council, 2002, págs. 191-192).

Impacto económico de las industrias culturales en Colombia

Para el año 2003, el Ministerio de Cultura de Colombia y el Convenio Andrés Bello publicaron el documento "Impacto económico de las industrias culturales en Colombia", con el objetivo de: "estudiar las repercusiones sociales de las industrias culturales -indicadores sociales- y profundizar en campos estratégicos para su evolución, tales como, la identificación de políticas para su desarrollo,

asesorías y asistencia a experiencias locales (Ministerio de Cultura & Convenio Andrés Bello, 2003, pág. 14).” Adicionalmente, la investigación “está destinada esencialmente a recabar información que pueda ser utilizada para la formulación de adecuadas políticas culturales, para que los países tomen conciencia de la importancia y la magnitud que el desarrollo de su cultura tiene con las dinámicas de negociación social y económica” (Ministerio de Cultura & Convenio Andrés Bello, 2003, pág. 14).

Para este ejercicio, se seleccionaron indicadores macroeconómicos (producción, ventas, empleo, derechos de autor, exportaciones, importaciones y piratería) para evidenciar el estado de las industrias culturales¹⁷. De igual manera, este estudio se complementa con información de consumo y hábitos, analizados con variables de frecuencia, estrato social, nivel educativo y motivaciones.

Valor agregado de las actividades directas

Uno de los indicadores que permite evidenciar el comportamiento de los bienes y servicios culturales, parte de determinar la relación entre la producción y las compras intermedias, dando como resultado el valor agregado de este sector. Para efectos de este estudio, se identificaron las siguientes actividades económicas directas¹⁸, a partir de la Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU), adoptada por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia (Ministerio de Cultura & Convenio Andrés Bello, 2003, pág. 38):

Actividades culturales directas

Código Dian	Actividad
2211	Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones
2212	Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas
2213	Edición de materiales grabados
7320	Investigación y desarrollo experimental en el campo de las ciencias sociales y las humanidades
7430	Publicidad
7494	Actividades de fotografía
9211	Producción y distribución de películas y videocintas
9213	Actividades de radio y televisión

¹⁷ Para el análisis de la investigación se definieron se definieron 8 subsectores. Estos son los siguientes: Radio, Revistas, Libros, Cine, Televisión, Música, Prensa y Video.

¹⁸El estudio identifica actividades directas y dos tipos de actividades conexas. Para conservar cierta comparabilidad con la Cuenta Satélite de Cultura de Bogotá, se presentan únicamente las actividades directas.

Código Dian	Actividad
9215	Actividades de grabación y producción de discos
9214	Actividades teatrales y musicales y otras actividades artísticas
9231	Actividades de bibliotecas y archivos
9231	Actividades de museos y preservación de lugares y edificios históricos

Fuente: Ministerio de Cultura y Convenio Andrés Bello, 2003.

De acuerdo con los resultados de esta investigación, las actividades que más aportan al valor agregado cultural en los últimos tres años son aquellas relacionadas con radio y televisión, edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones, edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas y publicidad. “Los bienes y servicios culturales de estas actividades, que se desarrollan a partir de los derechos de autor de las creaciones, hacen una contribución significativa a las economías, en productividad, empleo, comercio interno y externo” (Ministerio de Cultura & Convenio Andrés Bello, 2003, pág. 40). Vale la pena señalar que, en el caso específico de las industrias asociadas a la radio y televisión, estas se caracterizan por mantener unas audiencias masivas, por lo cual la pauta publicitaria se convierte en un ingreso considerable que garantiza su funcionamiento y producción.



Fuente: Ministerio de Cultura y Convenio Andrés Bello, 2003.
Elaboración: Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte.

Adicionalmente, es importante evidenciar la participación de este sector en el Producto Interno Bruto (PIB), con el propósito de examinar el panorama de las actividades económicas identificadas y así determinar y evaluar la influencia de

políticas efectivas. En este sentido, el análisis del valor agregado, así como su porcentaje de participación en el PIB, se convierte en información fundamental para la toma de decisiones de inversión privada, al igual que en una herramienta de estudio que favorezca la rentabilidad de las organizaciones culturales. “En el caso colombiano, el comportamiento del sector (...) está correlacionado con el comportamiento general de la economía. Las tasas de crecimiento siguen el mismo curso del PIB” (Ministerio de Cultura & Convenio Andrés Bello, 2003, pág. 48).



Fuente: Ministerio de Cultura y Convenio Andrés Bello, 2003.
Elaboración: Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte.

De acuerdo con los resultados, el aporte promedio del valor agregado cultural al PIB, para los años de estudio, es del 1.1%. “La suma del valor agregado durante estos siete años fue de 10,45 billones de pesos y la facturación fue de 20,48 billones de pesos” (Ministerio de Cultura & Convenio Andrés Bello, 2003, pág. 42). Al comparar el aporte de las actividades culturales¹⁹ al PIB con otras actividades económicas del país, vale la pena señalar que para el año 2000 este es comparable con la participación que tiene los Trabajos de construcción y construcciones (1,41%), Café sin tostar y transformado (1,77%) y los Servicios de hotelería y restaurante (1,94%). “Aunque ha presentado descensos debidos a la crisis económica, el aporte del sector cultural se mantiene en mayor proporción que los de sectores que tradicionalmente han sido importantes” (Ministerio de Cultura y Convenio Andrés Bello, 2003, págs. 46-47).

Después del análisis en cada una de las actividades que componen el sector cultural, el estudio realiza diversas recomendaciones con el propósito de fomentar y potencializar la cadena productiva, al igual que acceso y consumo a

¹⁹ Solo se incluyen las actividades culturales directas.

los hogares. Por un lado, resalta la importancia de “continuar con el acopio de información social y económica de las industrias culturales, encontrar nuevas fuentes y hacer un ejercicio permanente de revisión y actualización, con el fin de enriquecer los diagnósticos y el diseño de políticas” (Ministerio de Cultura y Convenio Andrés Bello, 2003, pág. 213). En este caso, sugiere la implementación de la Cuenta Satélite del Sector Cultural, bajo el interés de mejorar las estadísticas culturales y robustecer las mediciones bajo una metodología estandarizada, creando un sistema de información continuo, confiable y comparable.

Por otro lado, realiza recomendaciones y plantea múltiples ejes de lineamientos de política pública cultural, bajo determinadas líneas de acción. Entre estas (Ministerio de Cultura y Convenio Andrés Bello, 2003, págs. 215-216):

Generar políticas de financiación, capacitación y actualización tecnológica dirigidas al fortalecimiento de las industrias culturales.	Impartir cursos, por medio de entidades como el Sena o Colciencias, que acerquen a los agentes del sector a los nuevos medios tecnológicos y equipos relacionados con las actividades culturales.
Proporcionar capacitación y asistencia técnica a establecimientos culturales, no sólo en producción sino también en administración, uso de nuevas tecnologías, mercadeo y gestión.	Fomentar el análisis de mercado para generar estrategias conjuntas entre empresas pequeñas y medianas, facilitar procesos para su articulación con las de mayor tamaño e identificar nichos de consumo.
Promover parques industriales -en los que converjan varias industrias culturales- que permitan la aparición de clusters, el aprovechamiento de sinergias y el uso de una misma infraestructura.	Estimular estrategias de mercadeo que promuevan actividades y productos culturales y a la vez, formen públicos (p. e. publicación de folletos con recuentos históricos del patrimonio material e inmaterial).

Fuente: Ministerio de Cultura y Convenio Andrés Bello, 2003.
Elaboración: Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte.

Caracterización de Industrias Culturales y Creativas en Bogotá²⁰

En el 2016, la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte y la Cámara de Comercio de Bogotá -CCB, aunaron esfuerzos para acceder a recursos del *Fondo Internacional para la Diversidad Cultural* de UNESCO, por medio de la elaboración de un proyecto integral dirigido a fortalecer el ecosistema de las

²⁰ Sin perjuicio de apropiación, en la elaboración del presente apartado fueron adoptados cálculos y análisis desarrollados en el documento de Caracterización de Industrias Culturales y Creativas, que viene desarrollando la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte y la Cámara de Comercio de Bogotá.

Industrias Culturales y Creativas en la ciudad. Como un primer componente, atendiendo a la necesidad de actualizar las estadísticas culturales en la capital, se priorizó el estudio de Caracterización de las Industrias Culturales y Creativas en Bogotá para los segmentos de las artes escénicas, audiovisual y radio, música, libros y publicaciones, artes visuales y las Empresas Sin ánimo de Lucro -ESAL-. Como segundo componente, se realizó un programa de fortalecimiento empresarial para organizaciones pertenecientes al sector editorial, de artes escénicas y artes visuales, a través de múltiples talleres temáticos y acompañamiento especializado.

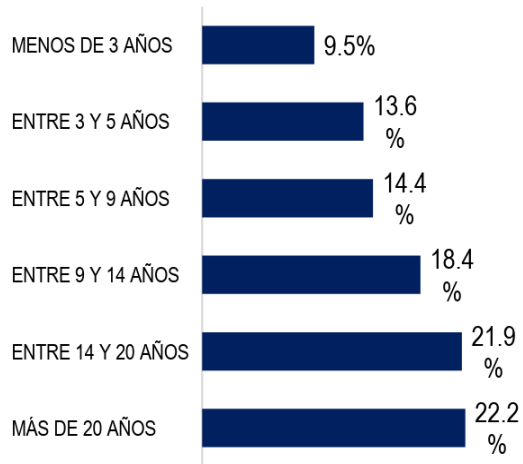
El desarrollo de la Caracterización de Industrias Culturales y Creativas en Bogotá, estuvo acompañado de 1.374 encuestas y se llevaron a cabo diversos grupos focales con los cinco sectores priorizados. Del estudio se obtienen datos sobre el perfil de los directivos, estructura organizacional, ingresos, empleo, fortalezas y debilidades, actividades de comunicación y promoción, equipamiento e infraestructura y propiedad intelectual.

A partir de la investigación se puede observar que el 68,1% de los empresarios y empresarias son de género masculino, el 30,3% femenino y el 1,6% intergénero. Los mayores porcentajes de directivos femeninos se encuentran en el sector de libros y publicaciones (41,4%) y las ESAL (47,7%), mientras que los sectores donde menos se presentan es en audiovisuales y radio (24,3%) y música (19,0%). Vale resaltar que en su gran mayoría estas empresas son dirigidas por personas menores de 45 años. Por otro lado, se destaca que 8 de cada 10 directivos poseen títulos en educación superior²¹. A su vez, existe un mayor porcentaje de directivos femeninos con nivel educativo de posgrado (32,0%) que en los directivos masculinos (23,5%). Adicionalmente, se evidencia que los directivos tienen una larga trayectoria artística, donde el 62,5% cuenta con más de 10 años de experiencia. Esto contrasta con el 59,7% que cuenta con menos de 10 años de experiencia como empresarios.

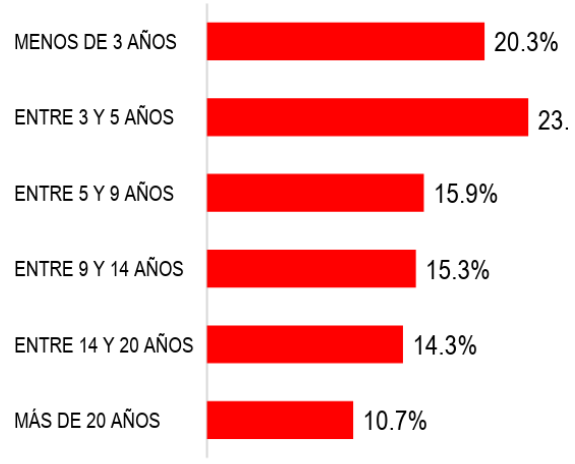
Complementariamente, se observa que los directivos de género femenino se encuentran, principalmente, en los rangos de edad de 26 a 35 años (36,3%) y 36 a 45 años (30,5%). En cuanto al área de formación profesional, la mayoría tiene título en "artes, bellas artes o afines" (23,3%), seguido de "ciencias sociales y humanas" (22,1%) y "economía, administración, contaduría y afines" (16,1%). Adicionalmente, el 74,0% afirma haber algún tipo de formación artística o creativa y el 60,3% algún tipo de formación empresarial.

²¹ De acuerdo con los lineamientos del Ministerio de Educación Nacional de Colombia, la educación superior se imparte en dos niveles: pregrado y posgrado. El nivel de pregrado tiene, a su vez, tres niveles de formación: Nivel Técnico Profesional (relativo a programas Técnicos Profesionales), Nivel Tecnológico (relativo a programas tecnológicos) y Nivel Profesional (relativo a programas profesionales universitarios). Por otro lado, la educación de posgrado comprende los siguientes niveles: Especializaciones (relativas a programas de Especialización Técnica Profesional, Especialización Tecnológica y Especializaciones Profesionales), Maestrías y Doctorados.

Experiencia artística



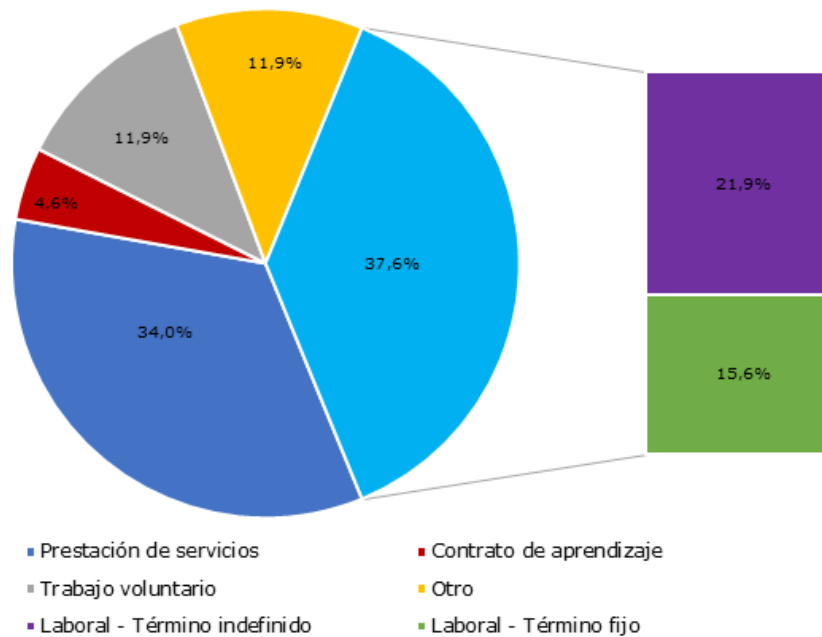
Experiencia como empresario



Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos propios.

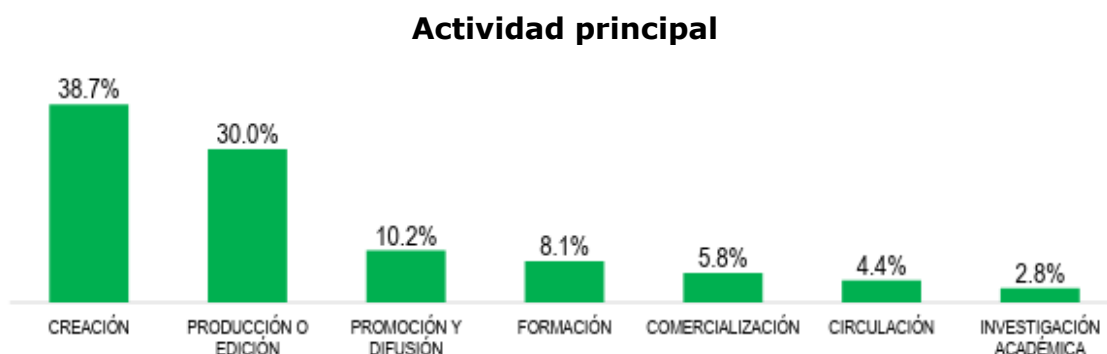
En cuanto a las características generales de las unidades productivas, 7 de cada 10 empresas (66,6%) iniciaron su funcionamiento en la última década, lo que evidencia un incremento de estas iniciativas culturales y creativas. Se destaca que aquellas de mayor antigüedad pertenecen al sector de libros y publicaciones, donde el 48,9% empezaron sus actividades hace más de 10 años. Le siguen las ESAL con 44,9% y las empresas de artes escénicas con 38,4%. Vale señalar que cerca del 69% de las empresas tienen menos de 10 millones de pesos en activos, donde las ESAL y las empresas del sector de la música son las que menos activos presentan, mientras que las de libros y publicaciones y audiovisuales son las que más acumulan. Adicionalmente, se observa que estas empresas cuentan con 6 trabajadores en promedio. Anualmente, el 34,0% del total de trabajadores de estas empresas, son contratados bajo la modalidad de prestación de servicios, principalmente en el sector audiovisual.

Tipo de contratación



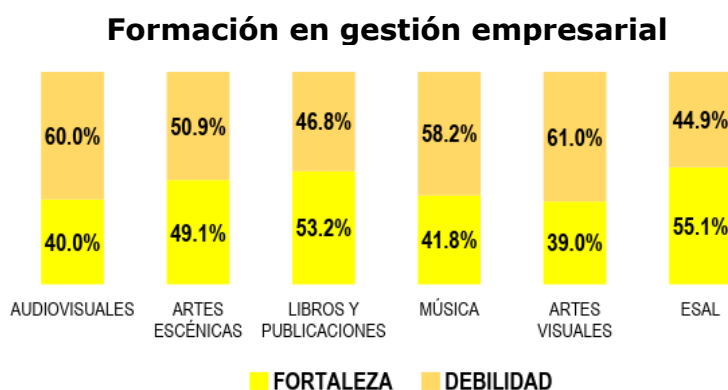
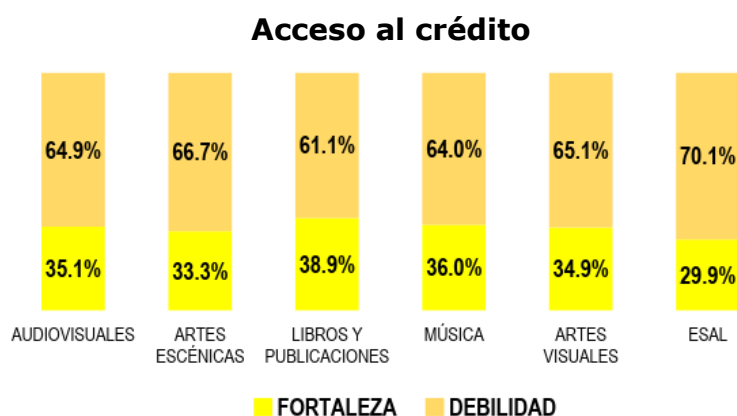
Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos propios.

Frente a la producción de los bienes y servicios de estas empresas, vale mencionar que el 71,4% de los ingresos del sector audiovisual provienen de actividades relacionadas con la misma industria. Por otro lado, el 58,9% de los ingresos de las artes visuales derivan de actividades relacionadas con otros sectores. Se resalta que las actividades que más ingresos generan a las ESAL son aquellas asociadas con la educación cultural y las artes escénicas y espectáculos artísticos. Cabe señalar que, dentro de la cadena de valor, la mayoría de estas empresas se dedica principalmente a la creación y producción o edición de contenidos (68,7%).

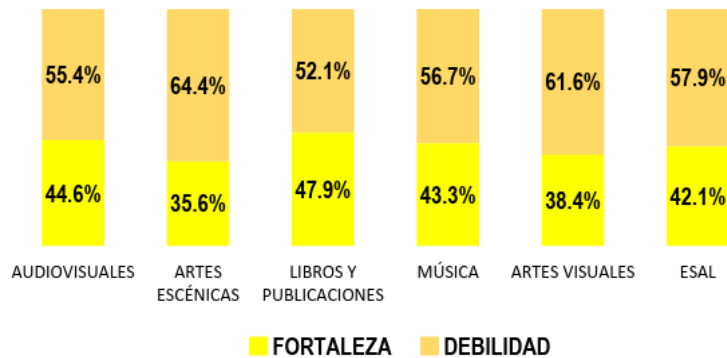


Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos propios.

Frente a la financiación de las empresas es importante señalar que esta se concentra principalmente en recursos propios de la organización y en aporte de socios. Sin embargo, las empresas de las artes escénicas, así como las ESAL, muestran mayor dependencia de recursos públicos. Adicionalmente, las empresas destacan como una debilidad general el acceso al crédito, la formación en gestión empresarial y la disposición de espacios e infraestructura propia.



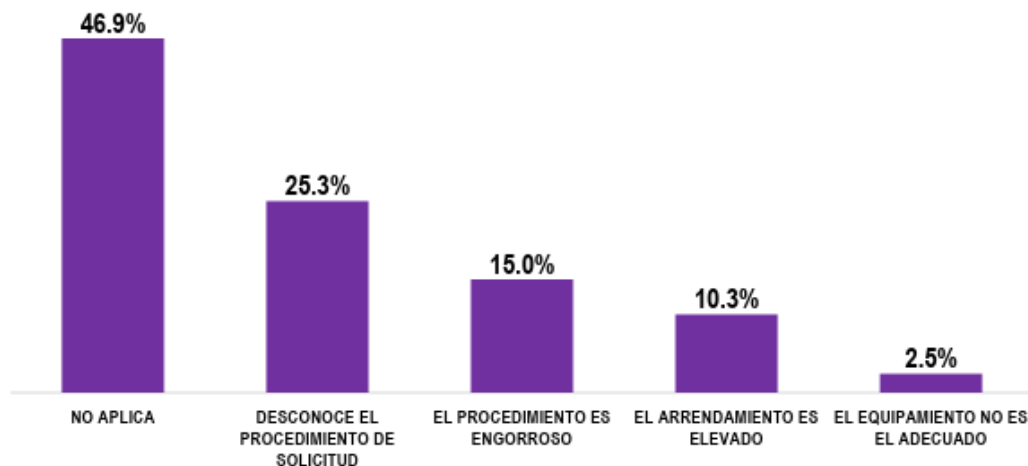
Disposición de espacios e infraestructura propia



Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos propios.

Frente a los equipamientos, se evidencia un acceso limitado, por parte de las empresas, a salas de teatro, bibliotecas, auditorios, etc. de la ciudad, ya que sólo el 23,2% de estas acceden de forma frecuente a estos espacios: de las empresas del sector de las artes escénicas el 36,1% hace uso habitual de los equipamientos públicos, siendo el que más accede a este tipo de infraestructura. Las empresas que nunca han accedido a estos equipamientos expresan desconocimiento de los procedimientos de solicitud (25,3%) o que el equipamiento no es el adecuado (2,5%). Las empresas que evidencian más desconocimiento sobre los procedimientos de solicitud de los equipamientos públicos son las de música con el 29,2% y las de libros y publicaciones con 29,0%. Los espacios privados que utilizan las empresas, en su mayoría son alquilados (50,8%) o propios (36,8%). Las empresas del sector de libros y publicaciones son las que más cuentan con espacios propios (45,4%), seguidas de las del sector audiovisual (44,0%).

Razones de no acceso a equipamientos



Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos propios.

Cuenta Satélite de Cultura de Bogotá

La Cuenta Satélite de Cultura es un sistema de información económico, basado en el Sistema de Cuentas Nacionales de Naciones Unidas, que se encarga de cuantificar, de forma continua y comparable, el campo cultural. Al respecto, en Colombia:

Desde el año 2009, el Grupo de Emprendimiento Cultural del Ministerio de Cultura de Colombia, de la mano con otras entidades públicas y privadas, viene realizando mediciones económicas de las actividades y productos asociados a las artes y el patrimonio. En este tiempo de trabajo, Colombia se ha convertido en un referente importante en la región, como resultado de la experiencia en el desarrollo de Cuenta Satélite de Cultura, llevando a cabo asesorías técnicas de cooperación internacional para implementar esta metodología en países como Costa Rica, Honduras, El Salvador, Bolivia, Perú, Ecuador y República Dominicana. Adicionalmente, en el desarrollo de estas investigaciones, tanto el ente rector de la cultura en el país, como el Departamento Administrativo Nacional de Estadística -DANE-²², han posicionado en el nivel nacional la relevancia de seguir mejorando los sistemas de información del sector, logrando incidir en la construcción de instrumentos como la Encuesta de Consumo Cultural, así como en la actualización de otros registros administrativos (Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, 2017, pág. 356).

El Plan Distrital de Desarrollo “Bogotá Mejor para Todos 2016 – 2020” incluyó como una de sus metas producto la implementación de la metodología de Cuenta Satélite de Cultura para Bogotá²³, con el propósito de construir un sistema de información continuo, confiable y comparable, focalizado en las actividades y productos característicos de la cultura en la ciudad. Los resultados de estas mediciones económicas se convierten en insumos para la formulación de la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa, al igual que en una herramienta para la toma de decisiones de inversión pública y privada. La realización de este ejercicio cuenta con la participación de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte y el Departamento Administrativo Nacional de Estadística –DANE-.²⁴

²² En el 2015, el Ministerio de Cultura de Colombia publicó “Cultura a la Medida: Análisis de la Cuenta Satélite de Cultura de Colombia”, documento disponible en: <http://emprendimientocultural.mincultura.gov.co/2017/04/03/cultura-a-la-medida-analisis-de-la-cuenta-satelite-de-cultura-de-colombia/>.

²³ Esta investigación se encuentra en armonía con el Sistema de Cuentas Nacionales de Naciones Unidas (2008), la Guía Metodológica para la Implementación de Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica propuesta por el Convenio Andrés Bello (2015), la metodología de Cuentas Departamentales del DANE (2013) y el PIB Bogotá (2014) (elaborado por el DANE y la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico), por lo cual comparte sus principales conceptos, variables objeto de estudio y cuadros de salida.

²⁴ En el año 2017, la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte y el Departamento Administrativo Nacional de Estadística, suscribieron un convenio de cooperación con el objetivo de: “Aunar esfuerzos técnicos, humanos, logísticos, para la definición, construcción de la metodología y consolidación de resultados de la Cuenta Satélite de Cultura – Capítulo Bogotá”

Teniendo como objeto de estudio el *campo cultural*, entendido como el conjunto de “actividades humanas y sus manifestaciones cuya razón de ser consiste en la creación, producción, difusión, transmisión, consumo y apropiación de contenidos simbólicos relacionados a las artes y el patrimonio (Convenio Andrés Bello, 2015, pág. 40)”, el equipo de la Cuenta Satélite de Cultura de Bogotá, delimitó los segmentos culturales y creativos a medir, tomando como referente la propuesta de clasificación de la Guía Metodológica para la Implementación de Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica (2015), así como el trabajo técnico realizado por el Ministerio de Cultura de Colombia y el DANE²⁵.

Segmentos del campo cultural



Fuente: Convenio Andrés Bello, Guía Metodológica para la Implementación de Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica propuesta por el Convenio Andrés Bello, 2015.

A continuación, se presentan resultados de los cuatro segmentos medidos hasta el año 2018 (artes escénicas, libros y publicaciones, audiovisual, música, creación publicitaria, educación cultural, patrimonio material y patrimonio inmaterial) para la serie 2010-2016p. Así como la oferta laboral del campo cultural desde el 2015 al 2017 y la demanda laboral del campo cultural para los años 2015 y 2016.

²⁵ Para profundizar en el trabajo de la Cuenta Satélite de Cultura a nivel nacional, se recomienda remitirse al documento “Cultura a la Medida. Análisis de la Cuenta Satélite de Cultura de Colombia” (2015).

Actividades económicas segmentos priorizados

SEGMENTO	CIIU Rev. 4. A.C.	DESCRIPTIVA
Artes escénicas y espectáculos y artísticos	9006	Actividades teatrales
	9008	Otras actividades de espectáculo en vivo
Música	9007	Actividades de espectáculos musicales en vivo
	5920	Actividades de grabación de sonido y edición de música
Audiovisual y radio	5911	Actividades de producción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión.
	5912	Actividades de posproducción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión.
	5913	Actividades de distribución de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión.
	5914	Actividades de exhibición de películas cinematográficas y videos.
	6010	Actividades de programación y transmisión en el servicio de radiodifusión sonora.
	6020	Actividades de programación y transmisión de televisión.
Libros y publicaciones	5811	Edición de libros
	5813	Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas
	5819	Otros trabajos de edición
Creación publicitaria	7310	Publicidad
Educación cultural	8553	Enseñanza cultural
	N/A	Educación cultural formal relacionada a las artes y el patrimonio

Patrimonio inmaterial	N/A	Fiestas tradicionales y patrias, cocinas tradicionales, artesanías y lenguas.
Patrimonio material	9101	Actividades de bibliotecas y archivos
	9102	Actividades y funcionamiento de museos, conservación de edificios y sitios históricos

Fuente: Convenio Andrés Bello, Guía Metodológica para la Implementación de Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica propuesta por el Convenio Andrés Bello, 2015. Elaboración: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, 2018.

Valor agregado cultural

Uno de los objetivos esta investigación reside en conocer el aporte de las artes y el patrimonio a la economía de la Ciudad²⁶, a través del valor agregado. Ahora bien, frente a este análisis se debe tener en cuenta dos aspectos importantes. Por un lado, la participación de los segmentos culturales en el valor agregado de la ciudad puede variar positiva o negativamente dependiendo del comportamiento de las demás actividades económicas en Bogotá²⁷. Por otro lado, este puede verse afectado por el comportamiento del consumo intermedio²⁸.

En el año 2016, el total del valor agregado generado por los segmentos de las artes escénicas, audiovisual, libros y publicaciones, música, creación publicitaria y educación cultural, ascendió a 3,7 billones^{29*} de pesos, lo que representa una reducción de 1,9% respecto al año anterior (3,8 billones^{29*} de pesos). Vale la pena resaltar que el segmento que mayor incidencia presenta sobre la variación total es el de creación publicitaria con un decrecimiento del 6,8%. Por otra parte, el segmento de artes escénicas presenó un crecimiento de 5,1%.

En el año 2017^p el total del valor agregado de los segmentos medidos fue de 3,6 billones^{29*} de pesos, con disminución de 2,7% frente a 2016. Esta variación negativa se debe a que el segmento audiovisual y el segmento de libros y publicaciones, tuvieron una reducción en su aporte de 7,9% y 2,3%, respectivamente.

²⁶ Esta contribución se calcula como la diferencia entre la producción (ingresos) de la industria y sus consumos (costos operativos), para obtener el Valor Agregado -V.A.-.

²⁷ Es decir, puede que la cultura esté aumentando su valor agregado, pero, por ejemplo, la construcción esté generando proporcionalmente mucho más valor que estas actividades, por lo que el porcentaje de participación en el total de la ciudad será menor.

²⁸ Por ejemplo, durante la serie de la CSCB (2010-2016p), la producción crece cada año en promedio un 2.2%, mientras que el consumo intermedio se incrementa en 5.9%, lo que significa una reducción del valor agregado, en promedio anual, de 0.1%.

^{29*} Valores encadenados de volumen con año de referencia 2015. Esta cifra es resultado de la sumatoria del valor agregado de los seis segmentos, encadenado a precios del 2015. Por lo tanto, no será igual a la suma de los valores encadenados individualmente.

Información por segmento del campo cultural

Música

La actividad de mayor crecimiento en este segmento es la de *espectáculos musicales en vivo*, con una variación del 177,1% entre 2010 y 2017p y un promedio anual del 17,5%. Para el 2016 se reduce su valor agregado en un 3,8% respecto al año anterior y para este año, la asistencia a conciertos, recitales, presentaciones de música en espacios abiertos o cerrados en vivo fue del 24,9%, lo que significó un gasto de 130 mil millones de pesos en entradas a eventos de este tipo en Bogotá, siendo el 40% del monto total pagado en el país (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2016). En cuanto a las actividades de *grabación de sonido y edición de música*, el crecimiento fue del 80,1% y del 8,9% promedio anual durante la serie de estudio. Cabe destacar que, de acuerdo con las cifras de la Encuesta de Consumo Cultural del DANE, los hogares en Bogotá pagaron 36 mil millones de pesos por música grabada en el 2016, lo que representa el 37,3% del total en Colombia. De igual manera, el 68,4% de la población de este territorio manifestaron haber buscado, descargado o escuchado música en línea y el 72,7% la descargó y/o escuchó por internet de manera gratuita (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2016).

Por otra parte, según los resultados de la Encuesta Bienal de Culturas para el año 2015, el 77.5% de las personas considera que la práctica de música es importante (45.8%) o muy importante (31.7%) en sus vidas. No obstante, es relevante señalar que sólo un 14% ha recibido formación para la interpretación de instrumentos, para cantar o componer música, o realizar mezclas musicales, en la educación básica primaria o secundaria; lo que puede llevar a pensar que en la academia no se le está dando la importancia que los hogares consideran a las prácticas musicales (Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, 2015).

Artes escénicas

El segmento de las artes escénicas aglomera múltiples prácticas artísticas, pero que generan menos valor económico a sus productores y productoras (el aporte de este segmento al total de los seis medidos en la CSCB es del 2,1% en el 2017p). Según el PULEP, en el 2016 se realizaron 419 eventos de circo sin animales, magia, teatro, danza y otros, que reportaron boletería por 10.352.057.989 pesos; mientras que, en ese mismo año, hubo 408 eventos de música en vivo que informaron 86.886.895.835 pesos en boletería.³⁰ Adicionalmente, vale la pena señalar que, de acuerdo con la Encuesta de Consumo Cultural, el 19.7% de las personas en Bogotá que dicen haber asistido a eventos de teatro, danza y ópera, el 52.3% de estas manifiesta haber obtenido

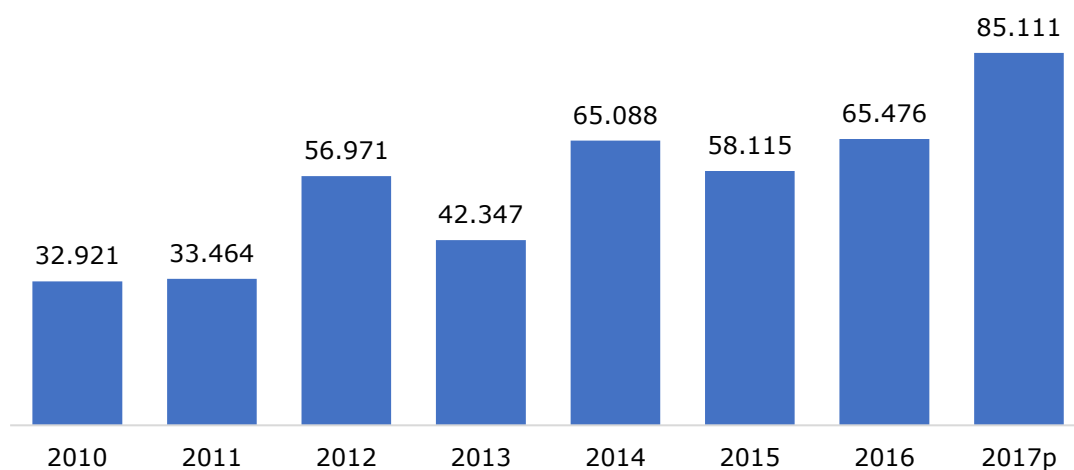
³⁰ Información provisional del Portal Único de las Artes Escénicas del Ministerio de Cultura de Colombia.

entradas de forma gratuita (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2016). A pesar de este porcentaje de entradas gratuitas, Bogotá aporta el 64% de los pagos por entradas a eventos de espectáculos en vivo, con 82 mil millones de pesos (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2016).

El crecimiento económico (respecto al VA) promedio anual de las empresas dedicadas a estas actividades es del 10,0%. No obstante, en el 2012 este segmento presenta un incremento importante frente a los años anteriores (47,4%). Para el 2013, se visibiliza una reducción en la producción y un incremento en el consumo intermedio, lo que se traduce en una disminución del valor agregado.

Artes escénicas Bogotá - Valor Agregado

Precios corrientes. Millones de pesos



Fuente: CSCB. DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, 2018.
Cálculos: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, 2018.

Audiovisual y radio

Con un mayor número de actividades económicas medidas por la Cuenta Satélite de Cultura de Bogotá³¹, el segmento audiovisual aporta el 41,8% del valor agregado de los segmentos priorizados en el año 2016. Frente a la actividad de producción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión, cabe señalar que esta presenta variabilidad con tendencia a la baja en los últimos años sobre la variable producción. Por otro lado, es importante destacar el crecimiento del 59,6% y un promedio anual de 8,0% del VA que presentan las actividades de posproducción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión, en

³¹ Producción, posproducción y distribución de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión, exhibición de películas cinematográficas y videos, televisión abierta, televisión por suscripción y servicios de radiodifusión sonora.

la serie estudiada. Es de resaltar que, a partir del 2013, las empresas que tienen como actividad principal³² la exhibición de cine, empiezan a reportar ingresos más altos por actividades secundarias, entre las que se encuentran la venta de otros productos y publicidad.

Los resultados de la Encuesta de Consumo Cultural para el 2016, reflejan un alto consumo de radio (67.1%) y televisión (90.7%), aun cuando en las cifras de la CSCB, los ingresos de quienes desarrollan estas actividades económicas se han reducido en los últimos años. Esto puede deberse al medio por el cual los hogares obtienen estos servicios, además de la migración de la publicidad a otras plataformas. Por otra parte, los datos presentan un 53.8% en asistencia a cine en el último año (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2016), lo que es consistente con el 41.9% que manifiesta haber invertido dinero en cine y audiovisual y el 39.8% que dice haber visto películas de cine colombiano en los últimos doce meses (Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, 2015). Cabe resaltar que el 45.6% de los bogotanos dicen que el cine y o audiovisual es importante en sus vidas (Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, 2015).

Libros y publicaciones

El valor agregado del segmento de libros y publicaciones muestra una tendencia a la baja en los últimos años, presentando una disminución del 1,9% en la serie estudiada y, en promedio, cada año cae un 0,2%. Este comportamiento se explica principalmente por la edición de revistas, diarios y otras publicaciones periódicas, siendo la actividad que más valor genera en el segmento, con una participación promedio (2010-2017p) del 60,4%. No obstante, la variación anual de esta actividad es negativa, en promedio, de -1,9%. En cuanto a la edición de libros, la representación dentro del segmento es importante (34,3% para el 2017p), su tendencia es creciente en los últimos años, y presenta un aumento en su valor agregado entre 2010 y 2017p del 14,1%; en promedio, cada año crece un 2,1%. Es válido destacar que cerca de la mitad de la población de la Ciudad manifiesta haber leído libros en el 2016 (49,5%), el 19.8% de estos libros se encontraban en soportes digitales o electrónicos, y que el promedio de libros leídos por persona ha incrementado a 5 al año (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2016). Sin embargo, todavía existe un gran porcentaje de población que dice no le gusta leer (35.3%) (Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, 2015).

Por último, los otros trabajos de edición en Bogotá aportan un 6,5%, en promedio desde 2010 hasta 2017^p, al segmento. Presenta un crecimiento de su valor agregado del 13,9% entre estos años. En el 2016 superó los 154 mil

³² “Las actividades características [...] [incluyen] la producción de sus productos típicos (producción principal), que corresponderá necesariamente a los productos característicos del dominio de estudio. No obstante, podrá incluir producciones secundarias de productos, de este mismo dominio, o de otros dominios, relacionados o no relacionados” (Convenio Andrés Bello, 2015, pág. 37).

millones de pesos de ingresos, siendo el año que más valor genera (73.210 millones). En cuanto a la remuneración a trabajadores e impuestos, alcanza los 22.933 millones y 2.328 millones, respectivamente.

Educación cultural

El aporte económico del sector de educación cultural fue de 342.021 millones de pesos como valor agregado para el 2017p, mientras que en 2010 su aporte fue de 208 mil millones de pesos. Las actividades de educación básica de no mercado son las que más aportan valor dentro del segmento, con un 32,3%. Por otro lado, está educación para el trabajo y el desarrollo humano, que su aporte es mayor en las actividades de no mercado con un valor agregado de 18.697 millones de pesos, frente a las actividades de mercado con 4.08 millones de pesos, en el 2017p.

Según datos del Observatorio Laboral para la Educación, el número de graduados de educación cultural en nivel de pregrado asciende a 41.943 desde el 2009 hasta el 2016, en su mayoría egresados de una institución privada con un 84,2%, frente al 15,8% de instituciones oficiales. Del total de graduados, el 49,4% son hombres y el 50,6% mujeres. Para el año 2016, el programa que más graduados reportó, fue el de diseño con 3.351 egresados, mientras que las artes representativas hubo 78 graduados. En cuanto a docentes, el número más alto se encuentra en básica secundaria, con 1.643 en Bogotá, frente a 8.573 del total nacional (incluye Bogotá). De los 4.160 docentes de educación cultural de Bogotá, el 40,3% son hombres y el 59,7% son mujeres.

Creación publicitaria

Por otra parte, las empresas dedicadas a la Creación Publicitaria crecen cada año en promedio 3,9%* desde el 2010 hasta el 2017p. Este sector generó valor por más de 698 mil millones^ de pesos en el último año, mientras que en el 2010 su valor agregado^ fue de 410 mil millones de pesos. En el 2016, existían 125 registros de establecimientos dedicados a las actividades de creación publicitaria en Bogotá, en la Encuesta Anual de Servicios del DANE.

Patrimonio material e inmaterial

Vale la pena resaltar que se realizó por primera vez la medición económica de los patrimonios material e inmaterial, desde el enfoque del gasto público del sector cultura en el Distrito Capital. Para el 2016, el gasto asciende a 27.346 millones de pesos^ y para el 2017, presentó un incremento de 24,2%, superando los 33.900 millones de pesos^.

Según la Encuesta de Consumo Cultural del DANE, de las personas de 12 años y más en Bogotá, en el 2016, el 9% asistió a carnavales, fiestas o eventos nacionales, el 32% visitó parques, reservas naturales o zoológicos y el 16% asistió a fiestas municipales o departamentales. El 22% visitó museos,

monumentos históricos, sitios arqueológicos, monumentos nacionales y centros históricos.³³

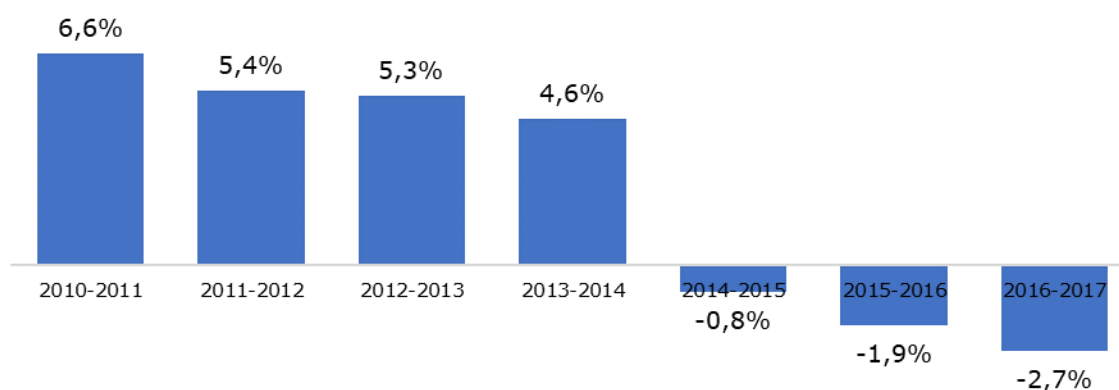
Valor agregado por segmento del campo cultural Miles de millones de pesos - Precios corrientes

Segmento	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 ^P
Artes escénicas	33	33	57	42	65	58	65	85
Audiovisual	1.285	1.413	1.614	1.786	1.710	1.667	1.711	1.688
Creación publicitaria	410	488	570	644	649	667	690	698
Educación cultural	208	222	235	263	273	312	320	342
Libros y publicaciones	1.014	1.123	1.053	993	878	923	902	924
Música	66	74	92	111	125	210	221	300
Total	3.017	3.353	3.621	3.839	3.700	3.836	3.909	4.038

Fuente: CSCB. DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, 2018.

Cálculos: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, 2018.

Variación valor agregado bruto: Artes escénicas, Audiovisual, Creación publicitaria, Educación cultural, Libros y publicaciones y Música



Fuente: CSCB. DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, 2018.

Cálculos: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, 2018.

Matriz de trabajo de la cultura

Con relación a los resultados de oferta laboral de cultura en Bogotá, para el año 2016 se registraron 105.868 Puestos de Trabajo Equivalentes a Tiempo Completo -PTETC- en las industrias culturales y creativas, donde el 38,5% corresponden a las actividades relacionadas con el diseño y la creación publicitaria, siendo los segmentos con más participación, seguidos del segmento

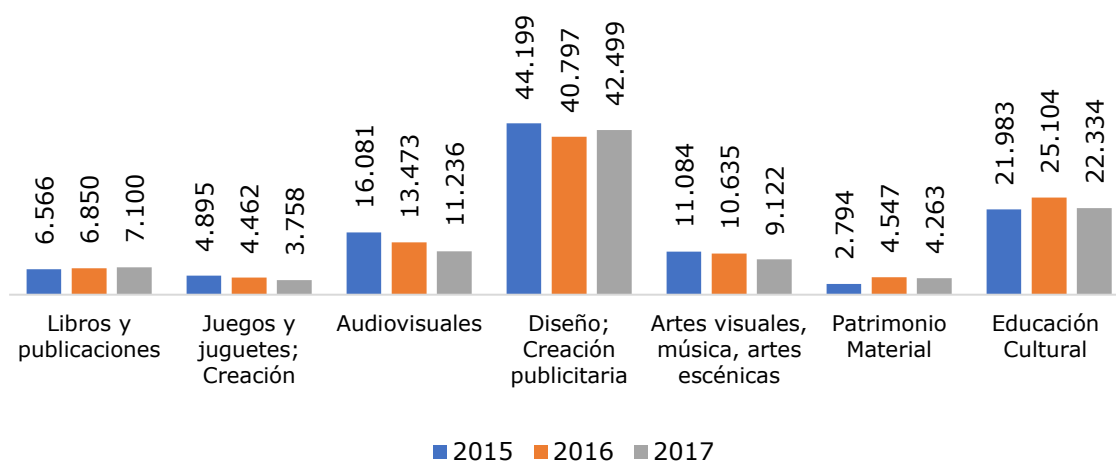
³³ Los porcentajes no deben sumar 100%, dado que no son respuestas excluyentes.

de educación cultural con el 23,7%. Respecto al último año, en el 2017p la oferta laboral presentó un decrecimiento del 5,2%, a causa de la reducción en los puestos de trabajo de los segmentos de juegos y juguetería, creación – Derechos de autor y audiovisual. Según las categorías ocupacionales, la oferta laboral del 2017p está compuesta principalmente por asalariados (65,9%) presentando un crecimiento de 2,5%, respecto al año 2016. Por su parte, los puestos de trabajo como independientes disminuyen un 17,3%, principalmente en los segmentos libros y publicaciones, juegos y juguetes, creación y audiovisual. De los puestos de trabajo de la oferta laboral de la cultura en Bogotá, el 42,2% corresponden a mujeres y el 57,8% a hombres.

Por otro lado, la demanda laboral del campo cultural de Bogotá en el 2016 fue de 63.759 PTETC, donde los segmentos que más puestos de trabajo generan son el de diseño y el de creación publicitaria. Frente al 2015, los puestos de trabajo demandados en el sector, presentaron un decrecimiento del 9,7%, esto se debe principalmente a la caída de la demanda en los segmentos de diseño y creación publicitaria (23,2%). Asimismo, se refleja una mayor vinculación como asalariados con el 52,4% de los PTETC demandados, que en la modalidad de independientes (47,6%). Además, dentro de los puestos de trabajo de la demanda laboral de la cultura en Bogotá, el 38,5% corresponden a mujeres y el 61,5% a hombres.

Oferta laboral del campo cultural de Bogotá D.C.

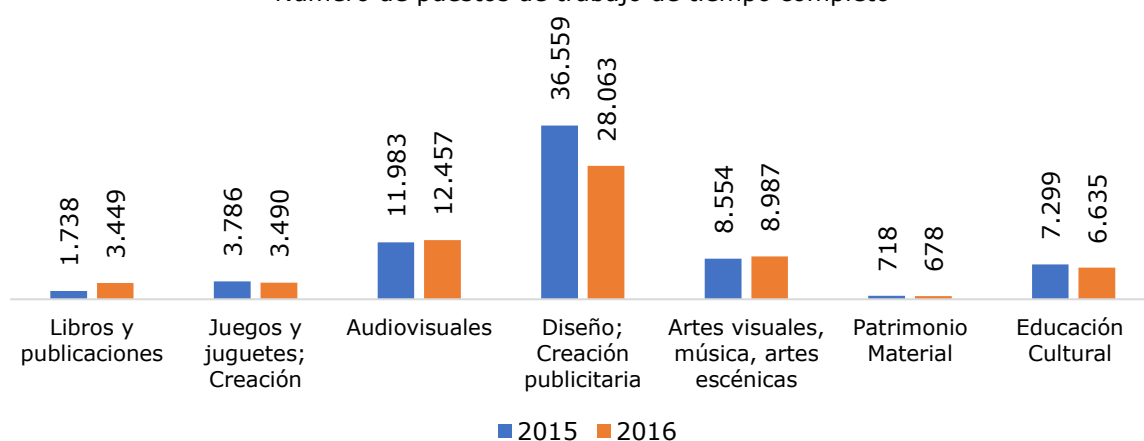
Número de puestos de trabajo de tiempo completo



Fuente: CSCB. DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, 2018.
Cálculos: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, 2018.

Demanda laboral del campo cultural de Bogotá D.C.

Número de puestos de trabajo de tiempo completo



Fuente: CSCB. DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, 2018.
Cálculos: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, 2018.

Asistencia a espacios culturales

En cuanto a los espacios culturales, las bibliotecas son las que mayor porcentaje de visitas presentan (22.68%), seguidas de los centros culturales (9.07%) y las casas de la cultura (8.36%). Quienes frecuentan las bibliotecas, lo hacen una o más veces al mes (64.6%) y de estas personas, el 18.41% asisten más de una vez a la semana. Es de resaltar que la mayoría asisten a bibliotecas de carácter público (60.7%). Respecto a los centros culturales, la frecuencia de visitas es relativamente baja, pues el 63.6% lo hace una vez cada seis meses o menos, y la mayor parte de la población que no asiste, tienen como motivos de más peso el desinterés (56.5%) y la falta de tiempo (38.9%). Al igual que los centros culturales, las casas de la cultura tienen una frecuencia de visita baja (61.3%) y los motivos de no asistencia principales, son los mismos (desinterés 56.5% y falta de tiempo 39.98%) (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2016).

Anexos

Artes escénicas

Actividades de artes escénicas

Valores a precios corrientes - Millones de pesos

Cuenta de producción	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016p
P.1 Producción	66.087	63.336	95.875	90.459	115.799	113.429	120.734
P.11 Producción principal	66.085	62.915	95.691	90.398	115.635	112.640	119.894
P.11 Producción secundaria	2	421	184	61	164	788	839
P.2 Consumo intermedio	33.166	29.872	38.904	48.112	50.711	55.313	58.875
B.1b Valor agregado bruto	32.920	33.465	56.971	42.346	65.087	58.116	61.858

Cuenta de generación del ingreso

D.1 Remuneración de los asalariados	18.072	27.223	31.491	23.088	26.293	26.566	28.277
D.11 Sueldos y salarios	15.829	23.359	27.373	21.182	24.468	23.967	25.510
D.121 Contribuciones sociales de los empleadores	2.243	3.863	4.118	1.907	1.826	2.599	2.766
D.29 Otros impuestos sobre la producción	1.464	1.702	1.697	1.253	2.564	2.109	2.245
B.2b Excedente bruto de explotación	13.385	4.540	23.783	18.005	36.230	29.441	31.337

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

Valores a precios del año 2010 por encadenamiento - Millones de pesos

Cuenta de producción	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016p
P.1 Producción	66.087	61.778	86.851	78.279	91.461	90.381	93.627
P.11 Producción principal	66.085	61.367	86.685	78.226	91.331	89.753	92.976
P.11 Producción secundaria	2	411	166	53	129	628	651
P.2 Consumo intermedio	33.166	29.137	35.242	41.634	40.053	44.074	45.657
B.1b Valor agregado bruto	32.920	32.641	51.609	36.645	51.408	46.307	47.970

Artes Escénicas

Actividades de artes escénicas

Miles de millones de pesos

Precios corrientes

Conceptos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 ^P
1. Cuenta de producción								
P.1 Producción	66,09	63,34	95,88	90,46	115,80	113,43	127,79	166,12
P.11 Producción principal	66,09	62,92	95,69	90,40	115,64	112,64	126,91	164,96
P.11 Producción secundaria	0,00	0,42	0,18	0,06	0,16	0,79	0,89	1,15
P.2 Consumo intermedio	33,17	29,87	38,90	48,11	50,71	55,31	62,32	81,01
B.1b Valor agregado bruto	32,92	33,46	56,97	42,35	65,09	58,12	65,48	85,11

2. Cuenta de generación del ingreso

D.1 Remuneración de los asalariados	18,07	27,22	31,49	23,09	26,29	26,57	28,43	36,95
D.11 Sueldos y salarios	15,83	23,36	27,37	21,18	24,47	23,97	25,65	33,34
D.121 Contribuciones sociales de los empleadores	2,24	3,86	4,12	1,91	1,83	2,60	2,78	3,62
D.29 Otros impuestos sobre la producción	1,46	1,70	1,70	1,25	2,56	2,11	2,38	3,09
B.2b Excedente bruto de explotación	13,39	4,54	23,78	18,01	36,23	29,44	34,67	45,07

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

P: Provisional. Actualizado el 27 de septiembre de 2018.

Actividades de artes escénicas

Miles de millones de pesos

Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015

Conceptos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 ^P
1. Cuenta de producción								
P.1 Producción	84,05	76,58	112,88	101,23	125,78	113,43	119,17	146,12
P.11 Producción principal	83,46	76,05	112,10	100,53	124,91	112,64	118,34	145,11
P.11 Producción secundaria	0,58	0,53	0,78	0,70	0,87	0,79	0,83	1,02
P.2 Consumo intermedio	40,99	37,35	55,05	49,37	61,34	55,31	58,11	71,26
B.1b Valor agregado bruto	43,06	39,24	57,84	51,87	64,44	58,12	61,06	74,87

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

P: Provisional. Actualizado el 27 de septiembre de 2018.

Audiovisual

Producción de películas cinematográficas y videos

Miles de millones de pesos

Precios corrientes

Conceptos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 ^P
1. Cuenta de producción								
P.1 Producción	342,23	357,82	398,81	370,95	347,66	322,58	358,19	328,22
P.11 Producción principal	324,22	334,67	374,66	349,48	328,04	310,11	343,98	315,10
P.11 Producción secundaria	16,92	22,03	23,20	20,31	18,32	11,14	12,36	11,32
P.11 Derechos de intérpretes audiovisuales	1,08	1,12	0,94	1,16	1,30	1,33	1,86	1,79

P.2 Consumo intermedio	93,63	105,35	88,53	75,50	106,74	114,25	167,71	153,63
B.1b Valor agregado bruto	248,60	252,47	310,27	295,45	240,92	208,33	190,49	174,59

2. Cuenta de generación del ingreso

D.1 Remuneración de los asalariados	28,84	31,71	37,41	29,80	29,18	27,48	30,48	27,92
D.11 Sueldos y salarios	24,89	27,22	31,62	24,81	24,37	22,05	24,46	22,40
D.121 Contribuciones sociales de los empleadores	3,96	4,49	5,79	4,98	4,81	5,43	6,02	5,52
D.29 Otros impuestos sobre la producción	3,93	4,33	8,19	4,64	3,81	3,77	4,18	3,83
B.2b Excedente bruto de explotación	215,83	216,43	264,68	261,01	207,93	177,08	155,83	142,84

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

P: Provisional. Actualizado el 27 de septiembre de 2018.

Producción de películas cinematográficas y videos

Miles de millones de pesos

Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015

Conceptos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 ^P
1. Cuenta de producción								
P.1 Producción	435,24	432,64	469,55	415,14	377,62	322,58	334,01	288,71
P.11 Producción principal	418,41	415,92	451,40	399,09	363,02	310,11	321,10	277,54
P.11 Producción secundaria	15,03	14,94	16,22	14,34	13,04	11,14	11,54	9,97
P.11 Derechos de intérpretes audiovisuales	1,79	1,78	1,94	1,71	1,56	1,33	1,38	1,19
P.2 Consumo intermedio	154,15	153,23	166,31	147,04	133,75	114,25	118,30	102,25
B.1b Valor agregado bruto	281,08	279,41	303,25	268,11	243,87	208,33	215,71	186,45

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

P: Provisional. Actualizado el 27 de septiembre de 2018.

Audiovisual

Posproducción de películas cinematográficas y videos

Miles de millones de pesos

Precios corrientes

Conceptos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 ^P
1. Cuenta de producción								
P.1 Producción	11,19	15,78	16,62	18,09	21,89	22,65	28,69	25,80
P.11 Producción principal	9,91	14,82	16,36	17,90	20,33	22,30	28,24	25,40
P.11 Producción secundaria	1,28	0,96	0,26	0,20	1,56	0,36	0,45	0,41
P.2 Consumo intermedio	5,12	7,81	9,01	10,16	11,74	12,64	16,01	14,40
B.1b Valor agregado bruto	6,06	7,97	7,61	7,94	10,15	10,01	12,68	11,40

2. Cuenta de generación del ingreso

D.1 Remuneración de los asalariados	1,56	2,79	4,70	4,46	4,24	5,04	6,39	8,09
D.11 Sueldos y salarios	1,31	2,36	3,86	3,61	3,57	4,09	5,18	6,56
D.121 Contribuciones sociales de los empleadores	0,25	0,43	0,84	0,85	0,67	0,96	1,21	1,53

D.29 Otros impuestos sobre la producción	0,13	0,21	0,38	0,31	0,34	0,69	0,88	1,11
B.2b Excedente bruto de explotación	4,38	4,96	2,53	3,17	5,57	4,28	5,42	2,20

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

P: Provisional. Actualizado el 27 de septiembre de 2018.

Posproducción de películas cinematográficas y videos

Miles de millones de pesos

Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015

Conceptos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 ^P
1. Cuenta de producción								
P.1 Producción	14,23	19,08	19,57	20,25	23,77	22,65	26,75	22,70
P.11 Producción principal	14,00	18,78	19,26	19,93	23,40	22,30	26,33	22,34
P.11 Producción secundaria	0,22	0,30	0,31	0,32	0,37	0,36	0,42	0,36
P.2 Consumo intermedio	7,94	10,65	10,92	11,30	13,27	12,64	14,93	12,67
B.1b Valor agregado bruto	6,29	8,43	8,65	8,95	10,51	10,01	11,82	10,03

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

P: Provisional. Actualizado el 27 de septiembre de 2018.

Audiovisual

Distribución de películas cinematográficas y videos

Miles de millones de pesos

Precios corrientes

Conceptos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 ^P
1. Cuenta de producción								
P.1 Producción	51,69	52,13	45,66	51,76	55,94	66,66	92,60	68,60
P.11 Producción principal	37,44	33,98	38,95	39,13	41,35	49,00	68,08	50,43
P.11 Producción secundaria	14,24	18,15	6,71	12,63	14,59	17,65	24,53	18,17
P.2 Consumo intermedio	15,51	18,34	11,93	11,06	14,14	36,89	51,25	37,96
B.1b Valor agregado bruto	36,18	33,79	33,73	40,70	41,80	29,77	41,35	30,64

2. Cuenta de generación del ingreso

D.1 Remuneración de los asalariados	6,19	8,37	6,42	4,67	4,80	5,63	7,82	5,79
D.11 Sueldos y salarios	5,29	7,10	5,54	4,00	4,01	4,73	6,57	4,87
D.121 Contribuciones sociales de los empleadores	0,90	1,27	0,88	0,67	0,78	0,90	1,25	0,93
D.29 Otros impuestos sobre la producción	0,78	0,65	0,71	0,72	0,80	0,92	1,28	0,95
B.2b Excedente bruto de explotación	29,20	24,77	26,60	35,30	36,20	23,22	32,26	23,90

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

P: Provisional. Actualizado el 27 de septiembre de 2018.

Distribución de películas cinematográficas y videos

Miles de millones de pesos

Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015

Conceptos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 ^P
1. Cuenta de producción								
P.1 Producción	65,73	63,03	53,76	57,92	60,76	66,66	86,35	60,34
P.11 Producción principal	48,32	46,34	39,52	42,58	44,67	49,00	63,48	44,36
P.11 Producción secundaria	17,41	16,69	14,24	15,34	16,09	17,65	22,87	15,98
P.2 Consumo intermedio	36,38	34,88	29,75	32,06	33,63	36,89	47,79	33,39
B.1b Valor agregado bruto	29,36	28,15	24,01	25,87	27,14	29,77	38,56	26,95

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

P: Provisional. Actualizado el 27 de septiembre de 2018.

Audiovisual

Exhibición de películas cinematográficas y videos

Miles de millones de pesos

Precios corrientes

Conceptos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 ^P
1. Cuenta de producción								
P.1 Producción	221,30	251,88	281,58	317,42	330,29	398,13	405,28	489,37
P.11 Producción principal	123,13	130,26	144,39	149,77	154,01	188,46	195,80	236,43
P.11 Producción secundaria	98,17	121,61	137,19	167,65	176,28	209,67	209,48	252,94
P.2 Consumo intermedio	74,72	82,66	100,01	118,79	123,14	196,86	190,55	230,08
B.1b Valor agregado bruto	146,58	169,22	181,58	198,63	207,15	201,28	214,74	259,29
2. Cuenta de generación del ingreso								
D.1 Remuneración de los asalariados	36,09	35,63	45,41	49,64	48,36	56,99	65,93	76,35
D.11 Sueldos y salarios	32,90	32,53	41,36	44,62	43,58	51,75	59,22	67,78
D.121 Contribuciones sociales de los empleadores	3,19	3,10	4,05	5,03	4,78	5,24	6,70	8,57
D.29 Otros impuestos sobre la producción	3,14	3,93	4,53	5,36	5,52	4,90	6,28	8,05
B.2b Excedente bruto de explotación	107,35	129,66	131,63	143,63	153,28	139,38	142,53	174,89

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

P: Provisional. Actualizado el 27 de septiembre de 2018.

Exhibición de películas cinematográficas y videos

Miles de millones de pesos

Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015

Conceptos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 ^P
1. Cuenta de producción								
P.1 Producción	281,45	304,55	331,53	355,23	358,76	398,13	377,92	430,46
P.11 Producción principal	133,23	144,16	156,94	168,15	169,83	188,46	178,90	203,77
P.11 Producción secundaria	148,22	160,38	174,60	187,08	188,94	209,67	199,03	226,69
P.2 Consumo intermedio	139,16	150,58	163,93	175,64	177,39	196,86	186,86	212,84
B.1b Valor agregado bruto	142,29	153,96	167,61	179,59	181,37	201,28	191,06	217,62

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

P: Provisional. Actualizado el 27 de septiembre de 2018.

Audiovisual

Servicios de radiodifusión sonora

Miles de millones de pesos

Precios corrientes

Conceptos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 ^P
1. Cuenta de producción								
P.1 Producción	354,55	378,46	405,41	456,91	463,06	455,44	406,16	400,54
P.11 Producción principal	352,13	376,17	401,24	453,81	459,98	451,74	400,17	394,63
P.11 Producción secundaria	2,42	2,29	4,17	3,09	3,08	3,70	5,99	5,91
P.2 Consumo intermedio	169,07	167,72	177,23	192,78	184,15	183,11	171,95	169,56
B.1b Valor agregado bruto	185,48	210,75	228,18	264,13	278,91	272,34	234,22	230,98

2. Cuenta de generación del ingreso

D.1 Remuneración de los asalariados	86,44	105,85	114,51	119,27	121,90	124,16	129,32	127,53
D.11 Sueldos y salarios	73,24	91,73	97,79	102,63	108,28	110,56	115,66	114,06
D.121 Contribuciones sociales de los empleadores	13,20	14,13	16,72	16,64	13,63	13,59	13,66	13,47
D.29 Otros impuestos sobre la producción	6,06	6,19	9,80	9,66	12,16	11,48	13,26	13,07
B.2b Excedente bruto de explotación	92,99	98,71	103,87	135,20	144,85	136,70	91,65	90,38

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

P: Provisional. Actualizado el 27 de septiembre de 2018.

Servicios de radiodifusión sonora

Miles de millones de pesos

Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015

Conceptos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 ^P
1. Cuenta de producción								
P.1 Producción	450,91	457,60	477,32	511,33	502,97	455,44	378,75	352,32
P.11 Producción principal	447,24	453,89	473,44	507,18	498,88	451,74	375,67	349,46
P.11 Producción secundaria	3,67	3,72	3,88	4,16	4,09	3,70	3,08	2,86
P.2 Consumo intermedio	181,28	183,98	191,90	205,58	202,22	183,11	152,27	141,65
B.1b Valor agregado bruto	269,62	273,63	285,42	305,76	300,76	272,34	226,47	210,68

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

P: Provisional. Actualizado el 27 de septiembre de 2018.

Audiovisual

Televisión abierta

Miles de millones de pesos

Precios corrientes

Conceptos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 ^P
1. Cuenta de producción								
P.1 Producción	1083,80	1189,65	1234,55	1356,06	1407,26	1372,66	1280,26	1192,89
P.11 Producción principal	1068,38	1163,14	1218,98	1336,77	1382,14	1347,58	1251,72	1166,30
P.11 Producción secundaria	15,42	26,51	15,58	19,30	25,13	25,08	28,53	26,59
P.2 Consumo intermedio	535,82	554,52	527,30	564,06	674,39	639,83	632,95	589,76
B.1b Valor agregado bruto	547,98	635,13	707,25	792,00	732,87	732,83	647,31	603,13

2. Cuenta de generación del ingreso

D.1 Remuneración de los asalariados	185,98	209,88	190,94	214,34	241,49	272,82	253,17	235,89
D.11 Sueldos y salarios	167,79	184,17	164,06	186,50	217,86	243,15	225,26	209,89
D.121 Contribuciones sociales de los empleadores	18,19	25,71	26,89	27,84	23,62	29,66	27,90	26,00
D.29 Otros impuestos sobre la producción	14,32	16,44	21,74	18,74	19,39	18,14	17,69	16,49
B.2b Excedente bruto de explotación	347,68	408,81	494,57	558,92	472,00	441,88	376,45	350,76

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

P: Provisional. Actualizado el 27 de septiembre de 2018.

Televisión abierta

Miles de millones de pesos

Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015

Conceptos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 ^P
1. Cuenta de producción								

P.1 Producción	1217,30	1321,87	1352,21	1439,70	1478,32	1372,66	1199,47	1033,14
P.11 Producción principal	1173,62	1274,44	1320,14	1407,80	1450,72	1347,58	1182,21	1018,26
P.11 Producción secundaria	21,84	23,72	24,57	26,20	27,00	25,08	22,00	18,95
P.2 Consumo intermedio	557,23	605,10	626,80	668,42	688,80	639,83	561,31	483,47
B.1b Valor agregado bruto	638,23	693,06	717,91	765,58	788,92	732,83	642,90	553,75

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

P: Provisional. Actualizado el 27 de septiembre de 2018.

Audiovisual

Televisión por suscripción

Miles de millones de pesos

Precios corrientes

Conceptos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 ^P
1. Cuenta de producción								
P.1 Producción	316,22	320,08	385,38	519,98	720,13	846,07	1142,23	1167,38
P.11 Producción principal	285,91	317,83	347,21	470,13	715,33	838,54	1134,28	1159,25
P.11 Producción secundaria	30,32	2,25	38,17	49,85	4,79	7,53	7,96	8,13
P.2 Consumo intermedio	202,48	216,35	240,36	332,94	522,24	633,97	772,09	789,09
B.1b Valor agregado bruto	113,75	103,73	145,03	187,04	197,89	212,10	370,14	378,29

2. Cuenta de generación del ingreso

D.1 Remuneración de los asalariados	41,31	33,12	53,68	65,20	82,23	85,88	121,43	124,11
D.11 Sueldos y salarios	37,89	29,42	46,17	55,89	73,90	77,76	109,05	111,45
D.121 Contribuciones sociales de los empleadores	3,43	3,71	7,51	9,31	8,34	8,12	12,38	12,66
D.29 Otros impuestos sobre la producción	5,22	5,51	6,82	8,63	12,39	13,98	19,66	20,10
B.2b Excedente bruto de explotación	67,21	65,10	84,53	113,21	103,27	112,24	229,05	234,09

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

P: Provisional. Actualizado el 27 de septiembre de 2018.

Televisión por suscripción

Miles de millones de pesos

Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015

Conceptos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 ^P
1. Cuenta de producción								
P.1 Producción	355,17	355,65	422,11	552,05	756,49	846,07	1070,16	1011,04

P.11 Producción principal	352,01	352,49	418,36	547,14	749,75	838,54	1060,64	1002,04
P.11 Producción secundaria	3,16	3,17	3,76	4,91	6,73	7,53	9,52	9,00
P.2 Consumo intermedio	266,14	266,50	316,30	413,66	566,85	633,97	801,89	757,59
B.1b Valor agregado bruto	89,04	89,16	105,82	138,39	189,64	212,10	268,27	253,45

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

P: Provisional. Actualizado el 27 de septiembre de 2018.

Música

Música en vivo

Miles de millones de pesos

Precios corrientes

Conceptos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 ^P
1. Cuenta de producción								
P.1 Producción	106,39	101,96	154,34	161,92	197,86	289,93	299,22	426,25
P.11 Producción principal	102,25	92,54	138,76	154,47	181,62	268,95	277,57	395,40
P.11 Producción secundaria	4,13	9,41	15,58	7,46	16,24	20,98	21,66	30,85
P.2 Consumo intermedio	70,20	63,23	95,92	88,88	113,93	129,72	133,87	190,70
B.1b Valor agregado bruto	36,18	38,73	58,42	73,05	83,93	160,22	165,35	235,54

2. Cuenta de generación del ingreso

D.1 Remuneración de los asalariados	18,83	10,47	8,82	8,38	13,87	10,62	10,96	11,31
D.11 Sueldos y salarios	16,07	8,65	7,62	6,24	10,91	8,50	8,77	9,05
D.121 Contribuciones sociales de los empleadores	2,76	1,82	1,20	2,14	2,96	2,12	2,19	2,26
D.29 Otros impuestos sobre la producción	1,55	1,38	1,04	1,36	2,97	2,65	2,74	2,83
B.2b Excedente bruto de explotación	15,80	26,89	48,56	63,31	67,09	146,94	151,65	221,40

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

P: Provisional. Actualizado el 27 de septiembre de 2018.

Música en vivo

Miles de millones de pesos

Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015

Conceptos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 ^P
1. Cuenta de producción								
P.1 Producción	135,30	123,28	181,72	181,21	214,91	289,93	279,02	374,94
P.11 Producción principal	125,51	114,36	168,56	168,10	199,35	268,95	258,83	347,80
P.11 Producción secundaria	9,79	8,92	13,15	13,12	15,55	20,98	20,20	27,14
P.2 Consumo intermedio	60,53	55,16	81,30	81,07	96,15	129,72	124,84	167,75

B.1b Valor agregado bruto **74,77** **68,12** **100,42** **100,14** **118,76** **160,22** **154,19** **207,19**

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

P: Provisional. Actualizado el 27 de septiembre de 2018.

Música

Grabación de sonido y edición de música

Miles de millones de pesos

Precios corrientes

Conceptos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 ^P
1. Cuenta de producción								
P.1 Producción	63,30	68,09	73,20	83,27	99,05	126,25	140,79	164,78
P.11 Producción principal	61,14	65,08	70,27	79,52	94,75	121,72	135,60	159,03
P.11 Producción secundaria	1,28	2,03	1,90	2,57	2,93	2,69	2,99	3,51
P.11 Derechos de intérpretes y ejecutantes	0,87	0,97	1,03	1,18	1,37	1,84	2,20	2,24
P.2 Consumo intermedio	33,06	32,87	39,49	45,13	58,45	76,80	85,55	100,33
B.1b Valor agregado bruto	30,24	35,22	33,71	38,14	40,60	49,45	55,24	64,44

2. Cuenta de generación del ingreso

D.1 Remuneración de los asalariados	12,06	12,67	12,75	13,94	14,16	17,64	19,65	23,05
D.11 Sueldos y salarios	10,76	10,93	10,97	12,12	12,46	15,53	17,30	20,29
D.121 Contribuciones sociales de los empleadores	1,29	1,75	1,78	1,82	1,71	2,12	2,36	2,76
D.29 Otros impuestos sobre la producción	0,89	1,09	0,92	1,01	1,08	1,10	1,23	1,44
B.2b Excedente bruto de explotación	17,29	21,45	20,03	23,19	25,36	30,71	34,36	39,96

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

P: Provisional. Actualizado el 27 de septiembre de 2018.

Grabación de sonido y edición de música

Miles de millones de pesos

Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015

Conceptos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 ^P
1. Cuenta de producción								
P.1 Producción	80,50	82,33	86,18	93,19	107,59	126,25	131,29	144,94
P.11 Producción principal	77,61	79,37	83,09	89,85	103,73	121,72	126,58	139,74
P.11 Producción secundaria	1,71	1,75	1,84	1,98	2,29	2,69	2,80	3,09
P.11 Derechos de intérpretes y ejecutantes	1,17	1,20	1,26	1,36	1,57	1,84	1,91	2,11
P.2 Consumo intermedio	48,97	50,08	52,43	56,69	65,45	76,80	79,86	88,17
B.1b Valor agregado bruto	31,53	32,25	33,76	36,50	42,14	49,45	51,42	56,77

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

P: Provisional. Actualizado el 27 de septiembre de 2018.

Libros y publicaciones

Edición de libros

Miles de millones de pesos

Precios corrientes

Conceptos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 ^P
1. Cuenta de producción								
P.1 Producción	528,10	599,56	558,36	563,76	620,55	649,04	677,28	664,90
P.11 Producción principal	503,59	573,18	527,31	545,61	596,38	617,03	631,62	620,08
P.11 Producción secundaria	24,52	26,38	31,06	18,15	24,18	32,01	45,66	44,83
P.2 Consumo intermedio	255,90	231,48	250,34	247,64	297,50	303,33	354,08	347,62
B.1b Valor agregado bruto	272,20	368,08	308,02	316,12	323,06	345,71	323,19	317,29

2. Cuenta de generación del ingreso

D.1 Remuneración de los asalariados	98,51	103,21	93,48	101,72	116,95	106,24	115,13	125,38
D.11 Sueldos y salarios	84,51	89,95	81,51	88,38	100,95	91,49	99,80	110,62
D.121 Contribuciones sociales de los empleadores	14,00	13,27	11,96	13,34	16,00	14,75	15,33	14,76
D.29 Otros impuestos sobre la producción	7,55	8,50	12,27	7,44	7,93	10,01	13,31	13,62
B.2b Excedente bruto de explotación	166,15	256,37	202,28	206,96	198,17	229,46	194,75	178,29

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

P: Provisional. Actualizado el 27 de septiembre de 2018.

Edición de libros

Miles de millones de pesos

Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015

Conceptos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 ^P
1. Cuenta de producción								
P.1 Producción	549,58	620,98	565,62	575,36	629,82	649,04	653,54	626,83
P.11 Producción principal	522,47	590,36	537,72	546,99	598,76	617,03	621,31	595,92
P.11 Producción secundaria	27,11	30,63	27,90	28,38	31,06	32,01	32,23	30,92
P.2 Consumo intermedio	256,85	290,22	264,35	268,90	294,35	303,33	305,44	292,95
B.1b Valor agregado bruto	292,73	330,76	301,27	306,46	335,47	345,71	348,11	333,88

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

P: Provisional. Actualizado el 27 de septiembre de 2018.

Libros y publicaciones

Edición de diarios, revistas y publicaciones periódicas

Miles de millones de pesos

Precios corrientes

Conceptos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 ^P
1. Cuenta de producción								
P.1 Producción	897,12	939,85	936,36	872,33	891,05	846,13	879,21	929,25
P.11 Producción principal	399,51	383,69	380,75	286,46	205,36	209,89	440,76	465,85
P.11 Pauta publicitaria	356,14	388,41	388,74	445,92	596,63	518,99	325,31	343,83
P.11 Producción secundaria	141,48	167,75	166,87	139,95	89,06	117,25	113,14	119,58
P.2 Consumo intermedio	200,58	240,84	255,44	261,51	396,33	330,50	373,32	394,57
B.1b Valor agregado bruto	696,54	699,01	680,92	610,82	494,72	515,63	505,88	534,68
2. Cuenta de generación del ingreso								
D.1 Remuneración de los asalariados	198,00	199,06	205,53	204,83	204,54	196,41	212,82	224,93
D.11 Sueldos y salarios	172,93	174,54	178,99	176,47	174,49	170,31	182,42	192,81
D.121 Contribuciones sociales de los empleadores	25,07	24,52	26,54	28,36	30,04	26,11	30,40	32,13
D.29 Otros impuestos sobre la producción	19,64	22,37	16,47	20,67	21,98	21,11	22,27	23,54
B.2b Excedente bruto de explotación	478,89	477,58	458,92	385,32	268,20	298,11	270,79	286,21

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

P: Provisional. Actualizado el 27 de septiembre de 2018.

Edición de diarios, revistas y publicaciones periódicas

Miles de millones de pesos

Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015

Conceptos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 ^P
1. Cuenta de producción								
P.1 Producción	970,68	1001,47	998,47	907,48	907,54	846,13	844,15	842,84
P.11 Producción principal	240,79	248,42	247,68	225,11	225,12	209,89	209,40	209,08
P.11 Pauta publicitaria	595,39	614,27	612,43	556,62	556,65	518,99	517,77	516,97
P.11 Producción secundaria	134,51	138,78	138,36	125,75	125,76	117,25	116,98	116,80
P.2 Consumo intermedio	379,15	391,18	390,00	354,46	354,49	330,50	329,72	329,22
B.1b Valor agregado bruto	591,53	610,30	608,47	553,02	553,05	515,63	514,42	513,63

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

P: Provisional. Actualizado el 27 de septiembre de 2018.

Otros trabajos de edición

Miles de millones de pesos

Precios corrientes

Conceptos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 ^P
-----------	------	------	------	------	------	------	------	-------------------

1. Cuenta de producción

P.1 Producción	110,77	121,56	153,26	148,31	155,40	159,12	154,84	153,36
P.11 Producción principal	98,80	109,54	145,38	140,71	147,77	149,07	134,39	133,10
P.11 Producción secundaria	11,97	12,02	7,88	7,59	7,63	10,05	20,45	20,26
P.2 Consumo intermedio	65,45	66,12	89,13	82,67	94,75	97,92	81,64	80,85
B.1b Valor agregado bruto	45,33	55,44	64,13	65,64	60,66	61,20	73,21	72,51

2. Cuenta de generación del ingreso

D.1 Remuneración de los asalariados	16,81	17,51	22,19	22,74	21,51	24,20	22,93	22,71
D.11 Sueldos y salarios	14,45	14,97	19,05	19,46	18,27	20,89	19,95	19,76
D.121 Contribuciones sociales de los empleadores	2,36	2,54	3,14	3,28	3,24	3,30	2,98	2,96
D.29 Otros impuestos sobre la producción	2,80	2,72	3,57	2,88	2,91	2,75	2,33	2,31
B.2b Excedente bruto de explotación	25,72	35,22	38,38	40,02	36,24	34,25	47,95	47,49

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

P: Provisional. Actualizado el 27 de septiembre de 2018.

Otros trabajos de edición

Miles de millones de pesos

Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015

Conceptos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 ^P
1. Cuenta de producción								
P.1 Producción	123,00	130,64	162,94	153,99	156,39	159,12	149,59	140,15
P.11 Producción principal	115,23	122,39	152,65	144,27	146,52	149,07	140,15	131,30
P.11 Producción secundaria	7,77	8,25	10,29	9,73	9,88	10,05	9,45	8,85
P.2 Consumo intermedio	75,69	80,39	100,27	94,76	96,24	97,92	92,05	86,24
B.1b Valor agregado bruto	47,31	50,25	62,67	59,23	60,16	61,20	57,54	53,91

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

P: Provisional. Actualizado el 27 de septiembre de 2018.

Creación publicitaria**Creación publicitaria**

Miles de millones de pesos

Precios corrientes

Conceptos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 ^P
1. Cuenta de producción								
P.1 Producción	979,77	1165,31	1321,94	1550,79	1596,32	1607,97	1610,59	1630,74
P.11 Producción principal	967,03	1150,16	1308,12	1529,91	1576,66	1588,22	1584,75	1604,57
P.11 Producción secundaria	12,74	15,15	13,81	20,88	19,66	19,75	25,85	26,17

P.2 Consumo intermedio	569,30	677,11	751,65	906,62	946,89	940,84	920,93	932,44
B.1b Valor agregado bruto	410,47	488,20	570,29	644,17	649,44	667,13	689,67	698,29

2. Cuenta de generación del ingreso

D.1 Remuneración de los asalariados	260,17	309,44	364,36	413,15	414,78	413,35	435,74	441,19
D.11 Sueldos y salarios	229,57	273,04	315,95	358,55	370,67	366,13	389,97	394,85
D.121 Contribuciones sociales de los empleadores	30,60	36,40	48,41	54,60	44,11	47,22	45,76	46,33
D.29 Otros impuestos sobre la producción	26,62	31,66	38,85	38,15	40,89	46,90	44,06	44,61
B.2b Excedente bruto de explotación	123,69	147,11	167,08	192,87	193,77	206,89	209,88	212,50

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

P: Provisional. Actualizado el 27 de septiembre de 2018.

Creación publicitaria

Miles de millones de pesos

Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015

Conceptos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 ^P
1. Cuenta de producción								
P.1 Producción	1152,09	1325,01	1456,94	1675,37	1675,98	1607,97	1498,04	1471,08
P.11 Producción principal	1137,95	1308,74	1439,05	1654,79	1655,40	1588,22	1479,64	1453,02
P.11 Producción secundaria	14,15	16,27	17,89	20,57	20,58	19,75	18,40	18,06
P.2 Consumo intermedio	674,10	775,28	852,47	980,27	980,63	940,84	876,52	860,75
B.1b Valor agregado bruto	477,99	549,74	604,47	695,09	695,35	667,13	621,52	610,34

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

P: Provisional. Actualizado el 27 de septiembre de 2018.

Educación cultural

Educación cultural en preescolar, primaria, secundaria y media de mercado

Miles de millones de pesos

Precios corrientes

Conceptos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 ^P
1. Cuenta de producción								
P.1 Producción	74,62	79,17	81,88	83,99	83,81	89,20	96,90	105,64
P.11 Educación cultural básica de mercado	74,62	79,17	81,88	83,99	83,81	89,20	96,90	105,64
P.11 Educación cultural en nivel preescolar de mercado	4,10	4,38	4,75	4,84	4,97	5,08	5,21	5,53
P.11 Educación cultural en nivel primario de mercado	20,45	21,24	22,04	22,99	22,71	25,17	28,39	31,26

P.11 Educación cultural en nivel secundario y medio de mercado	50,07	53,55	55,10	56,16	56,12	58,96	63,30	68,85
P.2 Consumo intermedio	18,98	19,83	19,58	19,63	19,07	20,85	22,43	24,46
B.1 Valor agregado bruto	55,65	59,35	62,30	64,36	64,73	68,36	74,47	81,19

2. Cuenta de generación del ingreso

D.1 Remuneración de los asalariados	30,69	30,70	33,28	33,40	32,74	34,65	36,37	39,65
D.11 Sueldos y salarios	24,45	24,39	26,42	26,22	25,79	27,30	28,62	31,20
D.121 Contribuciones sociales de los empleadores	6,24	6,31	6,86	7,18	6,95	7,35	7,75	8,45
D.29 Otros impuestos sobre la producción	3,14	3,40	3,35	3,05	3,11	3,33	3,57	3,89
B.2b Excedente bruto de explotación	17,82	20,25	20,89	20,65	21,23	23,56	25,64	27,96
B.2b Ingreso mixto	4,00	5,00	4,79	7,26	7,65	6,82	6,88	9,68

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

P: Provisional. Actualizado el 27 de septiembre de 2018.

Educación cultural en preescolar, primaria, secundaria y media de mercado

Miles de millones de pesos

Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015

Conceptos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 ^P
1. Cuenta de producción								
P.1 Producción	96,09	96,75	95,06	92,72	88,22	89,20	90,20	92,04
P.11 Educación cultural básica de mercado	96,09	96,75	95,06	92,72	88,22	89,20	90,20	92,04
P.11 Educación cultural en nivel preescolar de mercado	5,47	5,51	5,41	5,28	5,02	5,08	5,13	5,24
P.11 Educación cultural en nivel primario de mercado	27,11	27,30	26,82	26,16	24,89	25,17	25,45	25,97
P.11 Educación cultural en nivel secundario y medio de mercado	63,51	63,95	62,83	61,28	58,31	58,96	59,62	60,83
P.2 Consumo intermedio	22,46	22,61	22,22	21,67	20,62	20,85	21,08	21,51
B.1 Valor agregado bruto	73,63	74,14	72,84	71,05	67,60	68,36	69,12	70,53

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

P: Provisional. Actualizado el 27 de septiembre de 2018.

Educación cultural

Educación cultural en preescolar, primaria, secundaria y media de no mercado

Miles de millones de pesos

Precios corrientes

Conceptos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 ^P
1. Cuenta de producción								
P.1 Producción	71,00	73,50	83,44	92,62	110,15	128,09	133,16	144,17
P.11 Educación cultural básica de NO mercado	71,00	73,50	83,44	92,62	110,15	128,09	133,16	144,17
P.11 Educación cultural en nivel preescolar de NO mercado	6,82	7,05	7,57	8,84	11,44	13,63	15,21	16,25

P.11 Educación cultural en nivel primario de NO mercado	33,70	35,07	40,64	45,06	57,96	67,91	70,65	77,58
P.11 Educación cultural en nivel secundario y medio de NO mercado	30,48	31,39	35,23	38,72	40,74	46,55	47,31	50,34
P.2 Consumo intermedio	13,92	13,55	16,05	19,22	23,20	29,34	31,05	33,62
B.1 Valor agregado bruto	57,09	59,95	67,39	73,39	86,94	98,76	102,11	110,55

2. Cuenta de generación del ingreso

D.1 Remuneración de los asalariados	53,47	56,21	63,57	69,46	82,37	93,28	96,49	104,46
D.11 Sueldos y salarios	44,45	47,09	53,31	58,89	70,06	79,66	82,27	89,07
D.121 Contribuciones sociales de los empleadores	9,03	9,13	10,26	10,57	12,32	13,62	14,22	15,39
D.29 Otros impuestos sobre la producción	1,70	1,71	1,92	1,93	2,17	2,51	2,59	2,80
B.2b Excedente bruto de explotación	1,92	2,03	1,91	2,01	2,40	2,97	3,03	3,28

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

P: Provisional. Actualizado el 27 de septiembre de 2018.

Educación cultural en preescolar, primaria, secundaria y media de no mercado

Miles de millones de pesos

Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015

Conceptos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 ^P
1. Cuenta de producción								
P.1 Producción	91,42	89,82	96,86	102,24	115,94	128,10	141,52	138,20
P.11 Educación cultural básica de NO mercado	91,42	89,82	96,86	102,24	115,94	128,10	141,52	138,20
P.11 Educación cultural en nivel preescolar de NO mercado	9,73	9,56	10,31	10,88	12,34	13,63	15,06	14,71
P.11 Educación cultural en nivel primario de NO mercado	48,47	47,62	51,36	54,21	61,47	67,91	75,03	73,27
P.11 Educación cultural en nivel secundario y medio de NO mercado	33,22	32,64	35,20	37,15	42,13	46,55	51,43	50,22
P.2 Consumo intermedio	20,94	20,57	22,18	23,42	26,55	29,34	32,41	31,65
B.1 Valor agregado bruto	70,49	69,25	74,68	78,83	89,39	98,76	109,11	106,55

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

P: Provisional. Actualizado el 27 de septiembre de 2018.

Educación cultural

Educación cultural en nivel superior de mercado

Miles de millones de pesos

Precios corrientes

Conceptos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 ^P
1. Cuenta de producción								

P.1 Producción	74,73	89,38	86,96	98,73	98,04	106,91	102,73	104,16
P.11 Educación cultural Superior MERCADO	74,73	89,38	86,96	98,73	98,04	106,91	102,73	104,16
P.2 Consumo intermedio	19,00	22,38	20,79	23,08	22,31	24,99	23,78	24,11
B.1 Valor agregado bruto	55,73	67,00	66,17	75,65	75,73	81,92	78,95	80,05

2. Cuenta de generación del ingreso

D.1 Remuneración de los asalariados	30,73	34,66	35,34	39,26	38,30	41,52	38,56	39,10
D.11 Sueldos y salarios	24,48	27,54	28,06	30,82	30,17	32,72	30,34	30,76
D.121 Contribuciones sociales de los empleadores	6,25	7,12	7,28	8,44	8,13	8,80	8,22	8,33
D.29 Otros impuestos sobre la producción	3,14	3,83	3,56	3,58	3,64	3,99	3,79	3,84
B.2b Excedente bruto de explotación	17,85	22,87	22,18	24,27	24,84	28,23	27,19	27,56
B.2b Ingreso mixto	4,01	5,65	5,09	8,54	8,96	8,18	9,42	9,55

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

P: Provisional. Actualizado el 27 de septiembre de 2018.

Educación cultural en nivel superior de mercado

Miles de millones de pesos

Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015

Conceptos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 ^P
1. Cuenta de producción								
P.1 Producción	95,41	108,47	100,17	108,26	102,95	106,91	96,43	91,05
P.11 Educación cultural Superior MERCADO	95,41	108,47	100,17	108,26	102,95	106,91	96,43	91,05
P.2 Consumo intermedio	22,30	25,35	23,41	25,30	24,06	24,99	22,54	21,28
B.1 Valor agregado bruto	73,11	83,12	76,76	82,96	78,89	81,92	73,89	69,77

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

P: Provisional. Actualizado el 27 de septiembre de 2018.

Educación cultural

Educación cultural en nivel superior de no mercado

Miles de millones de pesos

Precios corrientes

Conceptos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 ^P
1. Cuenta de producción								
P.1 Producción	13,35	14,19	18,38	26,43	26,94	44,98	49,66	60,95
P.11 Educación cultural de no mercado en nivel superior	13,35	14,19	18,38	26,43	26,94	44,98	49,66	60,95
P.2 Consumo intermedio	2,62	2,62	3,54	5,49	5,68	10,30	11,58	14,21
B.1 Valor agregado bruto	10,74	11,57	14,85	20,94	21,27	34,68	38,08	46,73

2. Cuenta de generación del ingreso

D.1 Remuneración de los asalariados	10,06	10,85	14,00	19,82	20,15	32,75	35,99	44,16
D.11 Sueldos y salarios	8,36	9,09	11,74	16,80	17,14	27,97	30,68	37,65
D.121 Contribuciones sociales de los empleadores	1,70	1,76	2,26	3,02	3,01	4,78	5,30	6,51
D.29 Otros impuestos sobre la producción	0,32	0,33	0,42	0,55	0,53	0,88	0,97	1,19
B.2b Excedente bruto de explotación	0,36	0,39	0,42	0,57	0,59	1,04	1,13	1,39

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

P: Provisional. Actualizado el 27 de septiembre de 2018.

Educación cultural en nivel superior de no mercado

Miles de millones de pesos

Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015

Conceptos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 ^P
1. Cuenta de producción								
P.1 Producción	17,05	17,22	21,17	28,98	28,29	44,98	46,62	53,27
P.11 Educación cultural de no mercado en nivel superior	17,05	17,22	21,17	28,98	28,29	44,98	46,62	53,27
P.2 Consumo intermedio	3,91	3,94	4,85	6,64	6,48	10,30	10,68	12,20
B.1 Valor agregado bruto	13,14	13,27	16,32	22,34	21,81	34,68	35,94	41,07

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

P: Provisional. Actualizado el 27 de septiembre de 2018.

Educación cultural

Educación cultural para el trabajo y el desarrollo humano de mercado

Miles de millones de pesos

Precios corrientes

Conceptos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 ^P
1. Cuenta de producción								
P.1 Producción	8,25	7,21	6,30	7,90	7,78	8,08	6,99	6,26
P.11 Educación cultural para el trabajo y el desarrollo humano de MERCADO	8,25	7,21	6,30	7,90	7,78	8,08	6,99	6,26
P.2 Consumo intermedio	2,10	1,81	1,51	1,85	1,77	1,89	1,62	1,45
B.1 Valor agregado bruto	6,15	5,41	4,80	6,05	6,01	6,19	5,37	4,81

2. Cuenta de generación del ingreso

D.1 Remuneración de los asalariados	3,39	2,80	2,56	3,14	3,04	3,14	2,62	2,35
D.11 Sueldos y salarios	2,70	2,22	2,03	2,47	2,39	2,47	2,06	1,85
D.121 Contribuciones sociales de los empleadores	0,69	0,57	0,53	0,68	0,65	0,67	0,56	0,50

D.29 Otros impuestos sobre la producción	0,35	0,31	0,26	0,29	0,29	0,30	0,26	0,23
B.2b Excedente bruto de explotación	1,97	1,85	1,61	1,94	1,97	2,13	1,85	1,66
B.2b Ingreso mixto	0,44	0,46	0,37	0,68	0,71	0,62	0,64	0,57

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

P: Provisional. Actualizado el 27 de septiembre de 2018.

Educación cultural para el trabajo y el desarrollo humano de mercado

Miles de millones de pesos

Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015

Conceptos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 ^P
1. Cuenta de producción								
P.1 Producción	10,54	8,76	7,26	8,66	8,17	8,08	7,98	6,48
P.11 Educación cultural para el trabajo y el desarrollo humano de MERCADO	10,54	8,76	7,26	8,66	8,17	8,08	7,98	6,48
P.2 Consumo intermedio	2,46	2,05	1,70	2,02	1,91	1,89	1,87	1,52
B.1 Valor agregado bruto	8,07	6,71	5,56	6,64	6,26	6,19	6,12	4,97

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

P: Provisional. Actualizado el 27 de septiembre de 2018.

Educación cultural

Educación cultural para el trabajo y el desarrollo humano de no mercado

Miles de millones de pesos

Precios corrientes

Conceptos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 ^P
1. Cuenta de producción								
P.1 Producción	29,08	23,58	24,99	28,46	23,69	29,09	27,20	24,36
P.11 Educación cultural para el trabajo y el desarrollo humano de NO mercado	29,08	23,58	24,99	28,46	23,69	29,09	27,20	24,36
P.2 Consumo intermedio	6,19	5,00	5,46	6,20	5,47	6,76	6,32	5,66
B.1 Valor agregado bruto	22,89	18,58	19,53	22,27	18,21	22,33	20,88	18,70

2. Cuenta de generación del ingreso

D.1 Remuneración de los asalariados	17,52	14,46	15,09	17,06	13,91	16,83	15,74	14,09
D.11 Sueldos y salarios	14,47	11,95	12,54	14,22	11,63	14,05	13,14	11,77
D.121 Contribuciones sociales de los empleadores	3,05	2,51	2,55	2,84	2,28	2,78	2,60	2,33
D.29 Otros impuestos sobre la producción	0,92	0,72	0,68	0,77	0,64	0,78	0,73	0,65
B.2b Excedente bruto de explotación	4,44	3,41	3,75	4,44	3,66	4,72	4,41	3,95

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

P: Provisional. Actualizado el 27 de septiembre de 2018.

/

Educación cultural para el trabajo y el desarrollo humano de no mercado

Miles de millones de pesos

Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015

Conceptos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 ^P
1. Cuenta de producción								
P.1 Producción	37,12	28,62	28,78	31,21	24,87	29,09	34,03	29,87
P.11 Educación cultural para el trabajo y el desarrollo humano de NO mercado	37,12	28,62	28,78	31,21	24,87	29,09	34,03	29,87
P.2 Consumo intermedio	8,63	6,65	6,69	7,26	5,78	6,76	7,91	6,94
B.1 Valor agregado bruto	28,49	21,96	22,09	23,95	19,09	22,33	26,12	22,92

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

P: Provisional. Actualizado el 27 de septiembre de 2018.

Patrimonio cultural

Patrimonio cultural material e inmaterial

Miles de millones de pesos

Precios corrientes

PATRIMONIO CULTURAL	2016	2017 ^p
Patrimonio material	25,46	30,60
Patrimonio inmaterial	1,43	1,55
Patrimonio mixto	0,46	1,83
TOTAL	27,35	33,97

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

P: Provisional. Actualizado el 27 de septiembre de 2018.

Oferta de puestos de trabajo equivalente a tiempo completo_ TETC, por segmentos del campo cultural, categoría ocupacional y Sexo

Trabajo principal

Serie 2015- 2017P

Segmentos del Campo Cultural	2015						TOTAL OFERTA
	OFERTA						
	Asalariados		Total	Independientes		Total	
	Hombres	Mujeres	Asalariados	Hombres	Mujeres	Independientes	
Libros y publicaciones	3.074	2.309	5.383	708	475	1.183	6.566
Juegos y juguetes; Creación	855	344	1.199	2.496	1.200	3.696	4.895
Audiovisuales	6.661	4.251	10.912	3.655	1.514	5.169	16.081

Diseño; creación publicitaria	12.808	11.882	24.690	13.617	5.892	19.509	44.199
Artes visuales, música, artes escénicas	1.309	1.825	3.134	5.885	2.065	7.950	11.084
Patrimonio Material	1.853	393	2.246	548	0	548	2.794
Educación Cultural	8.581	8.720	17.301	2.323	2.359	4.682	21.983
	35.141	29.724	64.865	29.232	13.505	42.737	107.602

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

Oferta de puestos de trabajo equivalente a tiempo completo_ TETC, por segmentos del campo cultural, categoría ocupacional y Sexo

Trabajo principal

Serie 2015- 2017P

Segmentos del Campo Cultural	2016						
	OFERTA						TOTAL OFERTA
	Asalariados		Total	Independientes		Total	
	Hombres	Mujeres	Asalariados	Hombres	Mujeres	Independientes	
Libros y publicaciones	4.027	2.431	6.458	134	258	392	6.850
Juegos y juguetes; Creación	887	813	1.700	1.699	1.063	2.762	4.462
Audiovisuales	5.349	4.937	10.286	2.376	811	3.187	13.473
Diseño; creación publicitaria	14.186	7.285	21.471	13.365	5.961	19.326	40.797
Artes visuales, música, artes escénicas	1.271	949	2.220	5.941	2.474	8.415	10.635
Patrimonio Material	1.776	2.030	3.806	489	252	741	4.547
Educación Cultural	7.403	11.235	18.638	2.311	4.155	6.466	25.104
	34.899	29.680	64.579	26.315	14.974	41.289	105.868

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

Oferta de puestos de trabajo equivalente a tiempo completo_ TETC, por segmentos del campo cultural, categoría ocupacional y Sexo

Trabajo principal

Serie 2015- 2017P

Segmentos del Campo Cultural	2017 ^P						
	OFERTA						TOTAL OFERTA
	Asalariados		Total	Independientes		Total	
	Hombres	Mujeres	Asalariados	Hombres	Mujeres	Independientes	
Libros y publicaciones	2.618	4.232	6.850	211	39	250	7.100
Juegos y juguetes; Creación	890	1.004	1.894	1.160	704	1.864	3.758

Audiovisuales	6.741	3.475	10.216	833	187	1.020	11.236
Diseño	15.619	9.751	25.370	12.936	4.193	17.129	42.499
Artes visuales, música, artes escénicas	1.301	370	1.671	6.086	1.365	7.451	9.122
Patrimonio Material	1.525	1.924	3.449	537	277	814	4.263
Educación Cultural	6.684	10.052	16.736	2.861	2.737	5.598	22.334
	35.378	30.808	66.186	24.624	9.502	34.126	100.312

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

Demanda de puestos de trabajo equivalente a tiempo completo_ TETC, por segmentos del campo cultural, categoría ocupacional y Sexo

Trabajo principal

Serie 2015- 2017P

CENC 2015 - 2017							
Segmentos del Campo Cultural	2015						TOTAL DEMANDA
	DEMANDA						
	Asalariados		Total	Independientes		Total	
	Hombres	Mujeres	Asalariados	Hombres	Mujeres	Independientes	
Libros y publicaciones	585	439	1.024	427	287	714	1.738
Juegos y juguetes; Creación	598	240	838	1.991	957	2.948	3.786
Audiovisuales	6.319	4.032	10.351	1.154	478	1.632	11.983
Diseño	10.052	9.326	19.378	11.992	5.189	17.181	36.559
Artes visuales, música, artes escénicas	681	949	1.630	5.126	1.798	6.924	8.554
Patrimonio Material	434	92	526	192	0	192	718
Educación Cultural	1.845	1.874	3.719	1.776	1.804	3.580	7.299
	20.514	16.952	37.466	22.658	10.513	33.171	70.637

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

Demanda de puestos de trabajo equivalente a tiempo completo_ TETC, por segmentos del campo cultural, categoría ocupacional y Sexo

Trabajo principal

Serie 2015- 2017P

CENS 2010 - 2017							
Segmentos del Campo Cultural	2016						TOTAL DEMANDA
	DEMANDA						
	Asalariados		Total	Independientes		Total	
	Hombres	Mujeres	Asalariados	Hombres	Mujeres	Independientes	
Libros y publicaciones	1.911	1.153	3.064	131	254	385	3.449
Juegos y juguetes; Creación	620	569	1.189	1.415	886	2.301	3.490
Audiovisuales	5.249	4.844	10.093	1.762	602	2.364	12.457
Diseño	8.361	4.293	12.654	10.656	4.753	15.409	28.063

Artes visuales, música, artes escénicas	764	570	1.334	5.403	2.250	7.653	8.987
Patrimonio Material	115	131	246	285	147	432	678
Educación Cultural	1.923	2.918	4.841	641	1.153	1.794	6.635
	18.943	14.478	33.421	20.293	10.045	30.338	63.759

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

Balance Oferta - Demanda: puestos de trabajo equivalente a tiempo completo

Segmentos	2015			2016			2017
	Oferta	Demanda	TNO	Oferta	Demanda	TNO	Oferta
Libros y publicaciones	6.566	1.738	4.828	6.850	3.449	3.401	7.100
Juegos y juguetes; Creación	4.895	3.786	1.109	4.462	3.490	972	3.758
Audiovisuales	16.081	11.983	4.098	13.473	12.457	1.016	11.236
Diseño; Creación publicitaria	44.199	36.559	7.640	40.797	28.063	12.734	42.499
Artes visuales, música, artes escénicas	11.084	8.554	2.530	10.635	8.987	1.648	9.122
Patrimonio Material	2.794	718	2.076	4.547	678	3.869	4.263
Educación Cultural	21.983	7.299	14.684	25.104	6.635	18.469	22.334
Total	107.602	70.637	36.965	105.868	63.759	42.109	100.312

Fuente: DANE - Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

P: Provisional. TETC: Trabajo equivalente a tiempo completo. TNO: trabajo no observado

Para el 2017 no se mide la demanda, dado que no se dispone de algunas fuentes de información

Actualizado el 27 de septiembre de 2018

8. ESTRATEGIA Y PROCESO DE PARTICIPACIÓN

El Plan de Desarrollo Distrital Bogotá Mejor para todos 2016-2020, cuyo propósito es el de propiciar el desarrollo pleno del potencial de los y las habitantes de la ciudad en escenarios que permitan incrementar el bienestar de los mismos en la ciudad, sitúa el ámbito del emprendimiento y las industrias culturales y creativas, en el marco del programa denominado “Mejores oportunidades para el desarrollo a través de la cultura, la recreación y el deporte”.

El mencionado programa incluye como meta acciones y estrategias asociadas a la formulación y construcción de la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa, con el objetivo de reconocer y potenciar los distintos sectores contemplados en la creación y producción de bienes y servicios culturales, resultado de la diversidad que caracteriza a los territorios de la ciudad.

La Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte tiene dentro de sus funciones, gestionar la ejecución de las políticas, planes y proyectos culturales y artísticos, con el fin de garantizar el efectivo ejercicio de los derechos culturales y fortalecer los campos cultural, artístico, patrimonial y deportivo y así mismo impulsar estrategias para el desarrollo de expresiones artísticas que interpretan la diversidad cultural de los habitantes del Distrito Capital.

El proceso de diagnóstico para identificar las necesidades y falencias, dentro del ecosistema del emprendimiento y las industrias culturales y creativas, requiere del levantamiento de información oportuna para diseñar una intervención orientada a generar las condiciones que permitan equilibrar las desigualdades e incentivar el desarrollo económico y social a partir de las iniciativas públicas y privadas. Por esta razón, durante el primer semestre de 2017, se estableció la estrategia de los diferentes tipos de encuentros entre los creadores y creadoras y las creadoras de bienes y los servicios culturales /creativos:

1. Entrevistas
2. Talleres Territoriales
3. Encuentros Sectoriales y Poblacionales

1. **Entrevistas:**

Para las entrevistas que se identifican los siguientes siete perfiles:

- Legitimadores: personas que gozan de visibilidad en el sector y que por su experiencia o conocimiento académico aportan elementos para fortalecer las relaciones entre economía y cultura. Por otra parte, contribuyen a la creación de un ambiente favorable que moviliza a los actores del ecosistema a la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa.
- Patrocinadores: personas que hacen parte de organizaciones empresariales que se vinculan, con recursos económicos, a proyectos de carácter cultural. Esta vinculación está motivada por el retorno económico que representa la inversión para la entidad, diferente de la del mecenazgo.
- Filántropos: personas o entidades que hacen aportes económicos, donaciones permanentes o eventuales, a entidades culturales o a creadores y creadoras individuales sin el ánimo, intención o deseo de recibir en contraprestación ningún reconocimiento de imagen, retorno económico o beneficio fiscal.

- Entidades Educativas: entidades que ofrecen servicios de capacitación, entrenamiento o investigación en temas relacionados con la Gestión Cultural.
- Políticos: personas que ocupan posiciones o cargos de elección popular que manifiestan interés por el área o que hayan adelantado iniciativas que promuevan acuerdos municipales, ordenanzas, proyectos de ley o leyes de la República, territorios del distrito o comunidades.
- Institucionales: personas que ocupen posiciones en entidades de carácter público o privado que se relacionen con el área de Economía Cultural o Creativa.
- Sectores Conexos: personas que ocupen posiciones en entidades de carácter privado que ofrezcan servicios que soportan los procesos de las entidades del sector y de los creadores y creadoras.

Una vez identificado el perfil de los entrevistados y las entrevistadas, se agendará una cita para hacer la entrevista personalmente. Durante la entrevista, se registrarán los videos y audios de las respuestas insumos para el diagnóstico del sector.

2. Talleres Territoriales:

Se llevaron a cabo 20 talleres territoriales, uno por localidad, mediante la metodología “Café del Mundo”, que consistía en invitar a los participantes a resolver grupalmente determinadas preguntas de manera que, al terminar la jornada, todos los grupos hubieran aportado con sus respuestas.

Desarrollo:

Al principio de cada taller, acompañados por el enlace territorial de la localidad, se hizo una presentación del equipo y se socializó la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa como meta del Plan de Desarrollo “Bogotá Mejor para Todos”. Posteriormente, los participantes se distribuyeron en 4 mesas. Cada mesa contenía una pregunta orientadora sobre Economía Cultural y Creativa.

Antes de empezar con la metodología de “Café del Mundo”, se preguntó por la vocación cultural y creativa de la localidad y los participantes discutieron por 10 minutos hasta llegar a un consenso. Ese era el punto de partida.

Los tiempos, contabilizados con cronómetro, se distribuyeron así: 10 minutos de presentación, 20 minutos en la discusión de cada pregunta, 20 minutos para la consolidación de conclusiones. Al final, en 20 minutos, un moderador escogido por cada grupo, socializó las conclusiones de la jornada con el todo el grupo.

Las preguntas que se desarrollaron en cada taller, fueron las siguientes:

1. ¿Cuáles son las principales Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas que tiene la Economía Cultural y Creativa en Bogotá?
2. ¿Qué se necesita desde los sectores público y privado para dinamizar la Economía Cultural y Creativa en Bogotá?
3. ¿Cómo se debe estimular el acceso del sector cultural y creativo a: fuentes de financiación, formación empresarial y procesos de circulación?
4. ¿Cómo se debe estimular el acceso y el consumo de bienes y servicios culturales y creativos?

La estrategia de convocatoria se realizó con el apoyo de los veinte enlaces territoriales de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD). Adicionalmente, el equipo de Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa se reunió con cada uno de ellos para identificar a los agentes y las y los líderes culturales, las fechas y horarios más favorables para la dinámica de cada localidad y los sitios estratégicos en donde se realizarían los encuentros. Después de acordar estos factores, visitamos el lugar para cerciorarnos de que tuviera las condiciones para que el taller pudiera realizarse.

Con la intención de establecer un canal directo con nuestras bases de datos para invitarlos no sólo a participar en el proceso de diagnóstico de la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa, sino a responder dudas e inquietudes, se creó un correo institucional: ppemprendimientocultural@scrd.gov.co.

Por otra parte, apoyados en las redes sociales de la SCRD (Facebook: Cultura en Bogotá y Twitter: CulturaenBta) se publicó la invitación a los talleres de cada localidad, a través de una pieza gráfica en donde decía el lugar, la hora y la fecha del encuentro para ayudar a difundir la información.

Finalmente, se creó un micrositio dentro de la página de la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte: (<http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/participacion-distrital/politica-publica-de-emprendimiento-cultural-e-industrias-culturales-y-creativas>) con el propósito de explicar y contar el proceso de agenda pública a los interesados en esta política.

Los resultados de participación de los talleres territoriales de la fase de agenda pública de la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa fueron los siguientes:



FECHA: lunes, 14 de agosto de 2017

HORA: 2:00 P.M

LUGAR: Auditorio
Alcaldía Local San
Cristóbal

ASISTENTES: 35

**VOCACIÓN DE LA
LOCALIDAD:** Música,
Medio Ambiente
(Urbano-Rural),
festividades populares



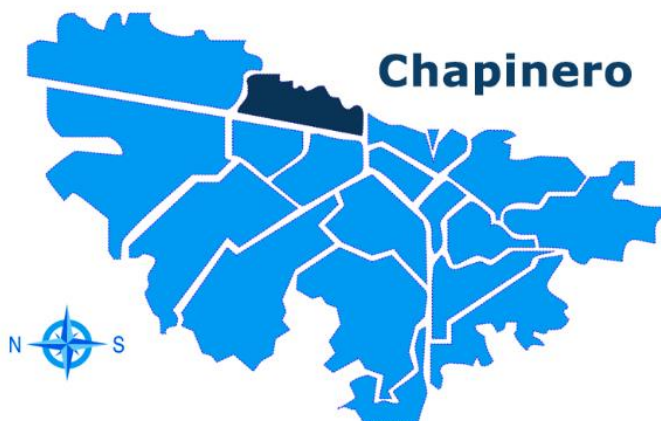
FECHA: martes, 15 de agosto 2017

HORA: 3:00 p.m.

LUGAR: La Kzona (Calle 15
9-64)

ASISTENTES: 10

**VOCACIÓN DE LA
LOCALIDAD:** Turismo,
patrimonio cultural y
arquitectónico, memoria
histórica



Chapinero

FECHA: miércoles, 16 de agosto del 2017

HORA: 2:00 p.m.

LUGAR: Alcaldía Local de Chapinero

ASISTENTES: 90

VOCACIÓN DE LA LOCALIDAD: Turismo, gastronomía, música (mariachis), diseño, multiculturalidad

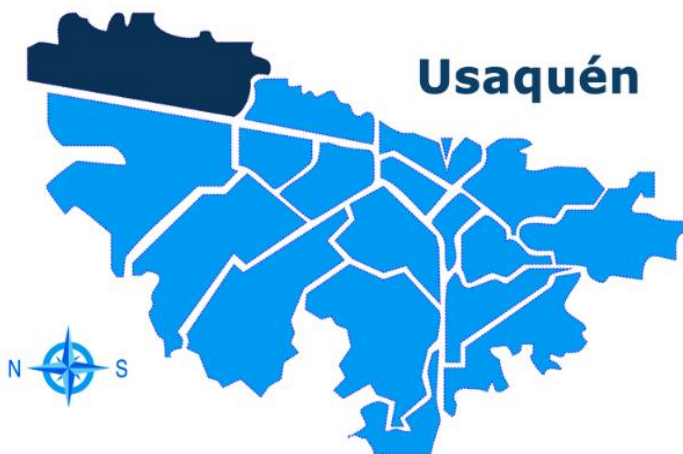
FECHA: jueves, 17 de agosto del 2017)

ASISTENTES: 23

HORA: 2:00 p.m.

LUGAR: Centro de Desarrollo Comunitario (CDC) – Calle 165 # 7-52

VOCACIÓN DE LA LOCALIDAD: Mercado Artesanal, turismo, gastronomía, multiculturalidad



Usaquén

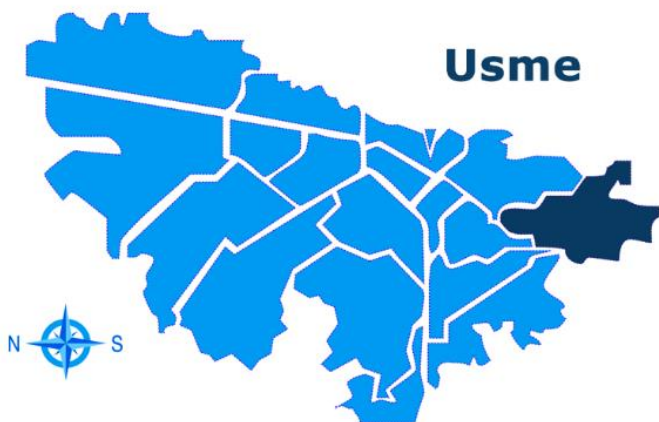
FECHA: martes, 22 de agosto de 2017

ASISTENTES: 31

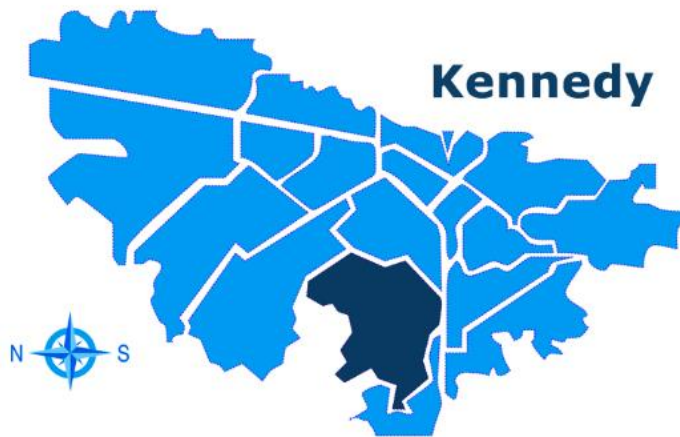
HORA: 2:00 p.m.

LUGAR: Subdirección Local de Integración Social- Cll 91 sur # 3c-34 este

VOCACIÓN DE LA LOCALIDAD: Patrimonio ancestral, turismo ambiental



Usme



FECHA: miércoles, 23 de agosto de 2017

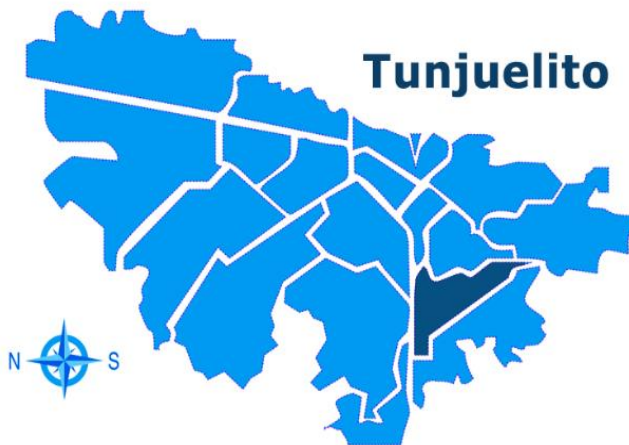
ASISTENTES: 3

HORA: 2:00 p.m.

LUGAR: Auditorio SuperCade
Américas Av. Cra 86 # 43-55
Sur

VOCACIÓN DE LA

LOCALIDAD: Capital humano,
Emprendimiento



FECHA: jueves, 24 de agosto de 2017

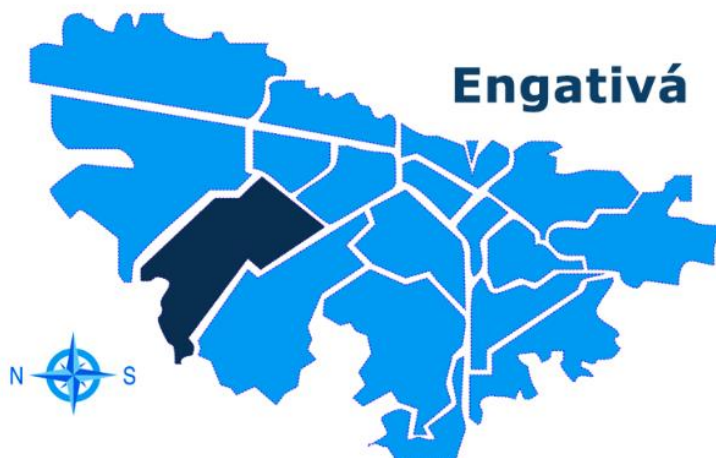
ASISTENTES: 23

HORA: 5:30 p.m.

LUGAR: Casa de la Cultura-
Diagonal 52A # 27-22 sur

VOCACIÓN DE LA

LOCALIDAD: capital humano,
emprendimiento



FECHA: viernes, 25 de agosto de 2017

ASISTENTES: 19

HORA: 9:00 a.m.

LUGAR: Alcaldía Local Engativá

VOCACIÓN DE LA

LOCALIDAD: Danza



FECHA: sábado, 26 de agosto de 2017

ASISTENTES: 15

HORA: 10:00 a.m.

LUGAR: Teatro Experimental de Fontibón. Cll 24D Bis #99-28

VOCACIÓN DE LA LOCALIDAD:
Danza, Graffiti, Capital Humano



FECHA: miércoles, 30 de agosto de 2017

ASISTENTES: 21

HORA: 2:00 p.m.

LUGAR: Biblioteca Carlos E. Restrepo Tv 21A # 19-54 sur

VOCACIÓN DE LA LOCALIDAD: Marroquinería (diseño), artes escénicas; danza



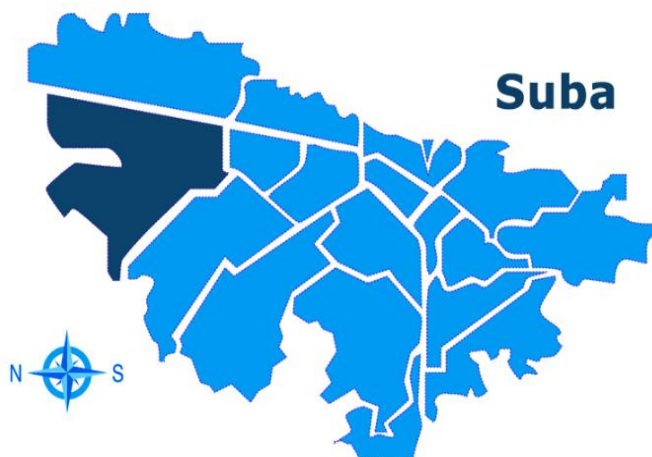
FECHA: jueves, 31 de agosto de 2017

ASISTENTES: 8

HORA: 1:30 p.m.

LUGAR: Casa de la Juventud. Cll 24 # 27^a-31

VOCACIÓN DE LA LOCALIDAD:
Diversidad cultural y artística



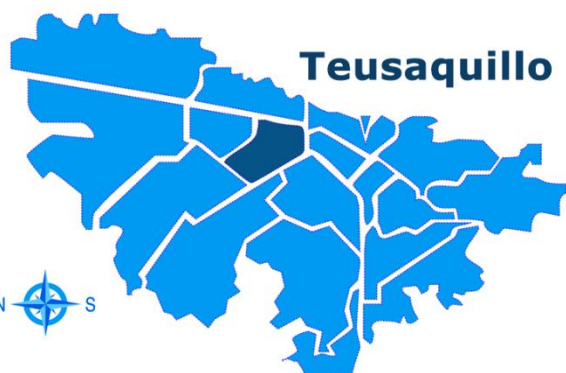
FECHA: 1 de septiembre de 2017

ASISTENTES: 20

HORA: 3:00 p.m.

LUGAR: Biblioteca Francisco José de Córdas- Cra 92 # 146C-24

Vocación de la Localidad: Artes escénica - Teatro



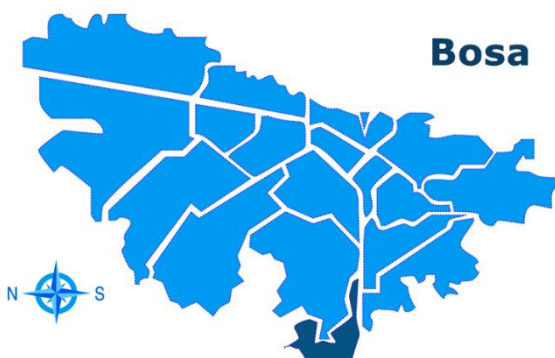
FECHA: 1 de septiembre de 2017

ASISTENTES: 28

HORA: 8:00 a .m

LUGAR: Biblioteca del Deporte. Estadio el Campín

VOCACIÓN DE LA LOCALIDAD: Arte Urbano (Graffiti, Hip Hop)



FECHA: sábado, 2 de septiembre de 2017

ASISTENTES: 22

HORA: 9:00 a.m.

LUGAR: Casa de la Participación. Cra 80k # 61-28 sur

VOCACIÓN DE LA LOCALIDAD: Cultura Comunitaria



FECHA: martes, 5 de septiembre de 2017

ASISTENTES: 6

HORA: 5:00 p.m.

LUGAR: Salón Comunal El Tejar. Av. Primera de Mayo # 26-26

VOCACIÓN DE LA LOCALIDAD:
Diversidad-Música-Comparsas



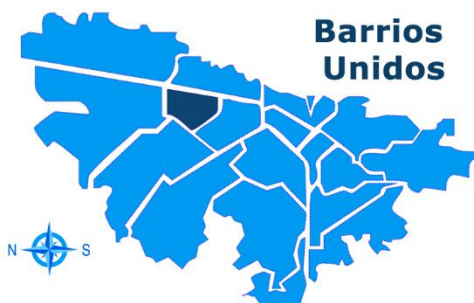
FECHA: miércoles, 6 de septiembre 2017

ASISTENTES: 16

HORA: 4:00 p.m.

LUGAR: Alcaldía Local de Rafael Uribe Uribe

VOCACIÓN DE LA LOCALIDAD
Diversidad



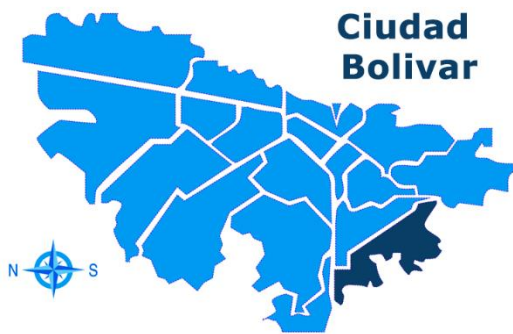
FECHA: viernes, 8 de Septiembre 2017

ASISTENTES 10

HORA: 2:00 p.m.

LUGAR: Alcaldía Barrios Unidos

VOCACIÓN DE LA LOCALIDAD:
Diversidad



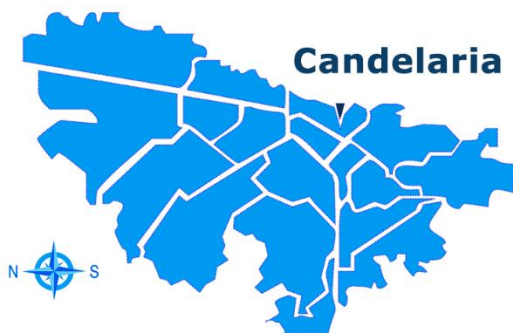
FECHA: sábado, 9 de Septiembre 2017

ASISTENTES 6

HORA: 8:00 a.m.

LUGAR: Casa de la Cultura. Cra 38 # 59B-43 sur

VOCACIÓN DE LA LOCALIDAD:
Diversidad- Música Popular-Hip Hop



FECHA: martes, 12 de septiembre

ASISTENTES 32

HORA: 2:00 p.m.

LUGAR: Alcaldía Local. Cra 5 # 12C-40

VOCACIÓN DE LA LOCALIDAD:
Diversidad- Centro Histórico y
Patrimonial- Turismo

La metodología que se llevó a cabo en la localidad de Sumapaz fue diferente a las otras 19 localidades, dadas las condiciones geográficas y de territorio que hacían muy costoso el encuentro. Por esa razón, pedimos un espacio en el Consejo Local de Arte, Cultura y Patrimonio de Sumapaz que se realizó el sábado 9 de septiembre de 2017, a las 10:00 a.m., en el salón comunal de la vereda Nazareth. En este espacio que se llamó "Diálogo Política Pública de Emprendimiento".

EL resultado de participación de los 20 talleres territoriales contó con la participación de 413 ciudadanos y ciudadanas. La información que se recopiló de estos encuentros es el insumo para el diseño e implementación de la Política que permitirá fortalecer el sector, fomentar la articulación público privada e incentivar el desarrollo económico y social.

Talleres Sectoriales y Poblacionales:

Los talleres sectoriales y poblacionales se llevaron a cabo en diferentes tipos de encuentros con las mismas 4 preguntas que se desarrollaron en los talleres territoriales, a saber:

1. ¿Cuáles son las principales Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas que tiene la Economía Cultural y Creativa en Bogotá?
2. ¿Qué se necesita desde los sectores público y privado para dinamizar la Economía Cultural y Creativa en Bogotá?
3. ¿Cómo se debe estimular el acceso del sector cultural y creativo a: fuentes de financiación, formación empresarial y procesos de circulación?
4. ¿Cómo se debe estimular el acceso y el consumo de bienes y servicios culturales y creativos?

Para convocar a cada sector, la SCRD se apoyó en las oficinas de comunicaciones de las entidades adscritas para difundir la información a sus bases de datos y seguidores. Con este criterio se clasificó por sectores. Posteriormente, un funcionario de la Dirección de Asuntos Locales y Participación se comunicaba vía telefónica para hacer la invitación al encuentro. Adicionalmente, a través del correo de la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa, se les enviaba la invitación a participar.



Número de participantes: 15



Número de participantes: 24

Se convocaron a 2 grupos focales: el primero, Recintos Culturales de Bogotá, con la participación de ocho (8) recintos. El segundo grupo focal fue para Salas de Grabación. En estos encuentros se resolvieron las 4 preguntas orientadoras enfocadas a cada sector.

Como se ha mencionado, en articulación con la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, el equipo de Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa fue invitado a participar en 4 Grupos Focales (Editorial, Textil, Calzado y Joyería) organizados por la Subdirección de Emprendimiento y Competitividad. En estos espacios, participaron emprendedores y emprendedoras culturales y creativos que, con su experiencia, respondieron las preguntas que servirán como insumo al diagnóstico.

Finalmente, junto con la Universidad EAN (Escuela de Administración de Negocios) encargada de promover el emprendimiento sostenible a través de las carreras en pregrado y posgrado en el sector cultural y creativo, como la maestría en Gestión de la Cultura, se organizaron eventos en los auditorios de la sede principal de la universidad dirigidos a tanto a la ciudadanía en general como a los estudiantes eanistas.

El equipo se reunió con las directivas de la universidad, encabezada por la Directora de la Maestría en Gestión de la Cultura, para identificar el sector y la temática de los encuentros. Posteriormente, se propuso invitar a 5 panelistas, que pertenecieran a diferentes eslabones de la cadena de valor, para que tuviéramos una visión más amplia del sector.

Tras previa introducción y presentación de la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa (10 minutos), cada participante contaba con dos (2) minutos para presentarse y hacer una breve descripción de su organización, entidad o rol y su objetivo principal dentro del sector. Posteriormente, la moderadora empezaba con cada una de las cuatro (4) preguntas, que eran

respondidas por los panelistas elegidos quienes tenían máximo 5 minutos por pregunta.

En la ronda de preguntas, el moderador seleccionaba tres (3) de las preguntas del público para que fueran respondidas por el o los panelistas, Cada respuesta tenía un tiempo máximo de dos (2) minutos. Finalmente, se cerraba recapitulando el mensaje central de cada intervención.

Los foros que se realizaron fueron los siguientes:



Número de asistentes: 54



Número de participantes: 21



Número de asistentes: 31

Los conversatorios invitaban a contar las diferentes experiencias. La información servía de insumo para la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa.

Los dos conversatorios que se hicieron fueron:



Conversaciones con
agentes del sector cultural

Número de participantes: 20

César López
ESCOPEARRA

Juan David Arenas
CARTEL URBANO

José Saralde
CARTEL URBANO

1 de Noviembre de 2017
6 a 8 p.m

Auditorio Fundadores
Universidad EAN, sede El Nogal
Calle 79 # 11-45



Conversaciones-TED
Industrias Culturales
y Creativas

Fernando VICARIO
Luis Miguel USUGA
Adriana PADILLA

14 de Noviembre 6-8 p.m

Auditorio MAGISTRAL
Universidad EAN, sede El Nogal
Calle 79 # 11-45



Número de participantes: 19

Finalmente, en los eventos catalogados como Ronda de Entrevistas, un miembro del equipo de Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa hizo una entrevista, en uno de los auditorios de la universidad con público presente, a diferentes líderes y emprendedores y emprendedoras del sector cultural y creativo. Los invitados fueron los siguientes:



RONDA DE ENTREVISTAS
A AGENTES DEL
SECTOR CULTURAL

Número de
participantes: 14

Cleiver ESPITIA
Sena

Paola ÁNGULO
Ministerio de Cultura

Mónica BARRIOS
Noche en Blanco

Ángela REYES
Cámara de Comercio

Jorge JIMÉNEZ
Artel Norango

Miguel URRUTIA
BZine

Mario SUÁREZ
Secretaría de Cultura,
Recreación y Deporte

Octubre 12
8:00 a.m. a 12:00 m.

Aula Múltiple
Universidad EAN, sede El Nogal
Calle 79 # 11-45



Cabe mencionar que la participación presencial a estos encuentros fue de 159 asistentes y que la Universidad EAN, a través de su página web (<https://universidadean.edu.co/es>), ofreció el servicio de transmisión por streaming para el acompañamiento virtual. Actualmente, los videos de los seis encuentros sectoriales reposan en su canal de YouTube.

Como hemos mencionado anteriormente, la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa tiene un enfoque poblacional diferencial. Por esta razón, nos reunimos con el equipo poblacional de la Dirección de Asuntos Locales y Participación, encargado de liderar y articular lineamientos de política pública desde un enfoque diferencial poblacional, para que a través de ellos, convoquemos diferentes poblaciones para desarrollar las 4 preguntas orientadoras para el diagnóstico.

ENCUENTROS:



Número de participantes: 33



Número de participantes: 13



Número de participantes: 0.

Quedó constancia en el acta número **20172100166233** de la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte que no llegó ningún ciudadano. A este taller sólo asistió una funcionaria de la Secretaría de Gobierno que firmó el acta después de una hora de espera. Por esta razón, el equipo, que ha venido trabajando en conjunto con la Política de Emprendimiento de Secretaría de Desarrollo Económico, se articuló a los encuentros con las diferentes poblaciones para complementar la información y socializar las experiencias.

Como otra medida de participación, la Política fue socializada con todas las gerencias del Instituto Distrital de las Artes-IDARTES, con las entidades adscritas a la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte y ante las Juntas Locales Administradoras (JAL) para que, a nivel institucional, se diera a conocer el trabajo que se estaba haciendo en la construcción de esta política. Para lograrlo, se solicitó el espacio de socialización desde la Dirección de Asuntos Locales.

En el sector privado, la política se socializó en espacios importantes del campo cultural:

Clústeres del sector cultural y creativo de la Cámara de Comercio de Bogotá, en el que participaron los líderes de: Prendas de Vestir, Cuero Calzado y Marroquinería, Joyería y Bisutería, Turismo de Negocios y Eventos, Software y TI, Comunicación Gráfica, Industrias Creativas y de Contenidos, Gastronomía y Música. Como consecuencia del trabajo que se viene desarrollando en la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, la entidad fue invitada a ser parte del Comité Regional de Competitividad (CRC) que enfoca su trabajo en la implementación de la Agenda Integrada de Desarrollo Productivo y dentro de sus funciones gestiona decisiones de política pública en materia de competitividad e innovación, y demás actividades que promuevan el crecimiento de la productividad y competitividad de los nichos, cluster y sectores involucrados en cada área.

Segunda edición de Ecosistema Arte, organizado por Conexiones Creativas. En este espacio se ofrece un estado de la cuestión del campo de las artes visuales.

Pentagrowth , un taller para fortalecer su idea de negocio para 50 creadores y creadoras o emprendedores y emprendedoras becados por la Alcaldía de Bogotá a través Instituto Distrital de las Artes – Idartes

Foro de Distritos Creativos, industrias culturales y transformación urbanas organizado por La Alcaldía Mayor de Bogotá a través del Instituto Distrital de las Artes - Idartes, con el apoyo de la Cámara de Comercio de Bogotá, en el que se presentaron experiencias de transformación urbana a partir del desarrollo de las industrias culturales y creativas en diferentes partes del mundo.

En conclusión, en la etapa de Agenda Pública de la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa se contó con la participación de más de 900 agentes entre creadores y creadoras, productores y productoras, organizaciones culturales, instituciones educativas, empresarios y empresarias, entidades

públicas y privadas para identificar diferentes problemáticas, fortalezas y oportunidades del ecosistema cultural y creativo para poder mejorar la calidad de vida de los agentes involucrados en él, fortalecer el entorno, propiciar incentivos para dinamizar y aumentar la productividad del sector y propender por el desarrollo cultural y creativo de Bogotá.

9. RESULTADOS DE APLICACIÓN DE METODOLOGÍA CUALITATIVA

Este capítulo tiene por objeto exponer los resultados obtenidos en el proceso de participación llevado a cabo en la Estrategia y Proceso de Participación Ciudadana, surtida mediante las categorías territorial, sectorial y, a través de un enfoque poblacional diferencial.

Por otra parte, la información sobre emprendimiento e industria cultural y creativa recogida se sistematizó en los ejes temáticos: análisis DOFA, demandas al sector público y privado, fuentes de financiación, formación pertinente y, circulación; las cuales, a su vez, nutrieron las principales medidas de política pública, propuestas a partir de la revisión previa de literatura y de diagnósticos sectoriales realizados en la ciudad y en el país. Estas son: espacios adecuados, fuentes de financiación, formación y ampliación de mercados.

En este orden, los resultados se presentan categorizados por: talleres de diagnóstico territorial, talleres de diagnóstico sectorial y, entrevistas a agentes estratégicos del sector en el país. En la primera categoría, los resultados se muestran agrupados por: análisis DOFA, espacios adecuados para crear y hacer negocios, programas de fortalecimiento empresarial, apoyo financiero, ampliación de mercado, demandas al sector público, demandas al sector privado y, vocación identificada por localidad. Por su parte, los resultados de la segunda categoría se presentan a manera de síntesis por sector y, en la última categoría, se hace un análisis de resultados de las entrevistas.

Categoría 1: Talleres de diagnóstico territorial

Eje temático 1: Análisis matriz DOFA.

Debilidades

Articulación.

Se percibe la ausencia de planes intersectoriales que promuevan estrategias globales, desde diferentes entidades, para atender al sector.

Circulación artística.

Existe la percepción de que las localidades cuentan con pocos espacios adecuados para llevar a cabo la creación, divulgación, reconocimiento y circulación de bienes y servicios culturales y creativos.

Financiación.

Para los emprendedores y emprendedoras, las fuentes o apoyos para lograr el crecimiento o sostenibilidad de sus procesos son escasos.

Informalidad.

Para los participantes de las localidades, es evidente que las condiciones laborales de la mayoría de los agentes del sector son deplorables. Además, se presentan dificultades para organizar, formalizar y gestionar los emprendimientos.

Capacitación.

Se observan debilidades en los gestores y gestoras, y emprendedores y emprendedoras, asociadas a la formulación de proyectos, construcción de modelos de negocios y de herramientas de gestión de sus organizaciones.

Oportunidades

Turismo.

Los emprendedores y emprendedoras locales se muestran dispuestos a conectar sus bienes y servicios culturales y creativos con circuitos de turismo cultural en la ciudad, aprovechando las capacidades humanas y bondades patrimoniales con las que cuentan las localidades.

Festivales.

Se perciben como focos para el aprovechamiento de espacios y prácticas culturales representativas de cada localidad.

Infraestructura.

Se considera que, tras procesos de mantenimiento, conservación o definición de modelos de operación, podrían aprovecharse muchos bienes inmuebles patrimoniales en desuso.

Intersectorialidad.

Se coincide a través de las localidades, en considerar que las alianzas entre artistas, emprendedores y emprendedoras, artistas-gobierno, entre sectores y otras redes de apoyo, son determinantes en el fortalecimiento del sector cultural y creativo.

Normatividad.

Siempre que sean tenidas en cuenta las lógicas de todos los niveles de agentes del sector cultural y creativo, se considera como una gran oportunidad la coyuntura normativa con la Ley 1834 o de Economía Creativa.

Paz.

Los emprendedores y emprendedoras culturales y creativos perciben el contexto de posconflicto como una oportunidad para que el arte sea promotor de reparación y construcción de tejido social.

Colectivos urbanos.

La presencia de movimientos étnicos y urbanos es considerada como una oportunidad de desarrollo del sector mediante los procesos asociativos y la generación de redes.

Fortalezas

Capital humano.

Existe una percepción generalizada de presencia de talento y habilidades en los territorios. Se destaca también el espíritu emprendedor de artistas y gestores y gestoras locales. En muchos casos estas cualidades son empíricas.

Oferta cultural.

En las diferentes localidades existe variedad de oferta cultural gracias al capital humano en artes y a la infraestructura física que aportan a la transformación social. Además, sigue habiendo una vasta riqueza patrimonial y cultural con potencial de ser aprovechada.

Iniciativa y creatividad.

Se reconoce en los emprendedores y emprendedoras locales la capacidad de crear y poner en circulación bienes y servicios culturales diferenciales.

Recursividad.

Pese a las recurrentes dificultades, se reconoce en los emprendedores y emprendedoras, y gestores y gestoras locales la capacidad de mantener en operación sus modelos de negocio.

Amenazas

Corrupción.

Se teme a la malversación, desvío de recursos públicos y prácticas no transparentes asociadas a la inversión pública en el sector cultural y creativo.

Competencia extranjera.

Los emprendedores y emprendedoras se sienten en potencial desventaja en cuanto a dinámicas de producción y productividad frente a otros países, por lo que temen enfrentarse a prácticas de comercio desleal y competencia imperfecta, propiciada por acuerdos de libre comercio.

Continuidad.

Los agentes en las localidades expresan su preocupación ante la dependencia de la política pública en la administración de turno y en la voluntad política del Distrito. Asimismo, expresan el riesgo que genera el debilitamiento del Sistema Distrital de Arte, Cultura y Patrimonio.

Inequidad.

Se ve con preocupación la concentración de los recursos públicos en manos de pocas y frecuentes organizaciones culturales y/o creativas, lo cual distorsiona el acceso equitativo y el crecimiento de más agentes del sector.

Presupuestos.

Se considera que los recursos para el sector cultural destinados a partir de los Fondos de Desarrollo Local son insuficientes.

Propiedad intelectual.

Varios emprendedores y emprendedoras en las localidades exponen su preocupación ante los casos de plagio de propuestas e iniciativas entre agentes.

Baja disposición de pago.

A los emprendedores y emprendedoras, gestores y gestoras, y artistas en general, les preocupa que la oferta de productos culturales no sea percibida como un ejercicio con enfoque de mercado, cuya producción implica costos y su venta, tiene por objeto generar alguna utilidad.

Tributación.

Para los agentes en las localidades, faltan mecanismos eficientes de tributación y de estrategias diferenciales que se ajusten a la naturaleza del sector cultural y creativo.

Normativa obras civiles.

Para los participantes, la falta regulación que permita el buen aprovechamiento y protección de los bienes inmuebles patrimoniales, propicia pérdidas, toda vez que estos pasan a manos de empresas dedicadas a la construcción de nuevas obras civiles. En este contexto, también se señala la ausencia de planes de ordenamiento territorial.

Eje temático 2: Espacios adecuados para la creación y los negocios

Un punto neural al cual se llegó en varias localidades, fue la ausencia de espacios e infraestructuras adecuadas para la creación, difusión y circulación artística. Se considera necesario tomar acciones en la recuperación de los espacios existentes y la creación de otros, tanto convencionales como no convencionales, asociados a planes de sostenibilidad. Según opinan los agentes del sector, esta infraestructura, de alguna manera, podría facilitar la conformación de redes de intermediación cultural que fortalezcan la cadena de valor desde la creación hasta la producción, pasando por la circulación y el consumo de bienes y servicios culturales. Adicionalmente, esto permitiría establecer relaciones (monetarias y no monetarias) que agreguen valor a la oferta cultural de la ciudad.

En contraste, como se mencionó antes, en distintas localidades existe infraestructura patrimonial que no está siendo aprovechada y que, en presencia de intervenciones y/o flexibilizaciones en la normativa de usos, podría optimizarse en beneficio del sector. Para los agentes es determinante que esto suceda en un contexto de reglas claras, tales como, políticas de conservación, salvaguardia y modelos de sostenibilidad y gestión para el patrimonio cultural, que protejan los bienes patrimoniales de intereses ajenos a la cultura y al desarrollo local de cada territorio.

Eje temático 3: Fortalecimiento empresarial

Uno de los componentes identificados para la generación y sostenibilidad de los emprendimientos culturales en las localidades del Distrito, es la continuidad de los procesos de formación en herramientas de gestión y el seguimiento a las iniciativas empresariales del sector cultural. Para el logro de este propósito se identifica la necesidad de articular dichos procesos a los espacios culturales del territorio y de aumentar el número de ciudadanos y ciudadanas vinculados. De otra parte, se propone generar capacidades en los líderes territoriales que puedan atender estos ejercicios en el futuro, por medio de un proceso de formación de formadores.

Otra posibilidad asociada a la continuidad de los programas de fortalecimiento y que puede tener un impacto de mayor escala, es la articulación con las

instituciones de educación superior presentes en el territorio, la cuales pueden ser las encargadas de formar a los emprendedores y emprendedoras culturales en competencias asociadas a la gerencia cultural.

Según los participantes, sería pertinente contar con oferta formativa en áreas como, *marketing* cultural, propiedad intelectual, constitución de empresas, formulación de proyectos, educación financiera, planes de negocio, entre otras. Además, se recalca la importancia de fortalecer los canales de difusión para incrementar la participación en estos espacios de formación promovidos por las instituciones públicas.

Eje temático 4: Apoyo financiero

Para los agentes culturales territoriales, hay dos necesidades primordiales que atender con relación al apoyo financiero, por una parte, están las posibilidades de acceso a las fuentes y, por otro, la generación de nuevas alternativas de financiación tanto públicas como privadas. El primer asunto se asocia, en muchos casos, a la falta de competencias específicas con que cuenta el sector, por ejemplo, en formulación de proyectos, lo que se convierte en una barrera de entrada al alcance de los recursos. Adicional a esto, los participantes expresan que falta información, dada la baja difusión de la oferta pública por los canales de comunicación adecuados, propiciando así la concentración de los recursos entre pocos agentes. En este sentido, se plantean algunas soluciones como el uso de redes sociales, la creación de una plataforma virtual que acoja la oferta disponible y, finalmente, el aprovechamiento de las instancias locales y los espacios de congregación de los agentes culturales como plataforma física de difusión.

En cuanto al segundo aspecto, se encuentra que, para los agentes, las fuentes ofrecidas no son suficientes o no están correctamente focalizadas para responder a las realidades financieras y al estado de desarrollo de los emprendimientos y las empresas culturales. Por un lado, se plantea la posibilidad de crear líneas de crédito con tasas de interés compensada y garantías que permitan su acceso, y por otro, se ve la necesidad de contar con fuentes de capital semilla para impulsar nuevas iniciativas culturales. Así mismo, se hace necesario fortalecer y dar continuidad a los apoyos concertados y a los programas de estímulos del orden local y nacional. Para lograr que se cierre esta brecha entre la oferta institucional y la demanda territorial es determinante, así como para mejorar el acceso a las fuentes existentes, crear y diversificar canales efectivos de comunicación.

Por último, se cree importante la integración del sector con la empresa privada en la financiación de los procesos de creación y circulación de productos culturales, a través de incentivos económicos y tributarios significativos. Esto debe ir acompañado por campañas que estimulen a los empresarios y empresarias a ver en la cultura, además de desarrollo humano, un renglón

económico susceptible de generar ganancias. En esta interrelación, el sector público podría crear apoyos directos a las iniciativas culturales privadas.

Eje temático 5: Ampliación de mercado

Los festivales, mercados, plataformas y demás iniciativas gestionadas en las localidades, se reconocen como un escenario para el fortalecimiento de las escenas locales. Es por esto que para el sector debe ser estratégico fortalecerlas y pensar en la creación de rutas distritales asociadas a ofertas por segmentos del campo cultural y creativo, que se complementen con otros sectores, tales como el turismo. Esto último, demanda la articulación interinstitucional y la generación de planes intersectoriales, que propicien reglas claras de competencia leal y un contexto de buenas prácticas como, la cualificación de prestadores de servicios turísticos y oferentes de productos culturales. Todo esto se conecta con la necesidad de implementar programas de fortalecimiento empresarial, que demandan los emprendedores y emprendedoras culturales del Distrito. Complementariamente, se deben encontrar mecanismos de gestión y sostenibilidad y, a su vez, reconocer a los agentes de intermediación cultural como eslabones clave en la ampliación de mercados y en la agregación del valor comercial de los productos culturales.

Eje temático 6: Demandas al sector público

Hay numerosos puntos de encuentro entre las localidades, respecto a las demandas que se tienen al sector público para el crecimiento y la sostenibilidad económica del sector cultural y creativo de la ciudad. A continuación, se presentan los hallazgos:

- Acciones conjuntas y articulación público-privada
- Alianzas y redes estratégicas entre sectores, artistas, artistas y gobierno, entre otras
- Fortalecimiento de la comunicación entre las instituciones y el sector, a través de la creación y la apropiación de canales de comunicación existentes y la difusión efectiva y pertinente de la oferta institucional
- Continuidad en los programas y procesos, sobre los cambios en las administraciones
- Adecuación y dotación de la infraestructura pública cultural existente, que se encuentre en estado de subutilización
- Continuación en la generación de espacios y mecanismos de participación ciudadana para formular políticas y programas públicos
- Construcción y creación de políticas públicas en favor del ecosistema creativo y cultural
- Oferta formativa en competencias emprendedoras y empresariales como, diseño de modelos de negocio, proyectos culturales y herramientas de gestión
- Valoración e identificación de los procesos culturales existentes en las localidades

- Identificación y caracterización de los agentes culturales de las localidades
- Apertura de nuevos estímulos para potenciar las actividades culturales
- Generación de conocimiento del sector cultural para la toma de decisiones
- Generación y promoción de plataformas físicas y virtuales para divulgar, reconocer y circular la oferta cultural, en aras de cerrar las brechas entre demanda y oferta de bienes y servicios culturales
- Profesionalización u homologación de las prácticas artísticas empíricas
- Aumento de los presupuestos públicos y modalidades de financiación para las actividades económicas asociadas a la cultura y la creatividad
- Identificación de agentes clave y promoción de redes de trabajo dentro y entre las localidades
- Seguimiento y acompañamiento a los emprendimientos culturales y creativos en sus diferentes etapas
- Fomento a la formalidad laboral en el sector
- Generación de acceso a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, con enfoque empresarial y, capacitación para su aprovechamiento
- Inclusión de la población con enfoque diferencial, en las dinámicas económicas del sector cultural y creativo
- Manejo adecuado y transparente de la asignación del presupuesto de inversión destinado al sector cultura
- Reparación de las relaciones de confianza entre los agentes culturales y la institucionalidad, desgastada a raíz de antecedentes negativos como la malversación y desvío de recursos públicos

Eje temático 7: Demandas al sector privado

Entre los participantes existe una percepción ambivalente sobre lo que se requiere de “los privados” para desarrollar al sector, pues, por una parte, se expresa que con ellos podrían crearse alianzas o sociedades directas para hacer crecer sus emprendimientos culturales y creativos, pero, por otra, existe la visión de que estos –en especial las grandes empresas- deben hacer las veces de financiadoras, por vías como la responsabilidad social empresarial. En primer lugar, huelga decir que los agentes del sector que pusieron sobre la mesa estas opiniones, también hacen parte del sector privado, por lo que la segunda mirada, más allá de dar una posición de aliado, daría a los agentes el lugar de beneficiarios, lo cual sería pertinente para el sector, siempre que las prácticas no tuvieran enfoque de mercado. En el caso específico de esta política pública, las acciones que se impulsarán son las primeras, siempre que estas acompañen la sostenibilidad de las iniciativas que así lo elijan, correspondiendo a una lógica emprendedora que combine el valor cultural con el económico.

Por lo anterior, es fundamental que los emprendedores y emprendedoras comprendan que las actividades culturales *per se* deben contar con apoyo del Estado, porque son vehículo de cohesión social y desarrollo humano, pero que,

cuando se habla de empresa, entra a jugar el valor económico y la búsqueda de sostenibilidad y de utilidades, lo cual implica un nivel de autonomía.

En contraste, se destaca recurrentemente la importancia de generar redes de apoyo con empresas del sector, cercanas a él o de otros sectores, con miras a hacer más efectiva la gestión de empresa. En términos generales, se encuentra que los agentes culturales se saben parte de un ecosistema creativo que permite plantearse relaciones económicas de carácter monetario y no monetario, que tiene que ver con el intercambio de servicios, la visibilidad, la reputación, el conocimiento, entre otras características.

Eje temático 8: Vocación identificada por localidad

Siempre que sea concordante con las respuestas encontradas en los talleres, se seguirá la segmentación del campo cultural de la Cuenta Satélite de Cultura para clasificar la vocación cultural principal de cada territorio. Los hallazgos se presentan a continuación:

- San Cristóbal: Artes escénicas
- Santa Fe: Patrimonio material
- Chapinero: Música
- Usaquén: Patrimonio material (artesanías)
- Usme: Artes escénicas
- Tunjuelito: Patrimonio inmaterial (festivales)
- Fontibón: Artes visuales (graffitti)
- Antonio Nariño: Artes escénicas
- Mártires: Diversidad cultural
- Teusaquillo: Diversidad cultural
- Suba: Patrimonio inmaterial
- Bosa: Patrimonio inmaterial
- Rafael Uribe: Diversidad cultural
- Barrios Unidos: Artes visuales (artes plásticas – galerías de arte)
- Kennedy: Cultura comunitaria
- Sumapaz: Agricultura
- Ciudad Bolívar: Música (urbana)
- Engativá: Artes escénicas
- Puente Aranda: Diversidad cultural
- La Candelaria: Patrimonio inmaterial

Categoría 2: Talleres de diagnóstico sectorial

Estudios de grabación

Los estudios de grabación identifican como sus principales debilidades la ausencia de capital humano especializado y los altos costos para mejorar su infraestructura, factores que determinan el posicionamiento en el ámbito artístico y que les permitiría alcanzar mayores estándares de calidad. En este orden, ven en el papel de lo público la oportunidad de que las agrupaciones

musicales reciban incentivos por grabar en sus espacios y, adicionalmente, esperan que se generen fuentes de financiación para apalancar la inversión en infraestructura y dotación a fin de ser más competitivos en el mercado nacional e internacional. Además, es fundamental la generación de conexiones con el sector académico, que permitan la cualificación en oficios asociados a esta cadena de producción y aumentar la calidad de los servicios ofertados en estos espacios.

Sector Artesanal

Una gran fortaleza que se identifica en este sector es la capacidad de creación y recuperación de técnicas tradicionales. En materia de debilidades se reconoce la poca cohesión interna de los grupos de artesanos, mediada por la falta de articulación entre sus agentes. Adicionalmente, es evidente la necesidad de contar con un mapeo y caracterización del estado sectorial para generar procesos de reconocimiento del tipo de técnicas y materiales usados en la elaboración de las artesanías. Igualmente, hace falta referenciar la ubicación territorial de los artesanos.

En cuanto a las oportunidades, los agentes referencian la pertinencia de generar espacios físicos para la exhibición y comercialización de sus productos (como pasajes comerciales) y que estos, a su vez, funcionen como centros de formación para este oficio. Además, manifiestan la necesidad de crear políticas claras para el uso del espacio público, ya que en el contexto actual esto representa una amenaza para su integridad, toda vez que la normativa no los reconoce como artistas, sino como comerciantes ambulantes. Otras amenazas latentes que identifican son la competencia con mercados industrializados y los costos elevados para acceder a espacios de exposición.

Salas y recintos grandes

Los representantes de estos espacios culturales destacan debilidades propias de su operación como los altos costos fijos de sostenimiento de los escenarios y su mantenimiento. Además hacen falta procesos de articulación entre los teatros y hay dificultades para dar cumplimiento a las condiciones técnicas requeridas. Las oportunidades señaladas giran en torno a la creación de redes de trabajo y a la generación de nuevos públicos. Una de las principales fortalezas, como se ha señalado en otros sectores creativos, es el talento creativo. Entretanto, la complejidad para obtener permisos para el desarrollo de espectáculos artísticos, la falta de profesionalización de las personas a cargo del manejo de los recintos y la saturación del mercado de escenarios representan potenciales amenazas.

Los agentes participantes proponen diversas alternativas en respuesta a sus propias necesidades, entre las cuales se destacaron, en el ámbito de la financiación: la creación de créditos blandos, la reglamentación del *crowdfunding* y la gestión de recursos directos desde el sector privado. En cuanto a las necesidades en capital humano, se habla de viabilización de proyectos, generación de una oferta académica acorde a las necesidades sectoriales y

creación de pasantías con empresas posicionadas en el sector. En materia de circulación, los agentes hablan de activación del mercado local y generación de circuitos locales, que permitan la rotación de catálogos locales. Sobre el acceso y consumo de los productos ofrecidos en sus escenarios, señalan la importancia de generar estrategias para la continuidad del consumo, generar una estrategia de comunicación de la oferta cultural en medios masivos, generar procesos de formación de públicos desde los colegios y, generar programas de abonos por tipo de espectáculo.

Artes Visuales

Para los agentes del sector, existen significativas brechas desde la educación. Por un lado, no se está creando capital cultural a través de la formación temprana de públicos, y por otro, la formación en artes se está limitando a las técnicas, dejando de lado las competencias de gestión y las lógicas de relacionamiento con el mundo real y con los territorios. Se considera momento de que los artistas se nutran de las redes con otras disciplinas.

A esta debilidad sectorial se suman otras como la informalidad, la falta de información y, la ausencia de referencias para minimizar las probabilidades de no éxito de los emprendimientos. La ausencia de mecanismos de financiación y la baja disposición de compra por parte de los visitantes y usuarios y usuarias de espacios como salas de exhibición, producto de las dificultades para valorar el arte, se ven también con preocupación por los emprendedores y emprendedoras, ya que esto pone en riesgo la sostenibilidad de sus iniciativas. Para esto último, se demanda del sector público soporte en la visibilización de la oferta asociada, disminución de la extrema burocracia para acceder a los eventuales apoyos y, mecanismos de acceso para determinadas zonas y capas socioeconómicas de la ciudad, que de otra forma, no tendrían la oportunidad de conectarse con el arte.

En cuanto a fortalezas, los agentes destacan la disposición de trabajo de los creadores y creadoras y la alta calidad de las creaciones artísticas, que recuperan la identidad y tienen un alto valor asociado a la innovación. Adicionalmente, se ven oportunas las posibilidades crear relaciones intersectoriales.

Gestores , gestoras, emprendedores y emprendedoras culturales

Se discuten los cambios de paradigma en los que el capital intelectual va de la mano con la cultura y es permeado por el tema tecnológico, que permite a su vez hablar de Industrias Culturales y Creativas, donde el conocimiento, la creatividad y las ideas se pueden transformar en servicios transables. Bajo esta lógica se habla de la importancia de crear modelos de negocio asequibles y transversales.

Se menciona que, en el campo del emprendimiento, existe el reto de tener claro hasta dónde se quiere llegar y, a partir de ahí, gestar las acciones necesarias para alcanzar metas, que, no necesariamente deben relacionarse al mercado sino a la calidad del producto y al perfil de personas que se espera cautivar con él, para esto es vital reconocer el entorno y el valor que se quiere contar.

Se destaca también la necesidad de gestionar redes de cohesión y participación con aliados y no aliados para incorporar miradas diferentes. Además, generar espacios de difusión en los que se puedan articular ofertas culturales y fortalecer las estrategias de comunicación a los potenciales públicos para que se dinamice el consumo cultural.

Cámara de Comercio de Bogotá

Para la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB) el aporte económico que las actividades culturales generan al PIB de la ciudad, demuestra la potencial competitividad y productividad del sector. Para darle fuerza a ese fenómeno se han desarrollado programas mediante los que se propician competencias y habilidades para la promoción cultural, dando el principal valor a la creación y fomentando la conformación de equipos y redes de trabajo en las que se ubiquen roles complementarios como las estrategias de comunicación, de circulación y de comercialización. La Coordinación de Industrias Creativas de la CCB aclara que el objetivo no es industrializar las artes sino transversalizar la creatividad en la industria, con enfoque de talento humano cualificado.

Complementando lo anterior, la CCB presenta las plataformas de circulación desarrolladas para el sector: el Bogotá Music Market (BOMM), el Bogotá Audiovisual Market (BAM), la feria de artes plásticas ARTBO y el Bogotá Fashion Week. Por otro lado, se han desarrollado diversas iniciativas de clúster para acompañar las cadenas de valor de la industria cultural y creativa de la ciudad.

Clúster de música

En relación a la circulación, los presentes consideraron determinante el acompañamiento en el acceso y desempeño en plataformas de comercialización de la música, como mercados, ruedas de negocios, jornadas de *networking* y conciertos para empresarios y empresarias (*showcases*). Adicionalmente, se reconoce la importancia de aprender a optimizar la presencia en mercados, mediante el reconocimiento previo de la propuesta de valor y de los potenciales demandantes, la construcción efectiva de portafolios y el despliegue de estrategias de mercadeo. Para lograr lo anterior, los agentes demandan asesorías con expertos.

Como recomendación se presenta conocer las ofertas y vocacionalidades locales y propiciar encuentros previos a la asistencia a espacios de relacionamiento nacional e internacional. Por otro lado, se resalta la necesidad de continuar

apoyando la profesionalización del sector, su mapeo y caracterización y, la constante elaboración de indicadores y cifras que robustezcan la toma de decisiones. Por otro lado, se espera que el sector público tome medidas normativas en dimensiones como el Plan de Ordenamiento Territorial de la ciudad y los puntos del Código de Policía que puedan desfavorecer las prácticas culturales.

En clave de política pública, se pide tener en cuenta la gran diversidad que confluye en el sector musical, tanto en géneros como en eslabones de la cadena, y cómo estos presentan dinámicas y necesidades diferentes. De igual manera, se reflexiona sobre la importancia de que los diagnósticos, investigaciones y cifras que generan las instituciones puedan ser de libre acceso y uso, así como es vital la divulgación de los programas de política existentes para el sector y los beneficios que estos pueden representar para los agentes.

Se aborda el tema de la transversalidad con otros sectores como movilidad, seguridad y transporte, de cara al reto de fortalecer al sector de la música en vivo mediante el fomento de la economía de la noche, que traería desarrollo económico para la ciudad en varios aspectos.

Nota: La mesa de trabajo sectorial se realizó de la mano de esta instancia, por considerarse que reúne diversos actores estratégicos del sector. De ella hacen parte compositores y compositoras, intérpretes, productores y productoras musicales, *managers*, sellos disqueros, estudios de grabación, gestores y gestoras, instituciones públicas y privadas asociadas, entre otros.

Publicidad

Para los representantes del gremio publicitario es importante que se empiecen a comprender el contexto actual y las tendencias sectoriales, pues para ellos, una cosa es reconocer que la fuente del sector son las artes representativas y el patrimonio, pero otra, inadecuada, es ignorar la vanguardia y seguir limitando las industrias a estos ámbitos. Opinan que hace falta tener una mirada más contemporánea de “industrias” en donde se acojan los sectores alrededor de la creación de contenidos, la comunicación gráfica, las lógicas multimedia y la conectividad, para lo cual se requiere un esfuerzo de política que tenga una mirada sistemática.

Este sector, según sus agentes, al ser proveedor de otros sectores y generar una amplia base de empleo, es un dinamizador de la economía, razones suficientes para considerar su incorporación en una política de industrias culturales y creativas. Se sugiere, por otra parte, que se exploren casos exitosos de políticas públicas relacionadas, como las de Barcelona y Cataluña. Y que se indague por las tendencias en información multiplataforma que algunas empresas colombianas están implementando y que abarcan la música, el audiovisual, la ilustración animada, entre otros, ya que en países como Holanda representan ingresos significativos.

Se sugiere generar articulación con el Ministerio de Cultura en dos ámbitos, primero, la reglamentación de la Ley Naranja y, segundo, en la iniciativa de profesionalización y cierre de brechas en capital humano del sector, ya que esto tendría impactos en la dimensión de emprendimiento e industria. En adición, se recomienda generar un espacio en el que se pongan en conocimiento para el sector las normas y políticas vigentes y cómo estas pueden impactar o beneficiar a los agentes inmersos en él. De la misma manera se propone la generación de sinergias y emprender más lo que están haciendo las otras instituciones, porque evidentemente este es un sector “grande, pero disperso”.

Diseño de Calzado

En este segmento se trabajó, en su mayoría, con agentes que, aunque participan en el eslabón del diseño, también hacen parte del resto de la cadena de valor, pasando por la manufactura, la distribución y la venta del calzado. Con ellos, principalmente preocupados por los últimos eslabones de la cadena de valor, se abordaron los temas de cadenas de distribución, vitrinas, plataformas de venta (como clústeres) y formación.

Se encontraron dificultades en el acceso a nuevas plataformas de venta como centros comerciales, por barreras de entrada en términos monetarios y condiciones desfavorables como arriendos en lugar de venta de locales y, competencia desleal por parte de fabricantes extranjeros como la China.

Por otra parte, al hablar de clústeres creativos que concentren vitrinas con estos productos y oferta cultural complementaria, los agentes creen que lo más importante es fomentar las mezclas de uso del suelo para evitar fenómenos como la gentrificación, lo que conllevaría al despoblamiento de habitantes de estas zonas y la disminución de las posibilidades de consumo. Se considera que la creación de vivienda en mezcla con usos comerciales de esta naturaleza aseguraría mayor dinámica económica, mayor conectividad con el resto de la ciudad y, además, mayor bienestar para los agentes involucrados (emprendedores y emprendedoras, artistas, creadores y creadoras, empleados y empleadas y estudiantes), que tendrían la posibilidad de vivir cerca de su trabajo o actividad cotidiana.

Esta dimensión en el caso de los industriales varía un poco, porque se entiende que la concentración de espacios de comercialización difiere ampliamente de los espacios de producción en masa. Para esta última dinámica, los agentes demandan que se induzcan espacios con posibilidad de expansión y, preferiblemente, que estos sean aledaños a las concentraciones comerciales o clústeres creativos, también conocidos como distritos.

Ante la discusión de desarrollar una dinámica de esta naturaleza en el centro de Bogotá, los agentes recomiendan que se debe iniciar por cambiar el imaginario

que se tiene de la zona, tanto en seguridad, como en la calidad de los productos que allí se comercializan. Esto se puede gestionar a través del embellecimiento del espacio público, alianzas con el sector de la moda, marcas ancla, iluminación y vigilancia. Por otra parte, se habla de implementar infraestructura que atraiga la llegada de consumidores, como parqueaderos, acceso de transporte público, cafeterías, cajeros electrónicos, etc. Se sugiere que estas estrategias no sean pensadas únicamente para el contexto del centro de la ciudad, si no para zonas como el Restrepo o Isla del Sol, que han tenido vocación manufacturera y poco a poco han sufrido un proceso de desplazamiento de la vivienda.

Respecto a la mano de obra, se expresa escasez para los oficios asociados al calzado, se requiere un mínimo nivel de experiencia y capacidades que, en la fuerza laboral, se encuentran dispersas. Los agentes expresan que esta no es una necesidad nueva y que se ha acudido a instituciones como el SENA para que se afiancen los programas de formación técnica para el sector, ya que el mercado tiene una creciente demanda de conocedores de las nuevas tecnologías y de maquinarias que se implementan cada vez más en la producción. Hay déficit de ingenieros de producción y de diseñadores industriales. A pesar de que la industria ha crecido, se siente que las capacidades no, pues la formación que se imparte actualmente "es la misma de hace 15 años", afirman.

Se expone que entre más profesionales se vinculen al sector, este tendrá mayores posibilidades de ascenso y se reconoce que aunque los empresarios y empresarias deben liderar esta búsqueda, los apoyos del gobierno ayudarían a lograr una mejor gestión. En este sentido, desde lo público podría fomentarse el aprendizaje de los oficios desde el colegio, dándole la oportunidad a los estudiantes de conocer esta práctica como un posible proyecto de vida, y desde el sector privado, podrían crearse incentivos para que la fuerza laboral prefiera quedarse en el sector.

Diseño Textil

En la misma línea de los agentes asociados al sector del Diseño de Calzado, en este sector se trabajó con agentes de todos los eslabones de la cadena de valor. Como en la sección anterior, con este grupo se discutió la posibilidad de generar clústeres que agrupen en zonas de la ciudad la oferta de actividades creativas. Las principales dudas que surgen se relacionan con la financiación: cómo, cuál será su modelo de sostenibilidad y de dónde provendrán los recursos. Los agentes sugieren considerar un modelo mixto, que garantice la continuidad del proyecto y asegure mayores cuidados y mantenimiento de la infraestructura física. Por otra parte, se habla de la importancia de involucrar empresas ancla y trabajar en los temas transversales al lugar en el que se gestionen los clústeres: drenajes, andenes, fachadas, parqueaderos, bancos, etc.

Por otra parte, con gran preocupación se dijo que el sector presenta bajos estándares de calidad del empleo, porque por una parte, el oficio de la manufactura textil no está dignificado en Colombia, lo que genera

desplazamientos de la fuerza de trabajo hacia otros sectores de la economía con empleos mejor pagos y menos desgastantes y, por otra, porque existen más incentivos inmediatos a la informalidad, ya que así los empleados no se ven obligados a pagar prestaciones sociales a cambio de tener mayor liquidez para su subsistencia. Además, contratar formalmente implica altos costos para los empresarios y empresarias para lo que se sugieren beneficios o ayudas tributarias. Se proponen estrategias como concientizar a los trabajadores de la importancia de la formalidad en el largo plazo y, vincular practicantes del SENA como apoyo a las empresas.

Animación y Videojuegos

Las personas de este sector dicen enfrentarse a que el sistema de costos de la cadena de valor haga al país poco atractivo para la exportación de servicios, con lo que se llama la atención en la necesidad de generar acciones que doten de carácter competitivo la producción y el desarrollo de activos. Adicionalmente, se dice que más allá de los estímulos públicos, es complejo para este sector asumir autonomía empresarial y dedicación a contenidos propios, por lo que usualmente las empresas terminan convirtiéndose en “maquila” de otros sectores económicos.

Se asocian otras debilidades a la rápida obsolescencia de equipos, las restricciones en la adquisición temporal de licencias (que no son permitidas por las convocatorias públicas), las altas cargas impositivas y las restricciones en los incentivos tributarios de la Ley de Cine, ya que deberían considerar otros formatos –como el web- o, incluso, beneficios de este tipo a la creación de todos los contenidos culturales. Por otra parte, para la Animación, los costos de los contenidos son muy altos en contraste con los contenidos extranjeros lo que restringe el comercio internacional.

En revisión de la extensión de beneficios con que cuenta el sector cinematográfico, este sector pide que también se le den ayudas como en casos de renta extranjera, presentando las ventajas que se tienen asociadas a la Ley 1556 –en 90 días de residencia-; condiciones de trabajo; permisos de rodaje; ventanilla única; exclusión de pago de IVA asociado a la exportación de servicios y a procesos de cualificación y capacitación y; otorgamiento de visas, entre otros.

Hip Hop

En esta mesa de trabajo se identificaron debilidades como la baja asociatividad y articulación entre sus integrantes y, la percepción negativa que se teje sobre este movimiento urbano debido a estereotipos como la delincuencia y la drogadicción. Una de las principales oportunidades que se identificó fue la labor social a través del arte que se cumple en el trabajo con jóvenes de barrios marginales de la ciudad. Las fortalezas están asociadas a su hecho creativo, principalmente, se señala el mensaje de cambio, el poder de denuncia de sus letras y el principio de comunidad que se establece en el movimiento. Las

amenazas son la falta de apoyo en la difusión de las actividades a través de medios de comunicación, la escasez de recursos económicos y la estigmatización social. Por otra parte, este sector reconoce que necesita desarrollar y/o acceder a plataformas de circulación local y recibir formación artística para músicos y grafiteros.

Música Sinfónica

Para este sector existen debilidades tales como, las barreras de acceso a las fuentes de financiación del sector privado, lo que, a su vez, constituye un obstáculo en la definición de un modelo económico sostenible. Por otra parte, se considera que faltan competencias en herramientas de gestión, habilidades en manejo de público para los músicos y, mayor acompañamiento a formatos sinfónicos pequeños. Se pide la creación de una línea específica de estímulos relacionados a resultados de mediano y largo plazo y también el fortalecimiento de la cadena de valor, considerando como parte de esta a programadores y *managers*. Además, sería idóneo crear circuitos de programación musical y emplear estrategias para activar el consumo de conciertos.

Entre las potencialidades de la Música Sinfónica se consideran los nuevos escenarios de las artes escénicas y la amplia audiencia inexplorada en Bogotá, de la que podrían surgir nuevos mercados. Por otra parte, es tal la calidad del capital humano artístico, que la ciudad se ha posicionado como diversa y de gran experiencia en este ámbito. Indudablemente, esta música genera efectos extraordinarios en el desarrollo humano y social de la ciudadanía.

El sector se considera en deuda de articulación con otros sectores para gestionar recursos y se reconoce de vital importancia la permanencia de programas como Salas Concertadas y la creación de apoyos estatales en especie (como salas de ensayo o partituras). La distorsión de precios de mercado, ocasionada por la oferta pública gratuita, las altas obligaciones tributarias y la competencia con otras empresas con ánimo de lucro, se consideran como amenazas latentes del sector.

Para estimular el consumo de bienes y servicios culturales se plantea la importancia de contar con un festival de orquestas sinfónicas y, realizar procesos de formación de públicos en dos vías, una a través de acceso a conciertos para niños y otra, a través del *performance* con artistas reconocidos para generar nuevas audiencias. También plantean la posibilidad de revisar modelos de generación de públicos como el del Teatro Mayor Julio Mario Santodomingo. Una de las barreras identificadas para generar dinámicas de mercado es la gratuidad de espectáculos artísticos, complementario a esto se hace necesario generar ruedas de negocio, y espacios de *networking* con programadores especializados.

Personas en condición de discapacidad

Se señalan como debilidades la ausencia de espacios de reconocimiento para los artistas en condición de discapacidad, tanto en plataformas físicas como

virtuales. La falta de continuidad en la oferta formativa, las dificultades para acceder a la aplicación de convocatorias (dada la terminología en internet) y la baja articulación que se percibe entre instituciones. Por otra parte, se concibe como una oportunidad, ser incluidos dentro de una política que reivindique su participación en plataformas de circulación y, se considera que la riqueza en el talento humano es su mayor fortaleza. En cuanto a las amenazas señaladas, están los procesos culturales excluyentes y el "favoritismo" por parte de la oferta pública hacia unos mismos grupos de interés.

En cuanto a demandas al sector público, se considera vital que se fomente la inclusión desde las entidades y desde los incentivos a los demás agentes sectoriales. Es decir, que dentro de los premios entregados, los ganadores deban cumplir acciones afirmativas con las poblaciones menos favorecidas. De igual manera, se espera que explícitamente se amplíe el portafolio de opciones para que haya mayor democratización para la población con discapacidad. Respecto a los medios de comunicación efectivos, se propone la creación de un directorio de artistas, organización y gestores que trabajan con personas en situación de discapacidad y que de igual manera se apoye la difusión de las actividades que desde esta parte del sector se programen.

Al sector privado se le pide reconocimiento de la población con discapacidad y alianzas desde el frente de responsabilidad social empresarial de las grandes empresas para apoyar los emprendimientos provenientes de esta población, asociados a cultura. De igual forma, sería beneficioso para el sector poder ser incluido dentro de la agenda cultural y recreativa de las empresas.

Por último, se solicitan espacios accesibles (infraestructura, intérpretes, *braille*), inclusión en proyectos, eventos (mediante subsidios y tarifas diferenciales), integración de artículos de la Política Pública de Discapacidad (Ley 1171 de 2011) a la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa e información oportuna.

Auditorios y teatros pequeños

Este sector enfrenta numerosas dificultades en el ejercicio de su gestión. Principalmente, se considera una hazaña la consecución de patrocinadores, ya que para los empresarios y empresarias el beneficio tributario por sus donaciones es mínimo y, además, la inversión en cultura parece ser mucho menos tangible que la inversión en otros sectores. Esto representa un verdadero problema para los grupos de teatro u otras artes escénicas, ya que si dependen solo de la taquilla no suelen alcanzar su punto de equilibrio. A este peso se suma que el público local no cree en el teatro nacional, lo que genera dificultades a los egresados en artes escénicas para conseguir trabajo y, en consecuencia, una abundante fuga de talentos.

Ahora bien, si los teatros hacen programación internacional también encuentran dificultades: se percibe un alto nivel de burocracia en la consecución de permisos

(derechos de autor, seguridad, habilitación) y la mayoría de los teatros de la ciudad no cumplen con los estándares en infraestructura que piden muchos artistas extranjeros.

Sumado a lo anterior, se perciben amplias brechas en el capital humano integral que se encarga de gestionar los escenarios, no solo desde lo técnico, sino también desde las herramientas empresariales. En el caso de los teatros más pequeños, una sola persona tiene que hacerlo todo. Es necesario acompañar esta común transición profesional de artista a gestor, crear pasantías, vincular a la academia en las necesidades y brindar a los estudiantes las competencias prácticas en sostenibilidad, marco legal, economía colaborativa, entre otras. Además, estos gestores y gestoras deben conocer las fuentes de financiación existentes y saber cómo formular proyectos y cómo aplicar.

Entre las numerosas oportunidades, se consideran: el aprovechamiento de las alianzas público-privadas, el movimiento cultural creciente en la ciudad, los públicos cada vez más curiosos y abiertos, los circuitos entre teatros que se están gestando en localidades como Teusaquillo, La Candelaria y Chapinero, la creación o ampliación de un directorio del sector (puede ser con apoyo del PULEP), la posibilidad de que cada teatro caracterice mejor a su tipo de público, el teatro como factor de cohesión social y como herramienta política en esta coyuntura de posconflicto, los estímulos existentes que permiten que los artistas participen en escenarios grandes, entre otras. Es imperativo revisar qué está pasando en otras ciudades para generar circulación en red ya que se considera que el tema es de mercado interno.

Para alcanzar la sostenibilidad, los agentes consideran determinante la existencia de beneficios tributarios, la revisión de medidas usadas en otros países, contar con estímulos similares a los del sector de la cinematografía, darle un uso más estratégico a los recursos públicos (como programación continua, "pases-cultura" o planes de medios), hacer evaluaciones de impacto de tales usos, generar investigación sectorial para contar con argumentos que respalden la inversión pública y privada, generar alianzas para prestación de servicios y para mejorar la experticia de la gente, crear circuitos y alianzas con los teatros del país y crear retos hacia las instituciones.

Para finalizar, a los agentes les parece peligrosa la terminología del emprendimiento cultural y de la industria creativa y cultural. Para ellos, si se hablara de industria se entendería que ya no se necesita ningún tipo de apoyo. Por esto, se considera necesario separar las necesidades de quienes pertenecen a la industria y de aquellos cuyos modelos financieros no les da para ser sostenibles. Con las diferencias se pueden entender los distintos niveles.

Categoría 3: Entrevistas a agentes clave

En esta sección se presenta un análisis de resultados y hallazgos de las entrevistas realizadas a expertos sectoriales, identificados previamente mediante una rigurosa investigación. Para este ejercicio se usó un instrumento de entrevista semiestructurada compuesto por cinco secciones: i) definiciones y conocimiento de antecedentes de políticas culturales, ii) reconocimiento de actores relevantes para la formulación de la política, iii) estado actual del sector y, iv) perspectivas sobre las medidas de política pública empleadas de acuerdo a la revisión de literatura. El análisis de estos resultados parte de la identificación de los momentos más relevantes de cada entrevista y la síntesis de estos aportes.

Definiciones y conocimiento de antecedentes de políticas culturales

Emprendimiento cultural, para los artistas independientes, se define como la generación de oferta de bienes y servicios culturales a través del *acto creativo*, siendo este último, el que agrega un valor diferencial y le da al sector cultural una naturaleza distinta frente a otros renglones tradicionales de la economía. “En algunos casos, tal *acto creativo* corre el riesgo de no ser aceptado por las lógicas del sistema industrial”: Juancho Valencia (Músico y emprendedor). En otros casos, es posible que el producto sea bien recibido pero que, el creador desconozca la protección de sus derechos de propiedad intelectual.

Por otra parte, varios de los entrevistados expresaron la no comprensión de la diferencia entre emprendimiento e industria y recomendaron que, en el marco de la política pública, esto se delimite claramente, como también los alcances, las interrelaciones y el tránsito entre uno y otra.

Para una parte de los agentes, especialmente aquellos insertos en las lógicas del emprendimiento y la sostenibilidad, es fundamental que se quite el estigma de la relación entre valor cultural y valor económico, pues siempre que el primero se proteja, el segundo podrá ir en beneficio del creador y del ecosistema. Para lograrlo, es necesario incluir como ejes de política pública, por una parte, la identificación y fortalecimiento de las redes de trabajo entre partícipes del sector y, por otra, reconocer las dinámicas y lógicas de los territorios. En este sentido, Yan Camilo Vergara Gallo, CSO en Jiuman, consultora en economía creativa, considera que:

Es muy importante que el Estado asuma el papel de entender los territorios y aprenda a “construir sobre lo construido”. Las comunidades, en buen sentido, son un apoyo y una guía sobre lo que se ha hecho en cada lugar, sobre cuáles son los siguientes pasos. Si el Estado aprende a leer estos mensajes, podrá acercarse a lo que cada territorio en su particularidad necesita, pues las soluciones genéricas suelen presentar un amplio margen de error.

De esto se puede concluir la relevancia de concebir la ciudad como un tejido de realidades particulares en cada una de sus 20 localidades, y así mismo, pensar la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa para Bogotá.

Reconocimiento de actores relevantes para la formulación de la política.

La mirada de ecosistema cultural identifica como uno de los agentes clave al sector público, no obstante, su papel debe distar de una concepción meramente paternalista y de mecenazgo. Para Fernando Ojalvo Prieto, expresidente de Sura,

las entidades públicas deberían estructurar planes de acompañamiento a proyectos de emprendimiento cultural que cumplan ciertas características, con el fin de que, en los primeros años, estos desarrollen la suficiente capacidad para generar crecimiento, como en un verdadero proceso de negocio.

En esa medida, complementa Ojalvo, los creadores y creadoras deben aprender a compartir sus ideas para poder conformar equipos multidisciplinarios que los ayuden a desarrollarlas y hacerlas crecer, de lo contrario, es muy probable que el proceso cultural fracase, ya que un solo individuo difícilmente sabe de todo y puede atender la escalabilidad de su proyecto.

Ahora bien, la construcción de redes es una dinámica sobre la que algunas instituciones de carácter nacional, también importantes en el proceso de política pública, han iniciado acciones bajo una política que privilegia la construcción colectiva y las relaciones como mecanismo de sostenibilidad, generación de valor compartido y transformación social. En este sentido, lo expresa Oswaldo León, Gerente de CONFIAR, al referirse a la política y a las prácticas de esa entidad, desde donde se establece una mirada más allá de la acumulación de capital financiero o económico: "Es determinante generar relaciones con el territorio, con los grupos culturales, con los grupos comunitarios, con los círculos virtuosos económicos que se arman en el territorio, porque todo eso va generando una dinámica de construcción colectiva".

A nivel distrital, desde lo público, el Idartes, cuenta con siete gerencias especializadas en algunos sectores del campo cultural, convirtiéndose en un actor determinante ante un proceso de Política Pública sectorial. A continuación, se describen las gerencias en mención y sus roles predominantes en materia de emprendimiento cultural e industrias creativas:

Estado actual del sector.

Para algunos entrevistados, en Colombia todavía no se puede hablar de industrias culturales y creativas. Según Juancho Valencia, aún no se alcanzan magnitudes de producción desproporcionada, con algunas excepciones, por lo que "seguimos siendo artesanos". Miguel Urrutia, director de cine y fundador de Cine Recursivo, en la misma línea, opina que, "más que industria, hay muchas actividades alrededor de una industria".

Ahora bien, en términos de sostenibilidad de emprendimientos, empresas e industrias del sector cultural, los expertos señalan deficiencias en: i)

competencias de gestión, ii) definición de perfiles y roles, iv) estructura de costos que permitan soportar las actividades de gerencia y *management* y, v) ausencia en la exploración de costos compartidos para cubrir obligaciones administrativas. En muchos casos, afirma Fernando Ojalvo, del Grupo SURA, los grupos de trabajo están conformados por personas vinculadas “por amor al proyecto” y no porque cuenten con la preparación para la gestión empresarial, como lo es un emprendimiento cultural. En otros casos, para la empresa cultural es muy caro sostener los costos de la estructura administrativa y operativa, por lo cual, deberían crearse centros de servicios comunes que atiendan en esta dimensión a varias empresas, agrega.

Otras variables que podrían favorecer la sostenibilidad de los emprendimientos y que se identificaron como ausentes en muchos emprendedores y emprendedoras y empresarios y empresarias de la cultura fueron: i) ejercicios de planificación de nacimiento, crecimiento y expansión del negocio y ii) diversidad de bienes y servicios culturales y de formas de conformación y operación empresarial. Al respecto, Juancho Valencia opina: “no es solo hablar de primera infancia, sino pensar qué pasará cuando este proyecto sea adolescente, cuando sea adulto. De alguna manera el Estado está atendiendo la primera infancia de la carrera de los músicos, en la adolescencia, la mayoría busca alternativas fuera del país, no fue el caso de nuestro proyecto porque tenemos una empresa y podemos subsistir de otros productos, proyectos, desarrollos y producciones”.

Perspectivas sobre las medidas de política pública.

Para una parte de los entrevistados, existen amplias brechas entre lo que los programas de formación enseñan y lo que las personas necesitan saber para gestionar sus empresas culturales y creativas. Según Juancho Valencia, Músico y Productor, “ninguna universidad en Colombia imparte un curso de derechos de autor a sus estudiantes de Composición Musical, entonces uno sale al mundo sin saber cómo lucrarse como autor ni cuáles son sus derechos y deberes”. Para Santiago Aristizábal, Gerente de la División de Música de Yamaha, “hay que trabajar desde las bases dándole a los niños, además de formación artística, herramientas como, la creación de redes, estructuración proyectos, cultura financiera, entre otras”.

Además, Aristizábal deja clara la necesidad de propiciar relaciones fuertes a nivel intra e intersectorial, con agentes estratégicos como los medios de comunicación privados y las cajas de compensación, que podrían aportar en la circulación y formación del sector. Esto apalancaría las relaciones de apoyo financiero desde el sector privado, que, según agrega “usan como indicador la presencia del artista en medios”.

Se pone en escena también la necesidad de identificación y fortalecimiento de las redes de trabajo como un factor importante en la generación de procesos alternativos de sostenibilidad de los emprendimientos. En esta medida es

necesario comprender las interacciones entre los agentes culturales y creativos, además de caracterizar el tipo de relaciones que se tejen entre ellos y con otros agentes relevantes para el sector. Todo este conjunto de interrelaciones permite aproximarse a la visión necesaria del ecosistema creativo, que debe ser un eje estructural de la política pública.

Con respecto a esto, Juan Miguel Higueta, de Proantioquia, opina que, cuando un emprendedor cultural se sumerge en una red de aliados, “abre más escenarios de exposición, puede generar más recursos y relaciones necesarias para su expansión, crece y se consolida, genera más valor agregado y mayor impacto”. Para Miguel Urrutia, la clave está en “construir nuevas redes desde lo público y lo privado y en mantener activas las redes existentes”.

En la dimensión de espacios adecuados para crear y hacer negocios, los expertos consultados recomiendan **minimizar las propuestas de gentrificación** y priorizar la participación de las localidades periféricas. Según Fernando Ojalvo,

es fundamental trabajar en todos los rincones de Bogotá para sembrar la semilla en las comunidades. Así, será más fácil construir una mirada de largo plazo y de sostenibilidad de un proyecto que será la suma de muchos proyectos culturales pequeños.

En materia de financiación, se encuentra que los mecanismos existentes desde el sector privado para la promoción de emprendimientos e industrias culturales, no se adaptan a los requerimientos, tamaños y condiciones de los emprendedores y emprendedoras culturales, por lo que una política que se oriente a generar condiciones para la promoción, fortalecimiento de emprendimientos del sector cultural, debe trabajar a su vez en la generación de condiciones para la financiación de iniciativas y modelos de negocio de este sector. Pues según un experto, cuando se analizan las solicitudes de crédito por parte de empresarios y empresarias culturales –aún siendo flexibles- se encuentra baja probabilidad de ser factibles y luego, hay dificultades en el pago del crédito.

En este orden, el papel de la política, según se encuentra en las entrevistas, debería ser impactar en las formas de valoración de la oferta cultural, además, simultáneamente deberían favorecerse los mecanismos para mejorar la calidad de la misma oferta, venta y consumo de los productos y servicios culturales. Este esfuerzo no debe limitarse a líneas de crédito sino a la potencial inserción en el mercado, es decir, ayudar a los emprendedores y emprendedoras a que se conecten con *quién les compre el trabajo, buscando generar un círculo virtuoso*.

En línea con lo anterior, para expandir la disposición al consumo de bienes y servicios culturales, se considera fundamental acumular capital Cultural en las personas, a través de la promoción del acceso a la cultura desde temprana edad (anclada incluso a procesos formativos) para propiciar futuros consumidores. De

lo contrario, a los creadores y creadoras y emprendedores y emprendedoras les seguirá costando trabajo encontrar quién consuma sus creaciones. Para esto podrían crearse alianzas con los sectores Educación e Integración Social del Distrito.

Ahora bien, la implementación de estrategias de ampliación de mercado debe distanciarse de la lógica de gratuidad como estrategia de construcción de públicos. Ya que esta debe limitarse a garantizar el acceso a aquellos segmentos de la población que más lo necesitan, contrarrestando las distorsiones de mercado, que, en contravía, pueden generar detrimento al consumo cultural. Respecto a los incentivos que requeriría el sector productivo y económico para vincularse a proyectos culturales, se plantea, por parte de uno de los expertos, que la destinación de los incentivos tributarios esté asociada a mecanismos de auditoría con los que se pueda generar la trazabilidad de las destinaciones y usos de los aportes de las empresas privadas, organizaciones y actividades sobre las que se tengan imposiciones fiscales.

El apoyo de empresas de otros sectores a las empresas creativas y culturales depende, en gran medida, de la identidad de las primeras; así, más allá de cualquier valor publicitario existen, según lo identifican los expertos, misionariedades corporativas, sin interés comercial, en donde prima el impacto en la transformación social de las comunidades.

En suma, las opiniones de los entrevistados son alentadoras, toda vez que, coinciden en la necesidad de llevar a cabo una política pública que fortalezca y de continuidad a los programas y acciones que incentiven las dinámicas de mercado del sector cultural, en aras de mejorar la calidad de vida de sus agentes. Según Diego Gómez, Director Creativo y Productor Musical de Llorona Records,

una Política Pública de Industrias Culturales es algo inevitable, es una necesidad frente a un sector que está creciendo y representa casi que el corazón y el espíritu de una ciudad como Bogotá. Es una obligación de las entidades públicas en este momento para generar líneas concretas de pensamiento, de apoyo, de articulación entre las personas que trabajamos y vivimos de las industrias culturales, es atender a un movimiento que representa la voz y el sentir de los artistas y de las personas que trabajan con su creatividad.

Para Gareth Gordon, Líder Plataformas Comerciales de Industrias Creativas de la Cámara de Comercio de Bogotá, es “una coyuntura histórica que las instituciones se estén articulando cada vez más para lograr dar una respuesta articulada y unitaria al sector, para lograr desarrollar todo ese potencial que la bellísima música colombiana tiene en este momento”. Por su parte, Natalia Orozco, Gerente de Danza del Idartes, más allá del análisis de mercado, cree:

profundamente necesario hablar desde el lugar de reconocimiento de las prácticas, como productoras de saberes, de vocaciones, de aptitudes, de procesos que transforman las éticas y las maneras de comprender las relaciones con los

otros y, si eso entra dentro de las relaciones económicas de una sociedad, pues también tendremos que pensar y reflexionar sobre el ejercicio de la práctica y su relación con la economía.

También se plantean algunas inquietudes respecto al proceso de participación del sector en la construcción de la política y la delimitación de los sectores creativos que serán objeto de la misma. Para Angélica María Bueno, del Teatro Mayor Julio Mario Santo Domingo,

es importante tener en cuenta la situación actual, es importante involucrar a todos los actores de lo que puedan significar las industrias creativas [...], qué industrias o qué compañías van a agrupar lo que llamamos el sector creativo o la "economía naranja". Me parece muy importante que se haga el análisis segmentado para tener todas las perspectivas y que no generen conflicto unas con otras.

Conclusiones

Las variables asociadas a cada uno de los componentes de la matriz DOFA, sean analizadas entre sí más allá de la segmentación establecida por la misma matriz. Este cruce de variables, permite facilitar el diseño de estrategias de optimización de oportunidades y fortalezas, así como acciones que minimicen los impactos asociados a las debilidades y amenazas evidenciados por los participantes en los talleres territoriales.

Así mismo, complementar el análisis con otras herramientas que permitan la priorización de variables, como es el caso de la matriz Vester, que permite identificar aquellas variables que tienen mayor incidencia en el desarrollo cultural de los territorios. De igual manera, prioriza las variables en función de la incidencia que pueden tener éstas sobre otras variables, lo que facilita la priorización de acciones. En concordancia con lo anterior, el análisis podría enriquecerse y facilitar la priorización de acciones.

10. IDENTIFICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DE PUNTOS CRÍTICOS

Los puntos críticos hallados, una vez realizada la revisión documental del capítulo uno ("Propuesta de estructuración de política pública"), el análisis cuantitativo del capítulo siete y, los resultados de metodologías cualitativas del sector expuestos en el capítulo ocho, se encontraron como resultados una serie de temas que convergen en cinco dimensiones principales, a ser: la falta de espacios adecuados para la creación y el desarrollo de negocios; la baja conexión entre creación/producción y los canales y plataformas de circulación y de distribución de bienes y servicios culturales y creativos; las dificultades de acceso a las fuentes de financiación de empresas y emprendimientos; la insuficiente oferta educativa especializada, que genera brechas entre la creación de capital humano y las demandas sectoriales y; la falta de información sobre el estado del sector, de las organizaciones y de las mismas prácticas que se llevan a cabo desde el sector público. Todo esto, a la luz de transversalidades como el uso incipiente de las nuevas tecnologías en el desarrollo de modelos de negocio.

Para desagregar y analizar los puntos críticos del sector, teniendo en cuenta tanto los positivos como los negativos, y del orden macro y micro, se construyó una matriz de evaluación de factores internos y externos, también conocida como Matriz EFE y EFI. La tabla a continuación muestra los factores externos clave del sector (Oportunidades y Amenazas) con sus respectivas puntuaciones según estado su actual (de 1 a 4, donde 1 es deficiente y cuatro es excelente), y las ponderaciones de cada punto crítico, de acuerdo al nivel de importancia que, en promedio, los agentes indagados le dieron a cada uno.

FACTORES EXTERNOS CLAVE		Importancia	Estado	Valor
Oportunidades				
1	Talento y vocación cultural de la ciudad	3,00%	4	0,12
2	Diversidad cultural	3,00%	4	0,12
3	Presencia de colectivos urbanos	2,00%	4	0,08
4	Escenario de posconflicto	2,00%	4	0,08
5	Riqueza patrimonial material e inmaterial	2,00%	4	0,08
6	Abundante oferta cultural	2,00%	4	0,08
7	Crecimiento de oferta académica asociada a la gestión cultural	1,30%	3	0,04
8	Creciente generación de puestos de trabajo	2,00%	4	0,08
9	Coyuntura política y normativa en la ciudad y el país	1,72%	4	0,07
10	Creciente creación de empresas culturales y creativas	1,72%	4	0,07

11	Cuenta Satélite de Cultura de Bogotá, como línea base sectorial	1,30%	4	0,05
12	Normativa existente sobre los enfoques poblacional diferencial y ambiental en Bogotá	1,50%	4	0,06
13	Concentración institucional en la ciudad	1,80%	3	0,05
14	Trabajo adelantado por diversas entidades y agentes en la ciudad (programas de promoción, plataformas, mercados, festivales, etc)	2,00%	4	0,08
15	Particularidades y procesos en las localidades	1,72%	4	0,07
16	Ruralidad	1,00%	3	0,03
17	Canales de difusión institucional	1,00%	4	0,04
18	Estrategia de Especialización Inteligente	1,50%	4	0,06
19	Concentración empresarial y gremial en la ciudad	1,80%	4	0,07
20	Aglomeración espontánea de empresas culturales y creativas	2,00%	4	0,08
21	Articulación público-privada	1,72%	4	0,07
22	Infraestructura cultural existente (activa, subutilizada y para recuperación)	2,00%	4	0,08
23	Creación de alianzas intra e intersectoriales	1,72%	4	0,07
24	Creciente aporte al PIB de las actividades culturales y creativas	2,00%	4	0,08
25	Potencial competitividad y productividad del sector	1,72%	4	0,07
26	Investigaciones sectoriales existentes	1,00%	4	0,04
27	Turismo cultural	2,50%	4	0,10
28	Nuevos escenarios de las artes escénicas	1,80%	4	0,07
29	Audiencias inexploradas	3,00%	4	0,12
Amenazas				
1	Dificultades de acceso a financiamiento	3,00%	1	0,03
2	Déficit de información sectorial y del estado de las organizaciones	2,00%	2	0,04
3	Brechas entre oferta educativa y demandas del sector	2,00%	1	0,02
4	Baja difusión y/o problemas de acceso a la información sobre las ofertas institucionales	1,50%	1	0,02
5	Inconsistencias en la clasificación de los códigos CIU, CIOU y CPC del Sistema de Cuentas Nacionales	0,30%	2	0,01
6	Balanza comercial negativa para los productos culturales y creativos partícipes en el exterior	0,50%	2	0,01
7	Pocos estímulos al consumo de bienes y servicios culturales y creativos	2,00%	1	0,02
8	Desarticulación público-privada e instituciones-comunidades	2,00%	1	0,02

9	Escasez de espacios y programas diferenciados para grupos poblacionales, y/o grupos en condición de vulnerabilidad, que convergen en la ciudad	1,72%	1	0,02
10	Escasos incentivos públicos para el fomento del emprendimiento cultural y creativo	1,72%	2	0,03
11	Poca flexibilidad tributaria	0,80%	2	0,02
12	Concentración de recursos públicos y/o malversación	2,00%	1	0,02
13	Poca continuidad de apoyos gubernamentales	2,00%	2	0,04
14	Poca protección a la propiedad intelectual	2,00%	1	0,02
15	Baja asociatividad, trabajo colaborativo, redes y procesos gremiales	1,60%	1	0,02
16	Falta de Políticas Públicas	2,00%	1	0,02
17	Elevados costos de entrada y escasas plataformas de creación, circulación y venta de bienes y servicios culturales y creativos	1,40%	1	0,01
18	Competencia desleal entre emprendedores y emprendedoras	1,00%	1	0,01
19	Poca armonización entre actividades económicas de lo cultural y creativo con la normativa de la ciudad	1,00%	2	0,02
20	Lugares proclives a la gentrificación	1,50%	1	0,02
21	Estereotipos negativos sobre el sector	1,50%	1	0,02
22	Estrategias de creación de públicos mal focalizadas	1,80%	1	0,02
23	Altos costos de formalización y producción	1,72%	1	0,02
24	Exceso de burocracia en procesos como, consecución de permisos y licencias, especialmente para usos del espacio público	1,72%	1	0,02
25	Inadecuada regulación para usos de bienes inmuebles	1,90%	1	0,02
26	Confianza deteriorada de agentes culturales en la institucionalidad	1,20%	1	0,01
27	Capital humano sin profesionalizar	1,20%	1	0,01
28	Falta de oportunidades para inserción del nuevo capital humano	1,30%	1	0,01
29	Falta de formación temprana de públicos	1,76%	1	0,02
Total		100,00%	Total EFE	2,66

Fuente: Secretaría Distrital de Cultura Recreación y Deporte. Elaboración propia.

Como puede observarse, entre las Oportunidades, se consideran preponderantes: el talento y la vocación cultural y creativa de la ciudad, la diversidad cultural que en ella converge y las audiencias aún inexploradas pero proclives al consumo y la apropiación cultural y creativa. Entre las principales amenazas se encuentran: las dificultades para acceder a financiamiento, el déficit de información sectorial, las brechas en capital humano especializado, la falta de estímulos concretos al consumo cultural y creativo, la desarticulación institucional y, otras distorsiones desde el sector público como, la concentración de recursos, la falta de continuidad en programas gubernamentales y la ausencia

de políticas públicas encaminadas a promover las actividades económicas y la sostenibilidad del sector.

En esta dimensión (Factores Externos) se encontró que en total, la ponderación de puntos críticos suma 2.66, donde los valores superiores a 2.5 se consideran positivos. Es decir que, a pesar de percibir un sinnúmero de amenazas, las oportunidades del sector tienen alta preponderancia. Por esto deben diseñarse tanto estrategias macro que potencien las oportunidades existentes, como estrategias que contrarresten las amenazas, contando con un entorno favorable.

Por otra parte, se encontraron puntos críticos al interior de las organizaciones (Fortalezas y Debilidades) que se exponen en la tabla a continuación. En este caso también se evidencia un valor total a la media (2.5) pero tan solo por 0.9 puntos (2.59), lo que indica que, si bien las Fortalezas al interior de las organizaciones tienen mayor preponderancia que las Debilidades, la diferencia es mínima, es decir, las organizaciones se enfrentan a grandes retos y obstáculos en su día a día.

FACTORES INTERNOS CLAVE		Importancia	Estado	Valor
Fortalezas				
1	Rekursividad e iniciativa	5,00%	4	0,20
2	Creatividad	10,00%	4	0,40
3	Capital humano (empírico en gran proporción)	9,00%	4	0,36
4	Amplia diversidad de expresiones culturales	8,00%	4	0,32
5	Modelos de economías colaborativas	4,00%	4	0,16
6	Valor simbólico	7,00%	4	0,28
7	Aprovechamiento de alianzas público-privadas	4,50%	3	0,14
8	Creaciones con altos estándares de calidad	6,00%	4	0,24
Debilidades				
1	Baja representatividad de emprendimientos y empresas en instancias de participación distritales	3,00%	2	0,06
2	Desconocimiento del contexto normativo nacional y distrital	3,00%	1	0,03
3	Falta de herramientas para la gestión (planificación, contabilidad, formulación de proyectos, modelos de negocio, propiedad intelectual, marco legal, etc)	8,00%	1	0,08
4	Bajo apropiación de las TIC's	6,25%	1	0,06
5	Escaso interés de patrocinadores y/o socios	6,25%	1	0,06
6	Definición de perfiles y roles	3,00%	1	0,03
7	Informalidad en las empresas y los empleos	7,00%	1	0,07
8	Baja sostenibilidad de las empresas y emprendimientos	10,00%	1	0,10
Total		100%	Total EFI	2,59

Fuente: Secretaría Distrital de Cultura recreación y Deporte. Elaboración propia.

Algunos de los puntos críticos negativos en este ámbito fueron: los inconvenientes para encontrar la sostenibilidad de emprendimientos y empresas, la falta de herramientas para la gestión y los negocios, y la informalidad es que se ven sumergidas tanto las organizaciones como el tipo de empleo que se genera en el sector. En contraste, se conciben como principales fortalezas: la creatividad, el vasto capital humano asociado a las actividades culturales y creativas (empírico en gran medida), la amplia diversidad de expresiones culturales en el corazón de las organizaciones y el amplio valor simbólico.

11. TENDENCIAS Y/O BUENAS PRÁCTICAS

El desarrollo e implementación de políticas culturales en diferentes ciudades del mundo ha permitido la generación de valor económico, valor cultural y mayor bienestar social; es por eso que algunos de sus objetivos principales son promover e integrar la economía con la cultura para incrementar la productividad de las industrias creativas y generar cohesión social. Al existir dos dimensiones, la cultural y la económica, se debe buscar un punto donde lo público proteja y promueva la cultura como elemento inherente a una sociedad, pero también que permita por medio de incentivos el desarrollo económico de los agentes involucrados en el sector, creando condiciones propicias que promuevan la creatividad, la productividad y el mejoramiento de su calidad de vida.

En este sentido, desde una perspectiva económica, los gobiernos deben intervenir para solucionar fallas de mercado y redistribuir recursos. Propendiendo así, por el bienestar de los ciudadanos mediante la prestación de servicios públicos, tales como la educación, la salud y la cultura, la protección de la propiedad privada y la provisión de seguridad en el territorio; acciones que promueven iniciativas de inversión privada. Es por esto, que el “Plan de Desarrollo Económico, social, Ambiental de Obras Públicas para Bogotá 2016-2020”, que tiene como pilares: “Igualdad en calidad de vida, igualdad de todos ante ley y construcción de comunidad”, busca precisamente crear condiciones que mejoren los desequilibrios existentes entre emprendedores y emprendedoras, y empresarios y empresarias culturales y creativos y los consumidores de sus bienes y servicios.

Una de las metas de dicho plan es la formulación de la primera Política Pública de Emprendimiento e Industrias Culturales y Creativas para la ciudad, hoy llamada Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa, a través de la cual se incentivará el emprendimiento cultural como la capacidad de transformar ideas en negocios sostenibles, se promoverán la eficiencia, la productividad y la innovación, y se fortalecerá todo el ecosistema. Para identificar las necesidades y establecer medidas y herramientas efectivas que incentiven esta industria, el equipo técnico de la Secretaría por un lado ha indagado sobre los antecedentes, programas, políticas más exitosas y estudios a nivel local, nacional e

internacional, y por el otro, viene complementando con un fuerte componente de participación ciudadana y otras operaciones de levantamiento primario de información.

Tras esta tarea, se ha evidenciado que las medidas de política más efectivas para las Industrias Culturales y Creativas son: 1. La generación de espacios adecuados (Distritos Creativos-ADN) para el desarrollo de la actividad cultural y creativa y el desarrollo de negocios. 2. El establecimiento de programas de fortalecimiento empresarial para los emprendedores y emprendedoras y empresarios y empresarias del sector. 3. La creación de *Ventures-Capital* para fomentar nuevos negocios, programas de incentivos tributarios y de flexibilización de acceso a créditos. 4. El diseño de estrategias de internacionalización a nuevos mercados y la generación de espacios que propicien la articulación con otros sectores de la economía.

Por lo tanto, es claro que desarrollar programas enfocados en la oferta, sin tener en cuenta los gustos y restricciones de los consumidores, puede tener como resultado la baja demanda de programas y políticas que al final no cumplan con los objetivos de crecimiento económico y desarrollo social, tanto para los agentes del sector cultural y creativo como para el agregado de la sociedad. Por tal motivo, para la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte es importante identificar cuándo intervenir y en qué medida hacerlo, a fin de evitar distorsiones, tales como la sobreoferta pública o la retracción de la inversión privada en la producción de bienes y servicios culturales y creativos. Este análisis considera las capacidades y la eficiencia de los sectores público y privado, respectivamente.

Este gran reto, que se encuentra en construcción y que tendrá un inminente impacto en el sector y en la ciudad, está conformado por tres fases: Diagnóstico, Diseño, Implementación y Evaluación. Identificar el equilibrio entre los beneficios y costos de privados y sociedad permitirá el desarrollo de una política pública que incentive tanto consumo como oferta, a través de estrategias y programas que creen un balance entre lo cultural y lo económico, manteniendo así una identidad cultural y el desarrollo de la industria creativa.

Diferentes investigaciones han recopilado las medidas o programas de políticas públicas más eficientes y eficaces para apoyar el emprendimiento y las industrias culturales y creativas en el mundo. Los estudios más importantes encontrados son Medidas de Políticas Públicas para as Indústrias Criativas, de Gonçalves & de Sousa (2015); An International Comparative Quick Scan of National Policies for Creative Industries, de European Institute for Comparative Urban Research, de EURICUR & Erasmus University Rotterdam (2007); Creative Metropoles, de INTERREG IVC Programme (2011); y How to Support Creative Industries, de Creative Metropoles (2011); entre otros.

Aunque son escasas las publicaciones sobre las medidas de políticas públicas

para apoyar el emprendimiento y las industrias culturales y creativas, se reconoce su importante aporte no solo en el desarrollo económico, sino también en su potencial de transformación social mediante la cohesión social y la apropiación de contenidos que generan identidad cultural. Es a través de estas que es posible generar procesos de representación como grupo social y se construyen modos de interrelación, con las cuales reconocer estereotipos, creencias y valores. En este sentido, es importante entender que “las políticas que reconocen las identidades culturales y favorecen la identidad no originan fragmentación, conflictos, prácticas autoritarias ni reducen el ritmo del desarrollo”³⁴.

Las investigaciones previamente nombradas, realizadas en diferentes países y continentes, posibilitan un entendimiento sobre que, si bien la producción de bienes culturales y creativos es diferente debido a las características culturales de los agentes creadores, las problemáticas y necesidades se presentan de formas similares sin importar en qué parte del mundo se encuentren los emprendedores y emprendedoras. Estas necesidades se identifican en cuatro grandes campos.

Sin importar entonces la ubicación geográfica de los agentes del campo cultural y creativo, todos ellos necesitan espacios adecuados no solo para su desarrollo cultural y creativo, sino también para comercializar de mejor forma sus bienes y servicios; Requieren programas de fortalecimiento empresarial para los emprendedores y emprendedoras, y cierre de brechas de capital para la industria que estimule demanda mediante oferta mejorada y competitiva; Apoyo financiero que disminuya barreras de acceso a capital e incentivos tributarios; y por último estrategias de ampliación de mercado.

En lo sucesivo, ahora se presenta una selección de los hallazgos más importantes de las diferentes medidas encontradas académicamente.

a) Espacios para el desarrollo cultural, creativo y de negocios

Distritos Culturales y Creativos

La primera de las medidas de políticas a desarrollar, que podría contener las demás, busca incentivar el desarrollo social, cultural y económico creando sitios dinámicos y amigables alrededor de antiguas zonas industriales por un lado mediante la renovación urbana, y por el otro promoviendo el establecimiento de actividades culturales y creativas. Todo esto con el objetivo de transformar espacios inutilizados en nuevos motores de desarrollo, fortaleciendo la seguridad de los sectores y promoviendo la cultura ciudadana. Y por último a través de la identificación de aglomeraciones culturales y creativas que se generaron espontáneamente que requieren mejoramiento de condiciones para el desarrollo

³⁴ Informe de Desarrollo Humano, 2004, PNUD, p. 2.

de sus actividades económicas.

Un Distrito Creativo se concibe como un centro de actividad económica que transforma el área en el que se encuentra ubicado y crea un entorno favorable alrededor del emprendimiento, la cultura y la creatividad, y permite que la comunidad se desarrolle, generando nuevas dinámicas de consumo y un permanente flujo de visitantes. Estos espacios, con un enfoque que articule la economía creativa, la atmósfera cultural, la cohesión social y la re-significación urbana, genera dinámicas entre oferentes y demandantes creativos, a la vez que promueve mejoramientos de la calidad de vida de todos los ciudadanos.

Distritos Creativos exitosos ubicados en diferentes ciudades del mundo, cuentan con un importante factor en común: las alianzas público-privadas. Algunos de estos referentes son LX Factory (Lisboa), el Pelourinho (Salvador Bahía - Brasil), Matadero de Madrid (Madrid- España), el Distrito de Diseño (Buenos Aires - Argentina), Ciudad del Río (Medellín -Colombia), The Distillery (Toronto - Canadá), Pirelli HangarBicocca (Milán - Italia), y el Miami Design District (Miami - EEUU), los cuales, mediante modelos de cooperación institucional y público-privados, se han apalancado con inversión estatal en adquisición, restauración y revitalización de bienes del patrimonio material e inmaterial, o en instrumentos que atraen la inversión privada, tales como obligaciones urbanísticas para crear espacios desde lo público y conceder su administración a privados, planes maestros urbanísticos que busquen fomentar espacios formados por experiencias creativas, incentivos tributarios, periodos gratis de arrendamiento a cambio de manutención de espacios o programación cultural continua, e incentivos al consumo a través del fortalecimiento de la oferta, entre otros. Logrando encontrar la sostenibilidad de las iniciativas a la vez que se promueven transversalidades como el turismo receptivo, la gastronomía, el establecimiento de empresas y de profesionales alrededor.

En este sentido, se resaltan a continuación algunas dimensiones determinantes en la activación de los Distritos Creativos vinculadas a la política pública que viene formulando la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte de Bogotá:

Incentivos dirigidos a empresas, inversionistas, residentes y consumidores:

- Tributarios
- Usos del espacio
- Concesiones

Condiciones de movilidad o conectividad:

- Ubicación estratégica
- Transporte público
- Vías de acceso
- Conexión con el resto de la ciudad

- Zonas de WIFI

Usos del suelo:

- Tiendas, librerías, salas de cine, teatros
- Establecimientos de alto impacto (espacio para eventos masivos, venues, restaurantes, cafés)
- Instituciones de educación (Sena, Escuela Taller, Escuela de Artes y Oficios, etc.)
- Vivienda
- Laboratorios y espacios de creación y colaboración
- Programación cultural permanente

Seguridad:

- Alumbrado público
- Vigilancia
- Activación de espacios (establecimientos de funcionamiento permanente, música, exposiciones callejeras)

Asociaciones sectoriales:

- Gastronomía
- Turismo cultural
- Hotelería

A continuación se muestran algunos de los ejemplos anteriormente nombrados, cuáles son sus usos, líneas estratégicas, ejemplos y modelos de gestión:

LX Factory - Lisboa

Se trata de un proyecto de rehabilitación urbana en el cual la promotora inmobiliaria Mainside, S.A. transformó y adaptó 23.000 m² de las antiguas instalaciones industriales ubicadas en el centro urbano de Lisboa, en una aldea creativa con condiciones especiales de acceso a emprendedores y emprendedoras y empresarios y empresarias de las industrias culturales y creativas. La inmobiliaria elabora el proyecto que tiene como base de sostenibilidad el arrendamiento directo de los espacios y establece contactos con empresas "tipo ancla". La elección y la invitación de estas empresas "ancla" se hizo con la colaboración del Ayuntamiento de Lisboa.

El grupo inmobiliario encargado del desarrollo del proyecto decidió intervenir poco físicamente el espacio y comenzó a alquilar a todo tipo de creadores y creadoras locales a 5 años con precios bajos entre los 6 y 9 euros el metro cuadrado. El distrito se entiende como una fábrica de experiencias donde es

posible intervenir, pensar, producir, presentar ideas y productos en un lugar para todos los sectores creativos: arquitectura, diseño, restauración, publicidad, moda, artes plásticas, música, libros, gastronomía y otros.

A parte de buscar desarrollo económico, tiene como objetivos fortalecer las capacidades en emprendimiento cultural y creativo; apoyar el crecimiento de los negocios y fomentar el atractivo de los lugares creativos.

Pelourinho – Salvador Bahía

El Pelourinho es el punto que despierta mayor interés en los turistas que visitan Salvador Bahía, ciudad brasilera ubicada en el nordeste de Brasil, cuenta con una extraordinaria oferta gastronómica, artesanías, arquitectura barroca y centros culturales.

Las antiguas construcciones concebidas como viviendas pasaron a ser ocupadas tras su rehabilitación por bares, restaurantes, tiendas, galerías de arte o museos, en su mayor parte orientados al sector turístico. Tiene un modelo de cooperación institucional, público y privado, desencadenado mediante una inversión estatal en adquisición y restauración de bienes que logró promover el turismo receptivo, a través de la revitalización del patrimonio material e inmaterial.

Sus usos principales son el turismo de playa y patrimonial, gastronomía, arquitectura histórica, fiestas tradicionales y ocio nocturno, lo cual requirió restauración urbana, definición de vocaciones de los polígonos para actividades comerciales y culturales y el fortalecimiento de la identidad cultural y de la cohesión social.

Distrito de Diseño – Buenos Aires

Promueve el establecimiento de empresas y profesionales, a través de beneficios tributarios y acceso a créditos, e incentivos al consumo a través del fortalecimiento de la oferta. Concentra en un espacio físico actividades relacionadas con el diseño y su cadena de valor; servicios, infraestructura y academia. Su estrategia de desarrollo incluyó la conformación de clúster, posicionamiento de ciudad, transformación colaborativa y fortalecimiento de competitividad para incrementar las exportaciones.

“El Distrito de Diseño revitaliza a Barracas, un barrio de pasado industrial que ha dejado grandes naves industriales de alto valor patrimonial, para estimular la radicación de los actores ligados al back productivo de la industria como las empresas, las academias y los profesionales del sector. Los nuevos residentes del polo generador de diseño reciben exenciones impositivas y facilidades para incitar el crecimiento propio junto con el de la industria”.

Matadero de Madrid – Madrid

Modelo de cooperación institucional, público y privado, que busca garantizar viabilidad. Las organizaciones privadas que se vinculan no pagan alquiler, pero se comprometen a la remodelación y programación de las actividades que incluyen festivales de música. Por ejemplo, la remodelación del matadero de cerdos por 16.8 millones de USD por parte de una fundación que promueve la lectura y se encarga de la programación del espacio; y la academia musical de Red Bull vinculada a la Red Internacional de Talleres de Música quien invirtió 2.2 millones de USD en adecuación.

Tiene como objetivo adicional al crecimiento económico la promoción de la creación en todas sus formas y expresiones, mediante tres ejes de actuación: formación de artistas y públicos, producción de obra y difusión de la cultura a nivel local e internacional.

Ciudad del Rio – Medellín

Transformación de una fábrica de acero y cemento para otros usos como servicios de salud, financieros, vivienda y espacios culturales. El elemento generador de valor es el Museo de Arte Moderno (MAM) que es construido con recursos de obligaciones urbanísticas que son recursos públicos administrados por privados. En este espacio se aprovecha la ubicación estratégica; Metro, Vías de acceso, rutas de transporte. Posee diferentes usos que van desde la vivienda, hasta servicios de salud, pasando por servicios gastronómicos, culturales y de entretenimiento. Algunos de los actores instalados en el sector son el Museo de Arte Moderno MAM, Ballet Folclórico de Antioquia, Canto Alegre, Orquesta Filarmónica, Restaurantes y cines.

La construcción, de iniciativa privada en un lote de 141.000 m², fue apoyada por la administración municipal en el 2006 al aprobar un plan parcial.

The Distillery – Toronto

“Hace casi 10 años, un grupo de visionarios miraron una colección de edificios abandonados de uso industrial y se imaginaron transformarlo. No en otro “distrito histórico” o “pueblo pionero” sino en algo emocionante y único. Querían crear un lugar que excitara e inspirara los sentidos. Donde la gente pudiera experimentar nuevas ideas, nuevos alimentos, nuevos diseños y nuevas formas de vida y trabajo”.

Es una iniciativa privada con apoyo institucional público que promueve y protege el patrimonio arquitectónico del lugar a la vez que establece condiciones propicias para el desarrollo de restaurantes, tiendas, eventos y diferentes actividades culturales.

Pirelli HangarBicocca – Milán

Centro dinámico de experimentación y descubrimiento que cubre 15.000 metros cuadrados, convirtiéndolo en uno de los mayores espacios de exposición en Europa. Presenta cada año grandes muestras solistas de artistas italianos e internacionales, donde cada proyecto es concebido para trabajar en estrecha relación con la arquitectura del complejo.

Iniciativa privada que se ha convertido en uno de los mayores espacios de exposición de Europa. La entrada al espacio y espectáculos es gratuita financiada por la fundación con el objetivo de ayudar al público a conectarse con el arte. El complejo, que una vez fue una fábrica de locomotoras, incluye hoy un área de servicios públicos y actividades educativas, y tres espacios de exposición.

Miami Design District – Miami

Busca fomentar experiencias creativas asociadas a las compras de lujo, expresiones culturales y consumo gastronómico. Iniciativa privada que ha transformado activamente la zona, presentando las mejores experiencias de compras, culturales y culinarias dentro de un contexto arquitectónicamente significativo estructurado en un plan maestro urbanístico que busca fomentar un barrio formado por experiencias creativas.

b) Programas de formación

Programas de Fortalecimiento Empresarial

Esta medida establece como principal objetivo el de ayudar a los emprendedores y emprendedoras culturales y creativos y creativas a administrar sus ideas de negocio maximizando su probabilidad de éxito mediante el desarrollo y mejora de competencias empresariales. Los contenidos tratados son la administración y modelación de negocios, entrenamiento en habilidades gerenciales, aumento en la capacidad de ampliación de redes de trabajo, simulación financiera, impuestos, mercadeo y contabilidad.

Se pueden rastrear diferentes programas con estas orientaciones, en Barcelona el programa CREAMEDIA³⁵ busca apoyar a emprendedores y emprendedoras de las industrias culturales y creativas mediante el desarrollo de contenidos como:

³⁵ Sitio web de CREAMEDIA:

<https://emprenedoria.barcelonactiva.cat/emprenedoria/es/programas/creamedia.jsp>

Modelo de Negocio y Propuesta de Valor; Aspectos legales y fiscales; Habilidades Emprendedoras; y Digitalización Empresarial. Grants and Guidance for Business Start-Ups³⁶ en Oslo brinda ayuda a individuos transformar ideas y actividades culturales/creativas en empresas rentables. En Tallin, el programa Creative Incubator³⁷ tiene como objetivo incrementar competencias empresariales y asegurar la sostenibilidad de los negocios. Por su parte, Medellín viene desarrollando desde 2015 el programa Creemos en el Arte y la Cultura³⁸, que busca el fortalecimiento de competencias para los emprendedores y emprendedoras del arte y la cultura de la ciudad.

Durante la investigación de información primaria y secundaria para esta política pública, la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte ha recopilado información sobre diferentes esfuerzos institucionales que se desarrollan en Bogotá. Entre ellos están:

- Centro de Emprendimiento de la Cámara de Comercio de Bogotá³⁹ (CCB) con programas en estrategia empresarial, innovación, mercadeo y ventas, finanzas, internacionalización, legal y trámites, producción y calidad, y gestión del talento humano
- Nodos de Emprendimiento Cultural del Ministerio de Cultura de Colombia⁴⁰
- Servicios de Fortalecimiento Empresarial de Bancoldex⁴¹
- Formación en Derechos de Autor para Industrias Creativas de la Dirección Nacional de Derechos de Autor⁴² (DNDA)
- Laboratorio de Formación en Emprendimiento Musical del Instituto Distrital de las Artes⁴³ (IDARTES)
- Programa Distrital de Estímulos para la Cultura de la Secretaría Distrital de Cultural, Recreación y Deporte⁴⁴ (SCRD) con becas de, fortalecimiento a empresas de las industrias culturales y creativas; y participación en mercados de las industrias culturales y creativas.

Cierre de brechas de talento humano

³⁶ Sitio web del programa: <https://www.innovasjon Norge.no/>

³⁷ Sitio web de Creative Incubator: <http://inkubaator.tallinn.ee/>

³⁸ Sitio web de la Secretaría de Cultura de Medellín: <https://www.medellinjovent.com/alcaldia-de-medellin-secretaria-de-cultura-ciudadana>

³⁹ Sitio web de la CCB: <https://www.ccb.org.co/Fortalezca-su-empresa/Temas-destacados/Formacion-Empresarial>

⁴⁰ Sitio web del Grupo de Emprendimiento Cultural (GEC) del Ministerio de Cultura de Colombia: <http://www.mincultura.gov.co/emprendimiento-cultural/Paginas/default.aspx>

⁴¹ Sitio web de Bancoldex: <https://www.bancoldex.com/>

⁴² Sitio web de la DNDA: <http://derechodeautor.gov.co/>

⁴³ Sitio web del IDARTES: <http://www.idartes.gov.co/es>

⁴⁴ Sitio web de la SCRD: <http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/convocatorias/4-videos/programa-distrital-de-estimulos-2018>

Estudios de capital humano en el sector cultural para identificar las brechas existentes entre la oferta y la demanda laboral se realizaron con el objetivo de identificar las necesidades técnicas del mercado, que requiere aumentos en la productividad y competitividad para lograr insertarse en una economía global e intercambiar rentablemente bienes culturales y creativos que generalmente son intangibles y transables.

Los principales documentos encontrados son la Investigación sobre Capacidades en el Sector Cultural: Examinando las Deficiencias y Escasez de Capacidades Sectoriales en Colombia, del British Council (2017); Marco Nacional de Cualificaciones Colombia del Ministerio de Educación, Ministerio de Cultura de Colombia y PNUD (2016); Plan Estratégico para Desarrollar el Talento Humano Vinculado y Relacionado con el Clúster de Industrias Creativas y de Contenidos, de la Cámara de Comercio de Bogotá (2016); Estudio de Brechas en el Capital Humano para el Sector de la Música, del PNUD (2017); y Estudio de Brechas en el Capital Humano para el Sector de la Comunicación Gráfica, del PNUD (2017).

En las siguientes infografías se presentan los resultados:

Estudios Capital Humano Sector Cultural	Investigación sobre Capacidades en el Sector Cultural: Examinando las deficiencias y escasez de capacidades sectoriales en Colombia (2017) 	Marco Nacional de Cualificaciones para Colombia-Sector Cultura (2016) 	Plan estratégico para desarrollar el talento humano vinculado y relacionado con el Clúster de Industrias Creativas y de Contenidos (2016) 
Áreas Analizadas	1 Gestión Cultural  2 Oficios Técnicos	Oficios técnicos en artes escénicas 	- Producción audiovisual - Agencias de publicidad y agencias de medios - Animación digital - Cine - Radio - Post productoras - Videojuegos 
Necesidades Identificadas	1 - Gestión de Negocios - Marketing Cultural y desarrollo de audiencia - Gestión del Patrimonio y Turismo Sostenible - Coordinación de la producción audiovisual - Producción música en vivo - Diseño y producción escénica - Producción para las artes visuales 2	- Montaje y diseño de estructuras - Escenotecnia (escenografía, iluminación, sonido) - Logística de espectáculos en vivo - Maquillaje - Vestuario - Cargos relacionados con procesos de gestión, divulgación y circulación	- Productor Ejecutivo - Creativo-Diseñador gráfico - Director - Ejecutivo de cuenta - Animador 3D - Gerente Administrativo-Financiero - Editor - Asistente Producción-Investigación - Programador-Desarrollador - Artista de composición 
Necesidades transversales en la cualificación	- Análisis de tendencias de los mercados culturales - Estructuración financiera de proyectos - Estrategias de distribución y comercialización, con énfasis en estrategias digitales - Planificación estratégica de marketing - Estrategias de conocimiento y desarrollo de audiencias 1 - Presupuestación - Inglés técnico 	- Nuevas tecnologías - Desarrollo de competencias transversales - Formalización del sector - Reconocimiento de los saberes empíricos	Las necesidades de formación que más tienen las empresas de los sectores estudiados son: - Animación y Postproducción - Contabilidad - Finanzas - Tributo Legal

Datos: Lado B (2017), PNUD (2017), Datexco (2016)

Fuente: Elaboración propia

Estudios Capital Humano Sector Cultural	 Estudio de Brechas en el Capital Humano para el sector de la Música (2017)	 Estudio de Brechas en el Capital Humano para el sector de la Comunicación Gráfica (2017)
Áreas Analizadas	Cadena de Valor Música Fonogramada y Música en Vivo 	• Editorial • Acabados / Post Impresión • Empaques/ Etiquetas • Publicaciones Periódicas • Publicitaria / Comercial
Necesidades Identificadas	• Productor General- Ejecutivo • Stage Managers • Jefe de Escenario • Asistentes de Producción • Director Artístico • Diseñador de Escenarios • Rodies • Tour Manager • Productores • Managers • Gestores Culturales y de Proyectos • Profesor de Música • Ingeniero de Sonido • Regidor	• Diseño 3D, Realidad Aumentada y Mundos Virtuales. • Prensista • Calidad, Producción y Operaciones • Comercial con conocimiento de procesos gráficos y tecnologías digitales • Operarios Calificados • Diseñador Gráfico – Especializado • Prensista Flexo • Encuadernador • Troqueladores • Conceptualizadores de productos 
Necesidades transversales en la cualificación	• Pedagogía (músicos) • Manejo de Sistemas de Información • Redacción • Comunicación Acertiva • Marketing Digital • Logística de Espectáculos en Vivo	• Cultura innovadora • Normas ISO • Conocimiento de máquinas especiales • Diseño de empaques y etiquetas • Valores agregados en TICs 

Datos: PNUD (2017)

Fuente: Elaboración propia

c) Apoyo financiero

El apoyo financiero al emprendimiento e industrias culturales y creativas debe ser diferenciado a otros sectores productivos por sus características especiales. Pese al crecimiento y la innovación en su producción, éste sector sigue siendo asociado con altos niveles de riesgo, lo que genera barreras de acceso a la banca tradicional. Esta problemática ha incentivado nuevos mecanismos de financiación como los créditos blandos, los capitales semilla y los fondos concursables.

Según el informe de Creative Metropoles, el apoyo financiero a las industrias culturales y creativas es provisto por instituciones de orden tanto nacional como local. En las ciudades de Birmingham, Ámsterdam, Barcelona y Estocolmo se encuentran programas afines y concluyen que las principales medidas son los incentivos tributarios mediante la deducción o exención de impuestos; financiación para las industrias culturales y creativas mediante el establecimiento de fondos focalizados por sectores; atracción de inversión extranjera directa; y el apoyo a las exportaciones (INTERREG IVC Programme, 2011).

El Vc Fonds Kreativ-Wirtschaft⁴⁵ en Berlín proporciona capital de inversión para pequeñas y medianas empresas de los sectores de cine, radio, tv, publicaciones, música, entretenimiento, publicidad, moda, diseño, arquitectura, multimedia, juegos, software, arte y cultura para apoyar el desarrollo y lanzamiento de nuevos productos; y en Birmingham el Advantage Creative Fund⁴⁶, que es un ventures Capital invierte en negocios creativos con necesidades específicas de crecimiento, entre otros.

En Colombia leyes que posibilitan recaudo de cuotas parafiscales y estímulos tributarios como la ley de cine⁴⁷ y la ley de espectáculos públicos⁴⁸ vienen contribuyendo en la generación de incentivos a la producción, mejoramientos en la productividad y aumentos en el bienestar de los agentes de los sectores intervenidos. Otros esfuerzos realizados por diferentes organizaciones que vienen trabajando en incrementar la competitividad del sector mediante el apoyo financiero son: el programa Aldea de Innpulsa⁴⁹; el Fondo Emprender⁵⁰ del SENA; el Fondo de Ciencia, Tecnología e Innovación⁵¹ de Colciencias y el Sistema General de Regalías; y por último el Programa de tasa subsidiada a emprendedores y emprendedoras culturales del Ministerio de Cultura.

d) Estrategias de ampliación de mercado

Continuando con el informe de Creative Metropoles, los clústeres tienen generalmente un enfoque sobre una actividad económica específica al mejorar las oportunidades de relacionamiento intra e inter institucional debido a la proximidad geográfica. Pueden ser de dos formas, por un lado ser una aglomeración de compañías en el mismo negocio con objetivos parecidos, y por el otro, negocios que trabajan en el mismo sector pero en diferentes etapas de la cadena de valor. Dentro de las medidas de política públicas más efectivas se encuentran las siguientes:

Promoción de Clústeres para Mejora de Negocios y Coordinación de actores y actividades:

⁴⁵ Sitio web del programa VC FONDS: <http://www.ibb-bet.de/start.html>

⁴⁶ Sitio web de Advantage Creative: <http://www.advantagecreative.co.uk/>

⁴⁷ Ley 814 o ley de Cine busca facilitar la producción de películas en Colombia

⁴⁸ Ley 1493 tiene como propósito formalizar y fortalecer el sector de los espectáculos públicos de las artes escénicas en Colombia

⁴⁹ Innpulsa es la Unidad de Gestión de Crecimiento Empresarial del Gobierno Nacional, creada para promover el emprendimiento, la innovación y la productividad de Colombia. Sitio web: <https://www.innpulsa.com/>

⁵⁰ Fondo Emprender es un fondo de Capital Semilla para apoyar el empleo y ampliar la protección social. Sitio web: <http://www.fondoemprender.com/SitePages/Que%20es%20FondoEmprender.aspx>

⁵¹ Éste fondo tiene como objetivo incrementar la capacidad científica, tecnológica, de innovación y de competitividad de las regiones. Sitio web: <http://www.colciencias.gov.co/portafolio/gestion-territorial/fondo-fctei-sgr/que-es>

El gobierno de Barcelona a través del programa Barcelona-Catalunya Film Commission⁵² (BCN) promueve la explotación física del territorio en el sector audiovisual promoviendo la filmación de películas y series de televisión; en Estocolmo el Filmregion Stockholm-Malardalen que es un centro de producción tiene como objetivo la generación de empleo y turismo al promover la realización audiovisual en esta ciudad; Plot Project at Light House in Wolverhampton⁵³ busca incrementar la producción de cine, video y fotografía orientada a factores sociales, culturales y económicos de la región como elementos de identidad.

La producción de bienes y servicios culturales y creativos es más eficiente si se organiza por clústeres. Incrementa la coordinación entre instituciones y redes de trabajo, posibilita la toma de decisiones en grupo, y moviliza recursos financieros y humanos según intereses de las personas.

Desarrollo de Cooperación Interdisciplinaria:

Los emprendedores y emprendedoras y empresarios y empresarias de estas industrias combinan una gran diversidad de habilidades culturales y de negocio que pueden generar sinergias entre los diferentes sectores industriales incentivando desarrollo económico. El objetivo de esta medida es conectar los diferentes subsectores culturales y creativos con otros sectores económicos tanto para la oferta como la demanda de bienes y servicios.

Berlín, una ciudad líder en el emprendimiento cultural y creativo por medio de la Universidad de las Artes desarrolla un proyecto multidisciplinario llamado Design Reaktor ⁵⁴, y tiene como objetivo la construcción de cooperación entre diferentes agentes del sector, como por ejemplo pequeñas, mediana compañías, universidades y expertos en ventas para incentivar la innovación en toda la cadena de valor y aumentos en las transacciones intersectoriales.

En Bogotá se pueden rastrear casos de promoción de clústeres, coordinación de actividades y desarrollo de cooperación interdisciplinaria principalmente promovidos por la Cámara de Comercio de la ciudad. Algunos programas son:

- Bogotá Music Market ⁵⁵ (BOMM)
- Bogotá Audiovisual Market ⁵⁶ (BAM)
- Feria Internacional de Arte de Bogotá⁵⁷ (ARTBO)

⁵² Sitio web de la BCN: <http://www.bcncatfilmcommission.com/>

⁵³ Sitio web de Light House: <http://light-house.co.uk/>

⁵⁴ Sitio web del Design Reaktor Berlin: <http://www.design-reaktor.de/>

⁵⁵ Sitio web de BOMM: <https://www.bogotamusicmarket.com/>

⁵⁶ Sitio web de BAM: <http://www.bogotamarket.com/>

⁵⁷ Sitio web de ARTBO: <https://www.artbo.co/>

- Clúster de Música⁵⁸ de la CCB
- Clúster de Industrias Creativas y de Contenidos⁵⁹ de la CCB
- Clúster de Comunicación Gráfica⁶⁰ de la CCB
- Clúster de Joyería y Bisutería⁶¹ de la CCB

e) Gestión del conocimiento

La gestión del conocimiento se convierte en un eje de trabajo fundamental para los gobiernos, al constituirse como un componente que le permite comprender los fenómenos y manifestaciones culturales que se llevan a cabo en su territorio. A través de diferentes estudios económicos sectoriales, se construyen insumos prácticos para analizar “las cadenas productivas del campo artístico, para caracterizar las organizaciones y agentes que en ellas participan; sus comportamientos, sus procesos de producción, sus fortalezas y sus debilidades técnicas, así como el tipo de relaciones que desarrollan entre sí”⁶², en el desarrollo de actividades afines, visibilizando comportamientos de los bienes y servicios asociados.

Cuenta Satélite de Cultura de Bogotá

La Cuenta Satélite de Cultura de Bogotá (CSCB) es un sistema de información que realiza la medición económica del campo cultural, entendido como aquellas “actividades humanas y sus manifestaciones cuya razón de ser consiste en la creación, producción, difusión, transmisión, consumo y apropiación de contenidos simbólicos relacionados a las artes y el patrimonio” (CAB, 2015, p. 41). Esta investigación se enmarca en el Sistema de Cuentas Nacionales de las Naciones Unidas (SCN 2008) y la metodología propuesta para la implementación de las cuentas satélite de cultura en Iberoamérica por el Convenio Andrés Bello (2015), consolidando estadísticas sectoriales estandarizadas, comparables, confiables y continuas, para las actividades y productos característicos de la cultura.

Bajo el interés de producir información avalada por el ente rector de las estadísticas en Colombia, se suscribió un convenio con el Departamento Administrativo Nacional de Estadística -DANE- que tiene como finalidad “aunar esfuerzos técnicos, humanos, logísticos, para la definición, construcción de la metodología y consolidación de resultados de la Cuenta Satélite de Cultura – Capítulo Bogotá”. El desarrollo de la CSCB permite realizar un análisis crítico que

⁵⁸ Sitio web del Clúster de Música de Bogotá: <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Musica>

⁵⁹ Sitio web del Clúster: <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Industrias-Creativas-y-Contenidos>

⁶⁰ Sitio web del Clúster: <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Comunicacion-Grafica>

⁶¹ Sitio web del Clúster: <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Joyeria-y-Bisuteria/Noticias/2017/Diciembre/Curadores-BFW-2018>

⁶² Política para el Emprendimiento y las Industrias Culturales, 2003.

visibiliza el comportamiento de la economía cultural en el Distrito Capital. Los resultados de esta investigación se convierten en una herramienta fundamental para la toma de decisiones de inversión pública y privada, así como en un insumo clave dentro de la formulación de la Política Pública Distrital de Economía Cultura y Creativa. En este sentido, al dar cuenta de las relaciones económicas entre los hogares, las empresas y el gobierno, se posibilita la evaluación y diseño de estrategias y líneas de acción, encaminadas a la optimización de los programas institucionales y la planeación idónea de nuevos proyectos que respondan al contexto y dinámicas del sector.

Observatorio de cultura y economía (Ministerio de Cultura de Colombia)

El Observatorio de Cultura y Economía es una iniciativa del Grupo de Emprendimiento Cultural del Ministerio de Cultura de Colombia, que se encarga de generar conocimiento especializado del sector cultural, con el objetivo de ofrecer información útil y estratégica a investigadores, instituciones, artistas, entre otros. Con este propósito, el observatorio articula su trabajo alrededor de:

- El desarrollo de investigaciones, tanto cuantitativas como cualitativas, que den cuenta del aporte de los sectores culturales a la economía nacional.
- Procesos de formación para promover investigadores especializados en el análisis de la cultura.
- La creación de redes de investigación que propicien el debate y el análisis a partir de diversos agentes, tanto públicos como privados, que intervengan a lo largo de las cadenas de valor de los bienes y servicios culturales.

A nivel internacional se encuentran iniciativas similares que contribuyen a crear sistemas de información sobre las industrias creativas y culturales, que sirven de insumo para la toma de decisiones y la gestión pública. Por ejemplo:

- Observatorio de Industrias Creativas - Buenos Aires, Argentina⁶³
- Observatorio de la cultura y las comunicaciones - Québec, Canadá⁶⁴
- Observatorio de las políticas culturales - París, Francia⁶⁵

Sistema de Información Cultural del Sur - SICSUR⁶⁶

El Sistema de Información Cultural del Sur, es un sistema integrado de información cultural, perteneciente a la estructura de Mercosur Cultural,

⁶³ Sitio web del Observatorio de Industrias Creativas:

<http://www.buenosaires.gob.ar/innovacion/oic>

⁶⁴ Sitio web del Observatorio de la Cultura y las Comunicaciones:

<http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/>

⁶⁵ Sitio web del Observatorio de las Políticas Culturales: <http://www.observatoire-culture.net/>

⁶⁶ Sitio web del Sistema de Información Cultural del Sur: <http://sicsur.mercosurcultural.org/>

compuesto de diferentes áreas o secciones de relevamiento, medición y procesamiento de información sobre la cultura de la región.

A partir de su gestión se encarga de promover seminarios de debate e intercambio, la creación de una biblioteca digital, la elaboración de publicaciones (artículos, libros y revistas) sobre distintos sectores del campo cultural, así como de la sistematización del “mapa cultural del sur”.

Resumiendo, las investigaciones que se desarrollan alrededor del campo cultural, optimizan los programas institucionales y contribuyen a formular proyectos que responden a comprender el contexto y las dinámicas culturales. En razón de lo anterior, la generación de conocimiento garantiza una planificación estratégica idónea y toma de decisiones de inversión asertiva, encaminada al desarrollo y crecimiento social en materia de cultura.

Durante este capítulo se han identificado las prácticas más eficientes y eficaces para apoyar el emprendimiento y las industrias culturales y creativas, se realizó una rigurosa revisión académica de los ejercicios realizados en otras partes del mundo y de los esfuerzos institucionales, públicos y privados establecidos para la ciudad de Bogotá. En el siguiente capítulo se mostrará como el equipo formulador de la política pública después de un ejercicio de agenda pública puede concluir que estas medidas de políticas que son tendencia en el mundo, y responden a las problemáticas y necesidades de todos los agentes del sector en el distrito.

12. IDENTIFICACIÓN DE FACTORES ESTRATÉGICOS

El “Plan de Desarrollo Bogotá Para Todos” 2016-2020 establece como una de las metas estratégicas para el sector cultura, la formulación e implementación de la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa - PPDECC. Este ejercicio en cabeza de la Dirección de Asuntos Locales y Participación de la Secretaría de Cultura Recreación y Deporte plantea tres fases para su desarrollo: Diagnóstico, Diseño e Implementación y Evaluación.

Este capítulo tiene como objetivo presentar los factores estratégicos que se derivan de la aplicación de una metodología de análisis causal. El desarrollo metodológico permitió la construcción del árbol de problemas de la Política, de tal manera que esta pueda atender a las necesidades del sector, a través de estrategias que buscan incentivar el desarrollo social, cultural y económico, mediante el fortalecimiento de los emprendedores y emprendedoras y las actividades culturales y creativas. El árbol de problemas se construyó a partir de los hallazgos encontrados en el proceso de agenda pública, donde se visibilizan las principales problemáticas y necesidades de las industrias culturales y creativas, pero además, se realizó una revisión de casos exitosos para identificar buenas prácticas. Los factores estratégicos, entonces, son el resultado de este

ejercicio, en el que se ponderaron los puntos críticos identificados, quedando incluidos aquellos con el puntaje más alto, por ser los de mayor incidencia en el desarrollo económico de las actividades culturales y creativas.

Arbol de problemas de la Política Pública de Economía Cultural y Creativa

CAUSAS				
1) Normatividad restrictiva para el desarrollo de actividades culturales y creativas en el territorio. a) Reglamentación restrictiva en el POT b) Permisos restrictivos para el desarrollo de actividades culturales y creativas, y la construcción o adecuación de infraestructura. c) Normatividad restrictiva para el uso y adecuación de infraestructura patrimonial. 2) Ausencia de competencias y modelos de gestión para la sostenibilidad de infraestructuras para el desarrollo de actividades culturales y creativas. 3) Las entidades distritales no responden a las necesidades del territorio para su desarrollo cultural y creativo.	1) Poca oferta de fuentes de financiación para el desarrollo de actividades culturales y creativas, y falta de continuidad en las existentes. 2) La oferta de fuentes de financiación no es conocida por todos. 3) Las fuentes de financiación existentes no responden a las dinámicas de las organizaciones y empresas culturales y creativas. a) No responden a su realidad financiera o estado de desarrollo (desconocimiento de dinámicas del sector). b) Desconfianza y estereotipos asociados al sector. 4) Se evidencia una ausencia de	1) No hay seguimiento ni medición de impacto de los procesos de formación. 2) La oferta de formación en competencias emprendedoras y de gestión no es conocida por todos a) Baja difusión y/o problemas de acceso a información sobre oferta institucional. 3) Falta de formación en contenidos puntuales. b) Desconocimiento de contexto normativo: Propiedad intelectual y formalización empresarial. c) Escasas competencias y capacidades para la gestión de organizaciones y empresas: Formulación de proyectos, educación financiera, formulación de planes de negocio, marketing cultural, entre otros. 4) No se utilizan las TICs	1) No todos los sectores cuentan con plataformas de circulación de sus bienes y servicios culturales y creativos. 2) Las organizaciones y emprendedores y emprendedoras no cuentan con competencias y capacidades para la circulación de sus bienes y servicios culturales y creativos. 3) Baja apropiación de las TICs. 4) No hay una estrategia de internacionalización para la circulación de bienes y servicios culturales y creativos. 5) Baja asociatividad y procesos gremiales en algunos sectores asociados a la economía cultural y creativa.	1) Ausencia de sistemas de información para medir la contribución que genera la economía cultural y creativa. 2) Ausencia de seguimiento a las acciones que se implementan para incentivar la economía cultural y creativa. 3) Hace falta información continua de caracterización de organizaciones y emprendimientos asociados a la economía cultural y creativa. 4) No se involucra a la academia de manera continua a las investigaciones en economía cultural y creativa.

a) Hacen falta mecanismos para potencializar los territorios para el desarrollo de actividades culturales y creativas. b) Se evidencia un exceso de burocracia en procesos como consecución de permisos y licencias para el desarrollo de las actividades culturales y creativas en la ciudad. c) Falta articulación entre las entidades	incentivos para la inversión del sector privado en las actividades culturales y creativas. a) Falta integración de la empresa privada.	para generar valor agregado y para la innovación. 5) Falta de articulación con el sector educativo. 6) Faltan profesionales con competencias y capacidades que respondan a la demanda de los sectores asociados a la economía cultural y creativa.	6) Incipiente trabajo colaborativo y en red. 7) No se priorizan las estrategias de clúster a apoyar con recursos del sector cultural y creativo. 8) Falta de disposición de pago por bienes y servicios culturales y creativos. 9) Faltan estudios e investigaciones sobre estrategias que incentiven el consumo.	5) Falta de investigación sobre las dinámicas a nivel local, poblacional y ambiental asociadas a la economía cultural y creativa. 6) No hay plataformas en donde se ubiquen las investigaciones sobre economía cultural y creativa.
---	---	---	---	---

PROBLEMÁTICA GENERAL:

Incipiente desarrollo económico y bajos niveles de sostenibilidad de la economía cultural y creativa en Bogotá.

EFFECTOS

Ausencia de condiciones óptimas para el desarrollo de territorios culturales y creativos (espacios adecuados para el desarrollo cultural, creativo y de negocios).	Las organizaciones y empresas culturales y creativas no cuentan con suficientes y adecuadas fuentes de financiación para su desarrollo y crecimiento.	Los gestores y gestoras y emprendedores y emprendedoras culturales y creativos no cuentan con competencias y capacidades sólidas que les permitan desarrollarse y ser sostenibles en su actividad.	Falta incentivar la articulación intersectorial y la cooperación interdisciplinaria, así como la circulación de bienes y servicios culturales y creativos.	Ausencia de información continua para analizar y comprender el contexto en el que se desarrollan cada uno de los sectores asociados a la economía cultural y creativa, así como su contribución al desarrollo cultural, social y económico de la ciudad.
--	---	--	--	--

1) La actividad cultural y creativa en el territorio no se desarrolla en condiciones óptimas. a) No se potencializa y fortalece la vocación de los territorios culturales y creativos. b) Ilegalidad en el desarrollo de actividades culturales y creativas en algunos territorios de la ciudad. c) La infraestructura patrimonial en los territorios en algunos casos se deteriora y desaprovecha. 2) La infraestructura para el desarrollo de actividades culturales y creativas tiene poca vida útil. a) La infraestructura para el desarrollo de actividades culturales y creativas tiene problemas de sostenibilidad. 3) Ausencia de incentivos y de articulación de las entidades distritales para responden a las necesidades los	1) Alta tasa de mortalidad de organizaciones y empresas asociadas a la economía cultural y creativa. 2) Se evidencia una concentración de recursos en manos de unos pocos y se deteriora la confianza de los agentes culturales y creativos en la institucionalidad. 3) Las organizaciones y empresas culturales y creativas no cumplen con los requisitos para acceder a las fuentes de financiación existentes. 4) Hay un escaso interés de inversionistas, patrocinadores o socios en actividades culturales y creativas.	1) Falta de continuidad en procesos de formación y seguimiento a los mismos. 2) Concentración en algunas organizaciones y emprendedores y emprendedoras que acceden a la oferta de formación. 3) Bajo número de organizaciones y emprendimientos con competencias y capacidades sólidas que les permitan ser sostenibles en su actividad. a) Se desaprovecha el potencial de la propiedad intelectual para explotar económicamente las obras y las organizaciones funcionan en la informalidad. b) Deficiencia en competencias y capacidades para la gestión de organizaciones y emprendimientos culturales y creativos. 4) Baja apropiación de las TICs. 5) No se genera un trabajo articulado desde el sector educativo para el desarrollo de la economía	1) Baja circulación de bienes y servicios culturales y creativos a) Intermediarios culturales y creativos poco fortalecidos. 2) Espacios de circulación existentes subutilizados. 3) Formatos y plataformas tecnológicas existentes subutilizados. 4) No se crean proyectos de inversión con el fin de impulsar la internacionalización y posicionar a Bogotá como ciudad creativa. 5) Falta representación de los intereses y requerimientos de algunos sectores de la economía cultural y creativa. 6) No se fortalecen los escenarios para la innovación, generación de valor agregado y la economía colaborativa. 7) Estrategias de clúster existentes por fortalecer. 8) Falta de estímulos al consumo pago	1) No se conoce ni analiza el impacto de la economía cultural y creativa en la ciudad. 2) No se conoce el impacto y pertinencia de las acciones a través de las cuales se pretende incentivar la economía cultural y creativa en la ciudad. 3) No se conocen las dinámicas de organizaciones y emprendimientos culturales y creativos de la ciudad (modelos de creación, producción, distribución, exhibición, comercialización y consumo). 4) Falta de articulación con la academia para el desarrollo de investigación. 5) No se responde a las necesidades
--	---	---	--	---

territorios culturales y creativos. a) Falta de incentivos que propicien y fortalezcan los territorios culturales y creativos (portafolio de estímulos). b) Ausencia de normas tributarias que incentiven el desarrollo y la inversión en territorios culturales y creativos. c) Ausencia de incentivos normativos vía POT para el desarrollo de territorios culturales y creativos. d) Ausencia de mecanismos de financiación para el desarrollo de territorios culturales y creativos.		cultural y creativa de la ciudad. 6) Se evidencia una brecha entre la demanda de sectores asociados a la economía cultural y creativa y la oferta de talento humano.	de bienes y servicios culturales y creativos. 9) Pocas estrategias de formación de públicos.	del nivel locales y poblacional de manera pertinente y efectiva. No hay acceso a un repositorio de investigaciones, doctrina y normatividad sobre la economía cultural y creativa.
---	--	--	--	--

Fuente: Secretaría Distrital de Cultura Recreación y Deporte. Elaboración propia.

De acuerdo con el árbol de problemas, se presentan los cinco puntos a priorizar a partir de los hallazgos y resultados agregados de la implementación de los Talleres de Diagnóstico Territorial en las 20 localidades de la ciudad de Bogotá, donde se distingue la necesidad de espacios adecuados para el desarrollo cultural y creativo, así como para la comercialización de bienes y servicios culturales; se requieren programas de fortalecimiento empresarial para los emprendedores y emprendedoras, y estimular la demanda mediante una oferta mejorada y competitiva; los mecanismos de financiamiento deben dirigirse a disminuir las barreras de acceso a capital y generar incentivos tributarios; deben ponerse en marcha estrategias de ampliación de mercado; y la consolidación de investigaciones que permitan llevar un diagnóstico continuo del sector.

Cabe considerar que, la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, cuenta con el Sistema Distrital de Arte, Cultura y Patrimonio y el Modelo de Gestión Territorial, como instancias de participación activa de las poblaciones, que permitirán socializar y promover la participación de todos y todas en los programas generales que se construyan en el marco de la política. Conforme a lo expuesto en el marco general del enfoque diferencial, cuando los programas de aplicación general, no respondan a las necesidades manifiestas de alguna población, se propenderá por realizar los ajustes requeridos para crear programas diferenciados y a la medida.

1. Espacios adecuados para el desarrollo cultural y de negocios (incluye infraestructura y eventos)

Existe una alta necesidad de espacios adecuados para los procesos de creación, difusión y circulación artística. Esto exige la intervención y adecuación de la infraestructura existente, así como la creación de nuevos espacios, generando estímulos para la creación y el consumo de bienes y servicios de contenido cultural.

En esta dirección, las localidades presentan en relieve la necesidad de generar espacios que fomenten la creatividad (co-creación, co-producción; etc) y que adicionalmente permitan mejorar las relaciones en la cadena valor de la oferta cultural. Esto implica facilitar conexiones entre agentes de la cadena, principalmente con aquellos que facilitan la circulación de bienes y servicios culturales y creativos. Los mecanismos adecuados incluyen, en todo caso, la existencia de espacios para que ocurra la intermediación en sus diferentes estadios. Contrario a este objetivo, si bien en las diferentes localidades se percibe como una fortaleza la existencia y posibilidad de usufructo de la infraestructura patrimonial existente, se evidencia una tensión asociada a la permisividad en la construcción de obras civiles, lo que repercute en la pérdida de territorio y en muchos casos en la destrucción del patrimonio cultural material de las localidades; esta situación exige un importante esfuerzo en términos del ordenamiento territorial del Distrito Capital y en las políticas de conservación, salvaguarda y modelos de sostenibilidad y gestión para el patrimonio cultural.

Paralelamente se identifican oportunidades de fortalecimiento de las escenas locales, lo que puede facilitar el desarrollo cultural y de negocios, incluso si solo se considerara en términos de intercambio y consumo endógeno en el ecosistema creativo del distrito; esto dada la potencialidad que ya existe en las 20 localidades, a través de festivales, que permitirían incluso el diseño de rutas distritales asociadas a ofertas por segmentos del campo cultural y creativo.

Finalmente, el turismo se presenta como una oportunidad para el fortalecimiento de las escenas de negocio, una Bogotá turística exige esfuerzo de articulación interinstitucional y la generación de planes intersectoriales con el objetivo de promover un turismo formal, con reglas claras, de competencia leal y ante todo

sostenible, lo que exige la cualificación de prestadores de servicios turísticos y oferentes de productos y servicios culturales que ingresan a la cadena de consumo; este ejercicio se conecta indudablemente con la necesidad de implementar programas de fortalecimiento empresarial que demandan los emprendedores y emprendedoras culturales del Distrito.

2. Programas de fortalecimiento empresarial

El análisis de las necesidades asociadas al fortalecimiento empresarial surge de las necesidades identificadas en la matriz DOFA y del análisis del rol del sector público en esta materia.

Uno de los principales factores para promover la generación y sostenibilidad de los emprendimientos culturales, es garantizar procesos de formación empresarial que mejoren las capacidades de gestión y administración, además de un seguimiento y acompañamiento a las iniciativas empresariales. Para lograr esto, es necesario lograr articular dichos procesos de formación con los espacios culturales e incrementar el número de beneficiarios

En este aspecto, también se contempla generar una articulación con las instituciones de educación superior, con el ánimo de crear estrategias de continuidad y especialización de los programas de fortalecimiento, buscando el mejoramiento de las competencias asociadas a la gestión cultural en los emprendedores y emprendedoras.

La revisión de este componente permite identificar puntualmente algunos de los contenidos que se consideran pertinentes para la formulación de programas de formación, los cuales se señalan a continuación:

- Marketing cultural
- Propiedad intelectual
- Constitución empresarial
- Formulación de proyectos
- Educación financiera
- Planes de negocio

Adicionalmente, es necesario fortalecer los canales de difusión de la información en el territorio para incrementar la participación de agentes culturales en la oferta formativa que promuevan las instituciones públicas en temas de cultura.

3. Mecanismos de financiación

Los mecanismos de financiación, como apoyo a los agentes culturales territoriales, se entienden desde tres ejes principales:

- El acceso a las fuentes de financiación.

- Difusión de las fuentes de financiación a través de canales efectivos de comunicación.
- Generación de nuevas alternativas de financiación pública y privada.

El acceso a las fuentes de financiación corresponde a una efectiva ampliación de la oferta de recursos, que responda a la realidad financiera y al estado de desarrollo de los emprendimientos y las empresas culturales. Como un primer componente, se plantea crear líneas de crédito con tasas de interés compensada y garantías que permitan su acceso. En segundo lugar, se busca contar con fuentes de capital semilla que permitan la financiación de la puesta en marcha de nuevas iniciativas culturales.

La difusión de las fuentes de financiación a través de canales efectivos de comunicación, debe vincularse al fortalecimiento y continuidad de los apoyos concertados y los programas de estímulos del orden local y nacional. En este sentido, por tanto, las acciones deben girar en torno a una adecuada articulación de la oferta y la demanda de las fuentes de financiamiento mediante el uso de redes sociales, la creación de una plataforma virtual que acoja la oferta disponible y, finalmente, aprovechar las instancias locales y los espacios de congregación de los agentes culturales como plataforma física de difusión.

Para la generación de nuevas alternativas de financiación pública y privada, se propone la integración de la empresa privada a través de incentivos tributarios, que puedan incidir en la manera en la que se destinan recursos para el financiamiento de la creación y circulación de productos culturales. La existencia de estos incentivos tributarios se debe acompañar de una campaña de sensibilización de los agentes en torno a la destinación de recursos y la forma en que pueden percibir beneficios al financiar actividades de orden cultural.

4. Ampliación de mercado

Las principales dimensiones a tratar en este componente están dirigidas a dos categorías fundamentales:

- La circulación de bienes y servicios culturales.
- La articulación inter e intra sectorial y cooperación interdisciplinaria.

La circulación de bienes y servicios se asocia a la participación de los agentes culturales en plataformas de distribución a través del uso de los espacios culturales públicos y a la creación de circuitos permanentes, todo en conjunto aporta a la formación de audiencias en las localidades. Con menor preponderancia, se establece una relación con plataformas de consumo, donde los emprendedores y emprendedoras tengan oportunidades de participar en espacios que promuevan las relaciones, principalmente económicas de carácter monetario, como las ruedas de negocio.

La articulación sectorial promueve la circulación de bienes y servicios en la medida que puede generar mecanismos para el fortalecimiento de los espacios de intercambio comercial de los productos creativos y a su vez reconocer los agentes de intermediación cultural como eslabones claves en que contribuyen a incrementar el valor comercial del producto cultural en beneficio de la red que interviene en su proceso creativo, mercantil y de consumo.

5. Gestión del conocimiento

En este componente se resalta la importancia de contar con investigaciones y estadísticas del sector que permitan reconocer su contribución a la economía y al desarrollo social. Se reconoce la necesidad de contar con estudios que permitan comprender el contexto de cada uno de los sectores de la cultura y la forma como se relacionan con los modelos de producción, distribución comercialización y consumo.

En este panorama, se busca promover y consolidar el desarrollo de investigaciones que buscan aproximarse a las estrechas relaciones entre economía y cultura, puesto que el trabajo artístico y creativo ocurre dentro de un mercado donde se producen y consumen bienes y servicios culturales, cuyos procesos pueden ser científicamente identificados y analizados. En este sentido, la principal apuesta está en el fortalecimiento de las investigaciones que desde el sector público y privado se especializan en recolectar, sistematizar y analizar toda la información disponible, con el mayor grado de especificidad, para contar con datos y estadísticas que sirven como soporte para la toma de decisiones.

Para finalizar, se presenta a continuación una tabla con los factores estratégicos sobre los cuales la política debe responder de acuerdo a las problemáticas encontradas y cuáles son las especificaciones con las cuales podrán enfocarse en el plan de acción.

Variables priorizadas	Especificaciones asociadas a cada variable
Espacios adecuados para el desarrollo cultural y de negocios	Flexibilización de los usos del suelo articulando la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa al nuevo Plan de Ordenamiento Territorial (POT). Uso de la infraestructura cultural existente. Reconocimiento y promoción de espacios

	no convencionales. Asociar los planes de sostenibilidad y exhibición de contenidos como herramienta previa y necesaria para la generación de nuevas infraestructuras.
Programas de fortalecimiento empresarial	Desarrollo de Competencias de Gestión en los emprendedores y emprendedoras y empresarios y empresarias culturales. Vincular agentes académicos desde donde se conciba la creación y oferta de productos creativos bajo una lógica de consumo. Enfatizar el fortalecimiento en: competencias de gestión; definición de perfiles y roles; estructura de costos que permita soportar las actividades de gerencia y <i>management</i>; ejercicios de planificación de nacimiento, crecimiento y expansión del negocio.
Mecanismos de financiación	Desarrollo de nuevas fuentes de financiación y reconocimiento de la oferta Distrital existente. Propiciar mecanismos mediante los cuales sea posible implementar pilotos de costos compartidos para cubrir obligaciones administrativas entre emprendimientos y empresas del sector cultural y creativo. Poner en disposición mecanismos de relacionamiento para activar el capital relacional de los emprendimientos. Disponer las condiciones adaptables a los requerimientos, tamaños y condiciones de los emprendedores y emprendedoras culturales.

	Incentivar el aporte de la empresa privada diseñando y poniendo en disposición mecanismos de auditoría con los que se pueda generar la trazabilidad de las destinaciones y usos de los aportes de las empresas privadas
Condiciones de mercado y estrategias para la ampliación de mercado	Circulación de bienes y servicios culturales, articulación inter e intra sectorial y cooperación interdisciplinaria Implementar estrategias que permitan la acumulación de capital cultural, como una apuesta para propiciar la disposición al consumo. Fomentar el consumo de bienes y servicios de carácter cultural y creativo local. Distanciarse de la estrategia de construcción de públicos a través del fomento del acceso mediante plataformas gratuitas que en contravía pueden generar detrimento al consumo cultural. Sensibilizar agentes tales como medios de comunicación y cajas de compensación para su vinculación como agentes estratégicos en la difusión, acceso y circuitos de oferta cultural local.
Gestión del conocimiento	Promoción y consolidación de investigaciones continuas en torno a la relación entre cultura y economía, para la construcción de una línea base de indicadores que permitan contar con información precisa y confiable para la toma de decisiones.

Fuente: Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte. Elaboración propia.

13. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Se encontraron evidencias suficientes para determinar que la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa, para dinamizar las actividades y el desarrollo del sector, debe contar con acciones puntuales en las siguientes cinco dimensiones estratégicas: i) espacios adecuados para la creación y el desarrollo de negocios, ii) cierre de brechas en capital humano asociadas a la gestión y a competencias empresariales y emprendedoras, iii) estrategias de ampliación de mercado, iv) fuentes de financiación para empresas y emprendimientos y iv) gestión del conocimiento.

Para garantizar que dichas acciones de política pública sean efectivas y tengan sostenibilidad en el tiempo, es necesario que queden ancladas a programas existentes y reconocidos por los emprendedores y emprendedoras de la ciudad, y que, se desarrollen desde entidades que cuenten con recursos y capacidad instalada para su funcionamiento y seguimiento. Para este fin, es importante trabajar en el fortalecimiento de la articulación interinstitucional con el objeto de que los recursos públicos sean utilizados de manera eficiente y confluyan en un mismo objetivo. De igual manera, es importante que las actividades y acciones que se realicen en el marco de los programas que se construyan sean medidas para revisar su pertinencia, hacer los ajustes necesarios y determinar su impacto.

Existe una oportunidad de aplicar los enfoques diferenciales, poblacionales y de género a esta política, aprovechando los espacios de diálogo que ofrecen el Modelo de Gestión Territorial, el Proyecto Poblaciones Diversas e Interculturales y los espacios de participación existentes en la SCRD. La comunicación permanente con los rectores de política para cada población será un insumo adicional para aunar esfuerzos técnicos y financieros en la construcción de programas que incentiven la economía cultural y creativa.

Por otra parte, se encuentra la necesidad de trabajar en una línea de Gestión del Conocimiento entorno al comportamiento del sector, los esfuerzos y las medidas de política pública que se adelantan para el mismo. Para esto, es determinante que se desarrolle la Cuenta Satélite de Cultura de Bogotá y otras investigaciones en articulación con la academia, que evidencien problemáticas socioeconómicas específicas y arrojen indicadores confiables y continuos. Este escenario nutrirá la política pública y permitirá la mejora continua de sus programas.

Referentes bibliográficos

Albi, E. (2003). Economía de las artes y la política cultural. Madrid: IEF.

Alcaldía Mayor de Bogotá. (2007). Decreto 546 de 2007. *Por el cual se reglamentan las Comisiones Intersectoriales del Distrito Capital.*

Alcaldía Mayor de Bogotá. (2007). Decreto 627 de 2007. *Por el cual se reforma el Sistema Distrital de Cultura y se establece el Sistema Distrital de Arte, Cultura y Patrimonio.*

- Alcaldía Mayor de Bogotá. (2008). Decreto 151 de 2008. *Por el cual se adoptan los lineamientos de Política Pública Distrital y el Plan Integral de Acciones Afirmativas, para el Reconocimiento de la Diversidad Cultural y la Garantía de los Derechos de los Afrodescendientes.*
- Alcaldía Mayor de Bogotá. (2008). Decreto 456 de 2008. *Por el cual se reforma el Plan de Gestión Ambiental del Distrito Capital y se dictan otras disposiciones.*
- Alcaldía Mayor de Bogotá. (2010). Decreto 166 de 2010. *Por el cual se adopta la Política Pública de Mujeres y Equidad de Género en el Distrito Capital y se dictan otras disposiciones, Art. 6.*
- Alcaldía Mayor de Bogotá. (2011). Decreto 520 de 2011. *Por el cual se adopta la Política de Infancia y Adolescencia, D.C.*
- Alcaldía Mayor de Bogotá. (2011). Decreto 543 de 2011. *"Por el cual se adopta la Política Pública para los Pueblos Indígenas en Bogotá, D.C.", Artículo 7, literal c).*
- Alcaldía Mayor de Bogotá. (2011). Decreto 554 de 2011. *Por el cual se adopta la Política Pública Distrital para el Reconocimiento de la Diversidad Cultural, la garantía, la protección y el restablecimiento de los Derechos de la Población Raizal en Bogotá y se dictan otras disposiciones, Artículo 5, literal a).*
- Alcaldía Mayor de Bogotá. (2011). Decreto 582 de 2011. *Por el cual se adopta la Política Pública Distrital para el grupo étnico Rrom o Gitano en el Distrito Capital y se dictan otras disposiciones, Artículo 5.*
- Alcaldía Mayor de Bogotá. (2012). Decreto 059 de 2012. *Por medio del cual se modifica parcialmente la estructura organizacional de la Secretaría General de la Alcaldía Mayor de Bogotá, D.C., y se asignan unas funciones.*
- Alcaldía Mayor de Bogotá. (2013). Decreto 171 de 2013. *Por medio del cual se estandarizan las definiciones y se unifica el plazo para la formulación o ajuste de los Planes de Acción de las Políticas Públicas Poblacionales y los Planes de Acción Integrales de Acciones Afirmativas de Bogotá, D.C., Art. 1.*
- Alcaldía Mayor de Bogotá. (2015). Decreto 531 de 2015. *Por medio del cual se reglamenta el artículo 7 del Acuerdo 491 de 2012, en lo que corresponde a la creación y funcionamiento del Observatorio Distrital de Víctimas del Conflicto Armado, Art. 2.*
- Alcaldía Mayor de Bogotá. (2016). Alcaldía Mayor de Bogotá. Recuperado el 14 de 03 de 2018, de Plan de Desarrollo 2016-2020 Bogotá Mejor para Todos:
<http://www.sdp.gov.co/portal/page/portal/PortalSDP/PlanDistritalDesarrollo/Documentos>

- Alcaldía Mayor de Bogotá. (2017). Decreto 815 de 2017. *Por medio del cual se establecen los lineamientos para la formulación e implementación de los instrumentos operativos de planeación ambiental del Distrito PACA, PAL y PIGA, y se dictan otras disposiciones.*
- Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. (s.f.). *Proyecto del Plan de Desarrollo Bogotá 2016-2020.*
- Alta Consejería para los Derechos de las Víctimas, la Paz y la Reconciliación. (2017). *Las víctimas cuentan. Informe 9 de abril.*
- Alta Consejería para las Víctimas, la Paz y la Reconciliación. (2018). *Plan de Acción Distrital- PAD.*
- Alta Consejería para las Víctimas, la Paz y la Reconciliación. (s.f.). *Las víctimas cuentan. Informe 9 de abril de 2018.*
- Appadurai, A. (2001). La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización. Ciudad de México: Ediciones Trilce FCE.
- Baudrillard, J. (2010). Crítica de la economía política del signo. Madrid, España: Siglo XXI de España Editores.
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2013). La Economía Naranja - Una oportunidad infinita. Washington/Bogotá: Puntoaparte Bookvertising.
- British Council. (2002). Mapeo de Industrias Creativas. Bogotá, Colombia. Obtenido de British Council: <http://www.britishcouncil.org.co/mapeo.pdf>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2013). *Especialización Inteligente Bogotá Región*. Recuperado el 2018 de 14 de Marzo, de Cámara de Comercio de Bogotá: <https://www.ccb.org.co/Transformar-Bogota/Especializacion-Inteligente-Bogota-Region>
- Concejo de Bogotá. (2003). Acuerdo 091 de 2003. *Por el cual se establece el plan de igualdad de oportunidades para la equidad de género en el Distrito Capital*, Artículo 2.
- Concejo de Bogotá. (2004). Acuerdo 119 de 2004. *Por el cual se adopta el Plan de Desarrollo Económico, Social y de Obras Públicas para Bogotá D.C. 2004-2008 Bogotá Sin Indiferencia un compromiso social contra la pobreza y la exclusión*, Art. 9, Numeral 6.
- Concejo de Bogotá. (2004). Acuerdo 119 de 2004. *Por el cual se adopta el Plan de Desarrollo Económico, Social y de Obras Públicas para Bogotá D.C. 2004-2008 Bogotá Sin Indiferencia un compromiso social contra la pobreza y la exclusión*, Art. 9, numeral 6.
- Concejo de Bogotá. (2005). Acuerdo 175 de 2005. *Por medio del cual se establecen los lineamientos de la Política Pública para la Población Afrodescendiente residente en Bogotá y se dictan otras disposiciones.*

- Concejo de Bogotá. (2006). Acuerdo 257 de 2006. *Por el cual se dictan normas básicas sobre la estructura, organización y funcionamiento de los organismos y de las entidades de Bogotá, Distrito Capital, y se expiden otras disposiciones.*
- Concejo de Bogotá. (2009). Acuerdo 359 de 2009. *Por el cual se establecen los lineamientos de política pública para los indígenas en Bogotá, D.C. y se dictan otras disposiciones, Art. 8.*
- Concejo de Bogotá. (2009). Acuerdo 371 de 2009. *Por medio del cual se establecen lineamientos de política pública para la garantía plena de los derechos de las personas lesbianas, gays, bisexuales y transgeneristas-LGBT- y sobre identidades de género y orientaciones sexuales en el Distrito Capital, Art. 9.*
- Concejo de Bogotá. (2012). Acuerdo 491 de 2012. *Por medio del cual se modifica el Acuerdo 370 de 2009, se crea el Sistema Distrital de Atención y Reparación Integral a las Víctimas de Graves Violaciones a los Derechos Humanos, Delitos de Lesa Humanidad y Crímenes de Guerra en Bogotá D.C.*
- Concejo de Bogotá. (2012). Acuerdo 491 de 2012. *Por medio del cual se modifica el Acuerdo 370 de 2009, se crea el Sistema distrital de Atención y Reparación Integral a las víctimas de graves violaciones a los derechos humanos, delitos de lesa humanidad y crímenes de guerra en Bogotá D.C., Art. 7.*
- Concejo de Bogotá. (2016). Acuerdo 645 de 2016. *Por el cual se adopta El Plan de Desarrollo Económico, Social, Ambiental y de Obras Públicas para Bogotá D.C. 2016 - 2020 "Bogotá Mejor Para Todos".*
- Concejo de Bogotá. (2017). Acuerdo 669 de 2017. *Por el cual se modifica el Acuerdo 188 de 2005 y se dictan otras disposiciones, Art. 1.*
- Congreso de la República de Colombia. (1994). *Por el cual se adopta la Política Pública para los Pueblos Indígenas en Bogotá, D.C. Art. 30.*
- Congreso de la República de Colombia. (1994). Ley 115 de 1994. *Por la cual se expide la ley general de educación.*
- Congreso de la República de Colombia. (2011). Ley 1448 de 2011. *Por la cual se dictan medidas de atención, asistencia y reparación integral a las víctimas del conflicto armado interno y se dictan otras disposiciones.*
- Convenio Andrés Bello. (2015). *Guía metodológica para la implementación de las Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica.* Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Convenio Andrés Bello & Ministerio de Cultura. (2003). *Impacto económico de las Industrias Culturales en Colombia.* Bogotá, Colombia.

- Copaja, M., & Esponda, C. (Junio de 2017). UPCommons. Portal de acceso abierto al conocimiento de la UPC. Obtenido de Universitat Politècnica de Catalunya: <https://upcommons.upc.edu/handle/2117/108397>
- Corte Constitucional de Colombia. (2010). C-293 de 2010.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2016). Encuesta de Consumo Cultural. Bogotá, Colombia.
- Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class*. Nueva York: Basic Books.
- Florida, R. (30 de 01 de 2013). More Losers than Winners in America's New Economic Geography. Obtenido de Citylab: <https://www.citylab.com/life/2013/01/more-losers-winners-americas-new-economic-geography/4465/>
- Frey, B. (2000). *Art and Economics*. Heidelberg: Springer-Verlag.
- Fundación para el Desarrollo, Gestión y Difusión Cultural Llorona. (2016). Documento de recomendaciones para el fortalecimiento del sector de la música en vivo en Bogotá.
- Gaceta Constitucional No. 116 de 20 de julio. (1991). Constitución Política de Colombia 1991.
- García-Canclini, N. (2004). *Diferentes, Desiguales y Desconectados - Mapas de la interculturalidad*. Barcelona, España: Editorial Gedisa, S.A.
- Goodwin, C. (2006). Art and Culture in the History of Economic Thought. En V. Ginsburgh, & D. Throsby (Edits.), *Handbook of the Economics of Art and Culture*. Amsterdam: North-Holland.
- Horkheimer, M., & Adorno, T. (1944). *Dialéctica del Iluminismo*.
- Lasuén, J., García, M., & Zofío, J. (2005). *Cultura y economía*. Madrid: Sociedad General de Autores y Editores/Fundación Autor.
- Lazaretti, L. (2009). The Creative Capacity of Culture between Lateral Proximity and New Creative Milieu. En G. Becattini, M. Bellandi, & L. De Propris (Edits.), *The Handbook of Industrial Districts*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Ministerio de Cultura. (2012). *Cultura a la medida. Análisis de la Cuenta Satélite de Cultura de Colombia*. Colombia.
- Ministerio de Cultura & Convenio Andrés Bello. (2003). *Impacto económico de las industrias culturales en Colombia*. (C. A. Bello, Ed.) Bogotá, Colombia.
- Ministerio de Cultura, MinTIC & DNP. (2010). Conpes 3659. *Política Pública para la Promoción de las Industrias Culturales en Colombia*. Colombia.

- Ministerio de Salud y Protección Social. (2014). Política Nacional de Sexualidad, Derechos Sexuales y Derechos Reproductivos. 39-40.
- Naciones Unidas (2003). The Human Rights Based Approach to Development Cooperation: Towards a Common Understanding Among UN Agencies. <http://hrbportal.org/the-human-rights-based-approach-to-development-cooperation-towards-a-common-understanding-among-un-agencies>
- OMPI. (2015). Guía para determinar la contribución económica de las industrias relacionadas con el derecho de autor.
- Palma, L., & Aguado, L. (2010). Economía de la cultura. Una nueva área de especialización de la economía. *Revista De Economía Institucional*, 12(22). Obtenido de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/ecoins/article/view/386>
- Plan Decenal de Cultura de Bogotá D.C. (2012). *Secretaría Distrital de Cultura Recreación y Deporte*. Obtenido de Plan decenal de cultura Bogotá D.C. 2012-2021: <http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/scrd-transparente/normatividad/plan-decenal-de-cultura-bogota-dc-2012-2021>
- Pratt, A. (2004). The Cultural Economy: A Call for Spatialized 'Production of Culture' Perspectives. *International Journal of Cultural Studies*, 7(1), 117-128.
- Presidencia de la República de Colombia. (1995). Decreto 2164 de 1995. *Artículo 2*.
- Presidencia de la República de Colombia. (2017). Ley 1834 de 2017. *Ley 1834 de 2017*. Colombia.
- Procuraduría General de la Nación. (2016). ABC de los POT Plan de Ordenamiento Territorial.
- Ruskin, J. (1862). *Unto this Last: Four Essays on the First Principles of Political Economy*. University of Virginia Library.
- Secretaría Distrital de Ambiente. (2010). Plan de Gestión Ambiental del Distrito Capital P.G.A. 2008-2038.
- Secretaría Distrital de Cultura, R. y. (2014). Lineamientos del proceso de organización del arte, la cultura y el patrimonio. Bogotá, Colombia.
- Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte. (2015). Encuesta Bienal de Culturas. Bogotá, Colombia.
- Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte. (2016). *Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte*. Recuperado el 2018, de Secretaría

Distrital de Cultura, Recreación y Deporte:
<http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/institucion>

- Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. (2017). Cuenta Satélite de Cultura de Bogotá. Aproximaciones a la medición económica del segmento audiovisual. En EGEDA, *Panorama Audiovisual Iberoamericano* (págs. 353-362). Madrid, España.
- Secretaría Distrital de Planeación. (2008). *Documento de Lineamientos para la Política Pública dirigida a la población LGBT en el Distrito Capital*.
- Throsby, D. (1999). Cultural Capital. *Journal of Cultural Economics*, 23(1), 3-12.
- Throsby, D. (2001). *Economics and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Throsby, D. (2006). Introduction and Overview. En V. Ginsburgh, & D. Thorsby (Edits.), *Handbook of the Economics of Art and Culture* (págs. 3-22). Amsterdam: North-Holland.
- Towse, R. (1997). *Cultural Economics: The Arts, the Heritage and the Media Industries*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Towse, R. (2003). *A Handbook of Cultural Economics*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- UNCTAD. (2008). *Creative Economy Report: The Challenge of Assessing the Creative Economy towards Informed Policy-Making*. Nueva York: UNCTAD. Obtenido de http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf
- UNCTAD. (2010). *Economía Creativa: Una opción factible de desarrollo*. Ginebra: Naciones Unidas.
- UNESCO & PNUD. (2014). *Informe sobre la Economía Creativa Edición Especial 2013: Ampliar los cauces de desarrollo local*. Nueva York/París: UNESCO & PNUD.
- Universidad Pedagógica Nacional. (2016). *Cultura para la Ciudad, Ciudad para la Cultura. Insumos para la construcción de un Modelo de Gestión Cultural Territorial. Informe final Constrato Interadministrativo 169/2016*. Vicerrectoría de Gestión Universitaria, Subdirección de Asesorías y Extensión, Bogotá.