# PROYECTO DE ACUERDO No. 509 DE 2016

## "POR MEDIO DEL CUAL SE FOMENTA LA ECONOMÍA CREATIVA EN EL DISTRITO CAPITAL –ACUERDO NARANJA Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES."

## EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

Tengo el gusto de someter a consideración del H. Concejo de Bogotá, el Proyecto de Acuerdo **"Por medio del cual se fomenta la economía creativa en el Distrito Capital –Acuerdo Naranja y se dictan otras disposiciones."**

### 1. OBJETO DE LA INICIATIVA:

El objeto del presente Proyecto de Acuerdo es la de desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas en el Distrito Capital. Estas industrias creativas serán entendidas como aquellas industrias que generan valor en razón de sus bienes y servicios, los cuales se fundamentan en los derechos de autor y derechos conexos y los beneficios que en materia educativa, económica, social y de integración generan al Distrito Capital.

### 2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

**1.** Generar estrategias, proyectos y programas que procuren articular diferentes actividades y sectores que componen las industrias creativas que se constituyan en una alternativa económica no tradicional para el Distrito Capital.

**2.** Empoderar a la gerencia de innovación, tecnología e industrias creativas como el ente articulador en la administración distrital tendiente a garantizar un trabajo articulado entre los diferentes actores públicos, privados y mixtos, así como lograr la consolidación del censo de industrias creativas en la capital.

**3.** Consolidar la realización de un Evento Naranja de carácter nacional e internacional que permita visibilizar al Distrito Capital como referente mundial en desarrollo y consolidación de las industrias creativas. Adicionalmente, será punto de encuentro para la consolidación de procesos de emprendimiento enmarcados en las industrias creativas.

**4.** Estructuración de los centros "Áreas de Desarrollo Naranja – ADN", como espacios de encuentro de las industrias creativas, que permita la articulación de los actores públicos, privados y mixtos a través de diferentes acciones e incentivos. Estos serán adicionalmente, articuladores de los procesos locales que permitirán vincular a todos los actores del ecosistema del sector creativo y emprendedor de la ciudad.

## 3. HISTORIAL DE LA INICIATIVA:

| Nombre de la Iniciativa – Proyecto de Acuerdo | Sesiones – Comisión y Trámite | Ponentes – Conclusión de la Ponencia |
|---|---|---|
| "Por medio del cual se fomenta la economía creativa en el Distrito Capital –Acuerdo Naranja" | Ordinarias – Agosto. Comisión Tercera Permanente de Hacienda y Crédito Público. Archivado. | Jairo Cardozo Salazar – MIRA – Positiva. Armando Gutiérrez – Partido Liberal – Positiva. |

## 4. FUNDAMENTO JURÍDICO:

### 4.1. FUNDAMENTO CONSTITUCIONAL:

**Artículo 1º.** Atinente a los principios fundamentales, que determina:

*"Colombia es un Estado social de derecho,… con autonomía de sus entidades territoriales,… fundada en el respeto de la dignidad humana,… y la solidaridad de las personas que la integran y en la prevalencia del interés general".* (Adecuaciones y cursiva fuera de texto).

**Artículo 2°.** Referente a los fines del Estado:

*"Son fines esenciales del Estado: servir a la comunidad, promover la prosperidad general, y garantizar la efectividad de los principios, derechos y deberes consagrados en la Constitución; facilitar la participación de todos en las decisiones que los afectan y en la vida económica, política, administrativa y cultural de la Nación; …*

*Las autoridades de la República están instituidas para proteger a todas las personas residentes en Colombia,… y demás derechos y libertades, y para asegurar el cumplimiento de los deberes sociales del Estado y de los particulares".* (Adecuaciones y cursiva fuera de texto).

**Artículo 8°.** Riquezas culturales:

*Es obligación del Estado y de las personas proteger las riquezas culturales y naturales de la Nación.* (Cursivas fuera de texto).

**Artículo 13°.** Tratándose del derecho a la igualdad:

*"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…".* (Adecuaciones y cursiva fuera de texto).

**Artículo 67.** Derecho a la educación:

*La educación es un derecho de la persona y un servicio público que tiene una función social; con ella se busca el acceso al conocimiento, a la ciencia, a la técnica, y a los demás bienes y valores de la cultura.*

*…*

*La Nación y las entidades territoriales participarán en la dirección, financiación y administración de los servicios educativos estatales, en los términos que señalen la Constitución y la ley.* (Adecuaciones y cursiva fuera de texto).

**Artículo 70.** Derecho a la cultura:

*"El Estado tiene el deber de promover y fomentar el acceso a la cultura de todos los colombianos en igualdad de oportunidades, por medio de la educación permanente y la enseñanza científica, técnica, artística y profesional en todas las etapas del proceso de creación de la identidad nacional.*

*La cultura en sus diversas manifestaciones es fundamento de la nacionalidad. El Estado reconoce la igualdad y dignidad de todas las que conviven en el país. El Estado promoverá la investigación, la ciencia, el desarrollo y la difusión de los valores culturales de la Nación".* (Cursivas fuera de texto).

**Artículo 71.** Derecho al conocimiento:

*"La búsqueda del conocimiento y la expresión artística son libres. Los planes de desarrollo económico y social incluirán el fomento a las ciencias y, en general, a la cultura. El Estado creará incentivos para personas e instituciones que desarrollen y fomenten la ciencia y la tecnología y las demás manifestaciones culturales y ofrecerá estímulos especiales a personas e instituciones que ejerzan estas actividades"*. (Cursivas fuera de texto).

**Artículo 95.** Protección de la cultura:

*"La calidad de colombiano enaltece a todos los miembros de la comunidad nacional. Todos están en el deber de engrandecerla y dignificarla. El ejercicio de los derechos y libertades reconocidos en esta Constitución implica responsabilidades.*

*…*

*8. Proteger los recursos culturales y naturales del país y velar por la conservación de un ambiente sano".* (Adecuaciones y cursiva fuera de texto).

**Artículo 287.** Derechos de las entidades territoriales:

"*Las entidades territoriales gozan de autonomía para la gestión de sus intereses, y dentro de los límites de la Constitución y la ley. En tal virtud tendrán los siguientes derechos:*

*2. Ejercer las competencias que les correspondan".* (Adecuaciones y cursiva fuera de texto).

**Artículo 311.** Régimen municipal:

*"Al municipio como entidad fundamental de la división político - administrativa del Estado le corresponde prestar los servicios públicos que determine la ley, promover la participación comunitaria, el mejoramiento social y cultural de sus habitantes y cumplir las demás funciones que le asignen la Constitución y las leyes".* (Cursiva fuera de texto).

**Artículo 313.** Corresponde a los Concejos:

*"1. Reglamentar las funciones y la eficiente prestación de los servicios a cargo del municipio".* (Adecuaciones y cursiva fuera de texto).

**Artículo 333.** Protección a la actividad económica:

*"La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley.*

*El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional.*

*La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación".* (Adecuaciones y cursiva fuera de texto).

**4.2. FUNDAMENTO NORMATIVO NACIONAL:**

**LEY 397 DE 1997:** Por la cual se desarrollan los artículos 70, 71 y 72 y demás artículos concordantes de la Constitución Política y se dictan normas sobre patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura, se crea el Ministerio de la Cultura y se trasladan algunas dependencias.

**Artículo 1°.** De los principios fundamentales y definiciones de esta Ley.

*"1. Cultura es 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.*

*3. El Estado impulsará y estimulará los procesos, proyectos y actividades culturales en un marco de reconocimiento y respeto por la diversidad y variedad cultural de la Nación colombiana.*

*4. En ningún caso el Estado ejercerá censura sobre la forma y el contenido ideológico y artístico de las realizaciones y proyectos culturales.*

*5. Es obligación del Estado y de las personas valorar, proteger y difundir el Patrimonio Cultural de la Nación.*

*8. El desarrollo económico y social deberá articularse estrechamente con el desarrollo cultural, científico y tecnológico. El Plan Nacional de Desarrollo tendrá en cuenta el Plan Nacional de Cultura que formule el Gobierno. Los recursos públicos invertidos en actividades culturales tendrán, para todos los efectos legales, el carácter de gasto público social.*

*10. El Estado garantizará la libre investigación y fomentará el talento investigativo dentro de los parámetros de calidad, rigor y coherencia académica.*

*11. El Estado fomentará la creación, ampliación y adecuación de infraestructura artística y cultural y garantizará el acceso de todos los colombianos a la misma.*

*12. El Estado promoverá la interacción de la cultura nacional con la cultura universal.*

*13. El Estado, al formular su política cultural, tendrá en cuenta tanto al creador, al gestor como al receptor de la cultura y garantizará el acceso de los colombianos a las manifestaciones, bienes y servicios culturales en igualdad de oportunidades, concediendo especial tratamiento a personas limitadas física, sensorial y síquicamente, de la tercera edad, la infancia y la juventud y los sectores sociales más necesitados."* (Cursivas y adecuaciones fuera de texto).

**Artículo 2°.** Del papel del estado en relación con la cultura.

*"Las funciones y los servicios del Estado en relación con la cultura se cumplirán en conformidad con lo dispuesto en el artículo anterior, teniendo en cuenta que el objetivo primordial de la política estatal sobre la materia son la preservación del Patrimonio Cultural de la Nación y el apoyo y el estímulo a las personas, comunidades e instituciones que desarrollen o promuevan las expresiones artísticas y culturales en los ámbitos locales, regionales y nacional".* (Cursiva fuera de texto).

**Artículo 17.** Del fomento.

*"El Estado a través del Ministerio de Cultura y las entidades territoriales, fomentará las artes en todas sus expresiones y las demás manifestaciones simbólicas expresivas, como elementos del diálogo, el intercambio, la participación y como expresión libre y primordial del pensamiento del ser humano que construye en la convivencia pacífica".* (Cursiva fuera de texto).

**Artículo 27.** El creador.

*"Se entiende por creador cualquier persona o grupo de personas generadoras de bienes y productos culturales a partir de la imaginación, la sensibilidad y la creatividad.*

*Las expresiones creadoras, como expresión libre del pensamiento humano, generan identidad, sentido de pertenencia y enriquecen la diversidad cultural del país".* (Cursiva fuera de texto).

**4.3 FUNDAMENTO NORMATIVO REGLAMENTARIO NACIONAL:**

**CONPES 3659: Política nacional para la promoción para las industrias culturales en Colombia.**

*"El objetivo central 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 obstáculos identificados en la esfera de la circulación de bienes y servicios de las industrias culturales – especialmente para las empresas de menor tamaño del sector-, y a ampliar el acceso al financiamiento y a los instrumentos públicos de desarrollo empresarial. Se enfatiza también en el componente de formación del capital humano de la industria, y en la promoción del uso de nuevas tecnologías*.

*En el mundo se discute una diferenciación que no es sutil entre "industrias culturales" e "industrias creativas", distinción que no sólo tiene efectos sobre el ámbito de actuación de la política pública sino, y sobre todo, sobre la delimitación estadística de la industria y la necesidad de mantener comparabilidad entre las cifras de diferentes países. Aunque no existe una definición unívoca de estas industrias, en este documento se entenderá las "industrias culturales" en el sentido acogido por la UNESCO y la UNCTAD: aquellos*

*sectores productivos donde se conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural, generalmente protegidos por el derecho de autor.*

*Diagnóstico*

*No obstante los importantes desarrollos y resultados de las industrias culturales, fundamentalmente en algunos sectores señalados en los antecedentes de este documento, que cuentan con políticas integrales y focalizadas de impulso, se considera que el potencial económico de este tipo de actividades culturales consideradas en su conjunto no se ha desarrollado sistemáticamente, debido a algunos factores que podemos considerar como ejes problemáticos, en particular los siguientes:*

*Eje problemático 1: Circulación y distribución de bienes y servicios de las industrias culturales.*

*Los altos costos de comercialización de los bienes y servicios culturales y la insuficiente presencia de canales de distribución y circulación especializados, contrarrestan posibilidades de mayor competitividad. Se identifican principalmente los siguientes problemas en materia de circulación: (i) debilidad en los esquemas de promoción circulación a nivel nacional e internacional (mercados culturales, festivales, ruedas de negocio, entre otros); (ii) falta de coordinación de las distintas instituciones y actividades de promoción y circulación de bienes y servicios de las industrias creativas/culturales; (iii) falta de experiencia de los agentes asociados al eslabón de circulación (gerentes, programadores, promotores y comunicadores, entre otros); (iv) acceso restringido a medios de comunicación; (v) reducida oferta de servicios culturales en el ámbito nacional; (vi) crecimiento de la piratería.*

*Para las industrias culturales la "materiaprima" es la creatividad, la cual está necesariamente asociada, no sólo al talento innato, a la experiencia o intuición como tradicionalmente se ha concebido, sino progresivamente a la formación especializada e incluso la incorporación de tecnologías.*

*Las nuevas tecnologías y las nuevas lógicas de la comunicación se han visto utilizadas como fuente de información, y aún no se ha explotado su potencial como un medio de creación de contenidos. Desde esta perspectiva los colombianos se han constituido como receptores de información desaprovechando la oportunidad de pasar de*

*receptores a convertirse en productores de contenidos y en creadores culturales".* (Cursivas y adecuaciones fuera de texto).

**4.4. FUNDAMENTO NORMATIVO DISTRITAL:**

**PLAN DECENAL DE CULTURA BOGOTÁ 2012 – 2021:**

*"El Plan busca posicionar a la cultura como uno de los cuatro pilares del desarrollo de la ciudad, aportando a que Bogotá se posicione en la escena iberoamericana y mundial como epicentro cultural; aporta en el desarrollo de los principios y compromisos de la Agenda 21 de la Cultura; a la valoración y promoción de la diversidad y el desarrollo cultural en condiciones de equidad; al reconocimiento de la ciudadanía y los agentes del campo cultural como sujetos y protagonistas de las políticas; profundiza las estrategias de fortalecimiento de las localidades y los territorios como culturalmente activos; genera propuestas concretas para el fortalecimiento y adecuación de la institucionalidad del sector para responder a las necesidades de los agentes y ciudadanos;*
*propone marcos para fortalecer la participación ciudadana en la concertación de las políticas culturales; visibiliza la importancia de la cultura en su perspectiva económica; le da impulso al desarrollo de la comunicación y las tecnologías de la información como herramientas de fortalecimiento para el sector y genera propuestas para que el espacio público se convierta en un escenario permanente para la expresión de las prácticas culturales, artísticas y del patrimonio.*

*El Plan hace una apuesta por el desarrollo de los sub-campos de las prácticas culturales, las artes y el patrimonio cultural, como herramientas conceptuales y técnicas que contribuyan a potenciar la gestión pública en el campo.*

*En cuanto a las prácticas culturales, asumir y desarrollar el concepto de sub-campo ya constituye una apuesta en la que somos pioneros; busca darles el lugar a las ciudadanas, los ciudadanos y las comunidades culturales como sujetos en el centro de las políticas; propone estrategias y acciones para el reconocimiento e impulso a las prácticas tradicionales de los pueblos y comunidades; le da un lugar a la cultura democrática dentro de las políticas culturales.*

*En el subcampo de las artes se hace énfasis en la innovación y el reconocimiento de nuevas prácticas relacionadas con lo transdisciplinar, lo interdisciplinar y el desarrollo de las nuevas tecnologías como herramientas para la creación y circulación de la producción artística; en la implementación de las políticas de formación artística para la*

*ciudad, buscando fortalecer las relaciones con el sector educación y en la ejecución de estrategias más concretas de apropiación que permitan la sostenibilidad de las iniciativas artísticas y posiciones del arte en la ciudad.*

*En el subcampo del patrimonio cultural se resaltan los esfuerzos por articular y desarrollar los marcos normativos propuestos por la Ley 1185 de 2008, de acuerdo con las necesidades de la ciudad y de los agentes del sub-campo; en el mismo orden de ideas, se busca dar mayor fuerza a las políticas de fomento al patrimonio inmaterial y posicionar el patrimonio en la agenda pública de manera articulada con las políticas de ordenamiento territorial".* (Cursivas y adecuaciones fuera de texto).

**ACUERDO 645 DE 2016:** El Plan Distrital de Desarrollo "Bogotá Mejor para Todos 2016 – 2019".

"[…] *En la consolidación del ecosistema de emprendimiento se presentan obstáculos como: 1) el bajo conocimiento que tienen los emprendedores de la dinámica del emprendimiento de Bogotá; 2) la prevalencia de factores de corto plazo como financiamiento o asesorías cortas por parte de los beneficiarios de programas de emprendimiento; 3) el bajo nivel educativo de la población emprendedora, en un alto número de los casos; 4) la existencia de trámites costosos y dispendiosos para la creación de empresa y 5) la urgencia de diferenciar el emprendimiento por necesidad del emprendimiento por oportunidad y de potenciar el emprendimiento de base tecnológica. La desarticulación del ecosistema de emprendimiento local limita la identificación de la oferta de servicios de las entidades, programas y redes de apoyo existentes para la promoción de ideas de negocio y de aquellas que son innovadoras, en particular para las iniciativas de jóvenes que quieren participar en el mercado. Por ejemplo, existen sectores con alto potencial de crecimiento tales como el de las industrias creativas y culturales, las cuales podrían ser promovidas con un sistema empresarial adecuadamente articulado y consolidado. Estas industrias aportan alrededor de un 3,3% al PIB y tienen un impacto en la generación de empleo del 5,8% a nivel nacional.* […]"1

En este sentido, el Proyecto de Acuerdo busca dar plena vigencia y efectividad a los Artículos 19 y 44 del Acuerdo 645 de 2016 que reza:

---

1 Alcaldía Mayor de Bogotá, Plan Distrital de Desarrollo "Bogotá Mejor para Todos 2016 – 2019", Pág. 269.

"[…] ***<u>Artículo 19.</u> Mejores oportunidades para el desarrollo a través de la cultura, la recreación y el deporte.***

*El objetivo de este programa es ampliar las oportunidades y desarrollar capacidades de los ciudadanos y agentes del sector con perspectiva diferencial y territorial, mediante un programa de estímulos, y alianzas estratégicas con los agentes del sector y las organizaciones civiles y culturales, programas de formación, de promoción de lectura y de escritura, la generación de espacios de conocimiento, de creación, de innovación, de ciencia y tecnología y de memoria, apropiación del conocimiento, el fortalecimiento del emprendimiento y la circulación de bienes y servicios y el fomento del buen uso del tiempo libre y la actividad física, en horarios extendidos, con el propósito de promover todas las formas en que los ciudadanos construyen y hacen efectivas sus libertades culturales, recreativas y deportivas, en estrecho vínculo con la transformación cultural*[…]" (Cursiva fuera de texto).

"[…] ***Artículo 44. Fundamentar el desarrollo económico en la generación y uso del conocimiento para mejorar la competitividad de la Ciudad Región.***

*<u>El objetivo de este programa es convertir la generación y el uso del conocimiento en el eje de desarrollo económico para la ciudad, mediante la consolidación del ecosistema de emprendimiento y de innovación, de tal manera que se fortalezcan las capacidades de los diferentes actores, se potencien los espacios de colaboración y apoyo a iniciativas empresariales, y reconocimiento del desarrollo de la industria creativa y la economía naranja, se dinamice la interacción pública y privada para alcanzar los objetivos comunes de la ciudad y se utilicen las capacidades científicas y tecnológicas en dichos objetivos.</u>*

*En desarrollo de este objetivo se aplicarán los principios de colaboración y coordinación con entidades territoriales de la ciudad región para potenciar el impacto regional de las iniciativas.*

*Se gestionará un modelo de ciudad innovadora en la cual confluyen en un espacio físico, entidades tales como empresas, universidades, entidades públicas científicas y tecnológicas, que tendrá una gerencia encargada de su operación.* […]" (Subrayado fuera de texto).

## 5. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO:

### 1. DEFINICIÓN:

La economía creativa comprende los sectores en los que el valor de sus bienes y servicios se fundamentan en la propiedad intelectual, tales como la arquitectura, las artes visuales y escénicas, las artesanías, el cine, el diseño, el editorial, la investigación y desarrollo, los juegos y juguetes, la moda, la música, la publicidad, el software, la televisión (TV), la radio y los videojuegos.2

Este sector representó el 6.1% de la economía global en el año 2005, a pesar de que hoy sigue pasando desapercibido para la mayoría de los economistas.3 Para el año 2011 la economía creativa alcanzó los $4.3 billones de dólares estadounidenses, lo que representaría el 120% de la economía de la República Federal Alemana, o 2 ½ veces los gastos militares globales.4
Así pues, mientras que el gasto militar depende en un 100% del presupuesto público, la economía creativa es un contribuyente neto. Si la dinámica de crecimiento de la economía creativa sigue patrones equivalentes a sus exportaciones, podría representar más que el 6.1% registrado hace 8 años.

La última década ha sido beneficiosa para el comercio de bienes y servicios, según la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD), entre 2002 y 2011, las exportaciones por concepto de bienes y servicios crecieron 134%, casi el doble del 71% presentado por las transferencias de armas.5

---

2 HOWKINS, John.

4 Cálculo propio de los autores (Buitrago, Duque 2013) con datos del Stockholm International Peace Research Institute (SIPRI). Military Expenditures Database. Consultado por última vez el 28 dejunio de 2013 (http://milexdata.sipri.org/files/?file=SIPRI+military+expenditure+database+1988-2012.xlsx) y del World Military Expenditures and Arms Transfers (WMEAT) report 2012 del Departamento de Estado de los Estados Unidos consultado por última vez el 8 de julio de 2013 (http://www.state.gov/documents/organization/209508.pdf)
5 Cálculo propio de los autores (Buitrago, Duque 2013) con datos del Stockolm International Peace Research Institute (SIPRI). TIV of arms exports from all, 2004-2012. Consultado por última vez el 8 de julio de 2013 (http://armstrade.sipri.org/armstrade/html/export_values.php)

Sea preciso establecer que la presente iniciativa normativa de carácter distrital responde en gran medida a los presupuestos y sustentos establecidos en el proyecto de ley que hace trámite en el Congreso de la República de iniciativa del Senador del Centro Democrático Iván Duque.

2. **SECTORES:**

La economía creativa representa los siguientes sectores:

**1. BIENES CREATIVOS:**

1. Artes visuales y performativas.

2. Artesanía.

3. Audiovisual.

4. Diseño.

5. Nuevos medios.

**2. SERVICIOS CREATIVOS:**

1. Arquitectura.

2. Cultura y recreación.
3. Investigación y desarrollo.
4. Publicidad6.

Las exportaciones de bienes y servicios creativos en 2011 alcanzaron los $646 mil millones de dólares.7 Si las mismas se insertaran en la clasificación que hace el Centro Internacional de Comercio (ITC por sus siglas en inglés), serían la quinta mercancía más transada del planeta, al tiempo que el valor de las transferencias militares no se ubicaría entre las diez primeras.8

---

6 BUITRAGO, Felipe. DUQUE, Iván. *La Economía Naranja*. Banco Interamericano de Desarrollo. Washington D.C., 2013.
7 *Ibíd.* Pág. 17.
8 *Ibíd.* Pág. 18.

La importancia de la economía creativa radica en la creciente conectividad, así, por ejemplo, el comercio de servicios creativos crece un 70% más rápido que el de bienes creativos, y estas transacciones ocurren de manera creciente a través de internet.

Para el año 2012 la firma *Price Water House Coopers* estimó que las industrias de entretenimiento (conjunto de actividades culturales y creativas en el corazón de la economía creativa), inyectarían $2.2 billones de dólares anuales a la economía mundial, lo que equivaldría al 230% del valor de las exportaciones petroleras de los Estados miembros de la OPEP.

Algunas otras cifras para tener en cuenta en materia de economía creativa, son las siguientes:

1. La industria cinematográfica mundial produce en conjunto más de 4000 películas anuales (80 por semana aproximadamente).

2. Las ventas por boletería alcanzan miles de millones de dólares.

3. El uso de tabletas electrónicas ocupan el 70% del tiempo.

4. Desde 1998 se han descargado más de 25.000.000.000 canciones desde la plataforma de *iTunes* desarrollada por la compañía *Apple*. (El precio base por canción es de 99 centavos de dólar).
5. Se han descargado más de 50.000.000.000 de aplicaciones desde el *AppStore* de la compañía *Apple*.

En materia de artes escénicas, un sector clásicamente relegado para la economía, logró por concepto de ventas totales por boletería y mercadería asociada $26.9 miles de millones de dólares en un periodo de 30 años solo en las ciudades de Nueva York y Londres, lo que si se contrasta por ejemplo con un megaproyecto de generación eléctrica como la represa de las 3 gargantas en China, que costó $25 mil millones de dólares en el mismo periodo de tiempo. (Buitrago, Duque, 2013).

Este sector, solo por seguir con un ejemplo (artes y espectáculos), logró que compañías como el Circo del Sol empleara a más de 5000 personas, y tuviera ventas superiores a los US$800 millones de dólares anuales.

Asimismo, se estima que en la economía global las industrias creativas generan nueve de cada cien pesos de la economía en la República Argentina. La compañía *Netflix* cuenta con más de 33 millones de suscriptores y ventas que superan los $3.600 millones de dólares anuales.

Para el caso colombiano, y tomando como ejemplo una de las muestras culturales y artísticas más queridas, el Festival Internacional de Teatro de Bogotá en el año 2010 tuvo una audiencia de 3.900.000 espectadores, repartidos entre 500.000 en sala, 420.000 en ciudad teatro, y 3.000.000 en actividades callejeras.

## 1. IMPORTANCIA DE LA ECONOMÍA CREATIVA EN EL DISTRITO CAPITAL:

Las ciudades del mundo no se caracterizan exclusivamente por su infraestructura o amoblamiento urbano; tienen una identidad que va más allá del cemento y que aglomera distintos simbolismos y expresiones. También poseen escenarios donde se mezclan las prácticas que dan cuenta de nuestras ideas, arte y cultura.

En los últimos años, el proceso de globalización y empoderamiento de la tecnología ha facilitado el acceso a la información a los ciudadanos y brindado mayor visibilidad a los temas locales.

En este sentido, temas como la cultura, el arte y la creatividad cobraron mayor relevancia en la agenda pública de las ciudades. La cultura era fundamentalmente vista como la sana utilización del tiempo libre, y de algún modo la precaria oferta cultural estaba asociada a las personas de mejores estratos y recursos.

Progresivamente las administraciones públicas empezaron a dar un papel más importante a la cultura como un componente fundamental para el desarrollo de la sociedad aumentado su democratización y oferta.

Si bien la capital ha mejorado su oferta y acceso cultural a los bogotanos, aún existe una visión limitada y desconocimiento sobre el potencial económico de las industrias creativas.

Según la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB), las industrias creativas comprenden los sectores cuya actividad económica es la creación, producción, promoción y distribución de bienes y servicios de contenidos creativos, culturales y gráficos que utilizan la creatividad, la propiedad intelectual, la cultura y la conectividad como sus principales insumos.

Este sector está integrado por más de 23.300 empresas registradas en la CCB, de las cuales el 93 % está ubicado en Bogotá y el 7 % en la Región.9

Sectores que lo componen:

1. Comunicación gráfica (diseño gráfico, publicomerciales, editorial, empaques y etiquetas y publicaciones periódicas).

2. Creativas y de contenido (publicidad, videojuegos, cine, medios de comunicación y animación).

3. Música.

4. Otras artes escénicas (danza, teatro).

5. Artes plásticas y visuales.

6. Patrimonio (sitios culturales, actividades de jardines botánicos, zoológicos y reservas culturales)10

La importancia de la industria creativa se ve materializada en el interés que la CCB ha tomado en ella, lo que ha logrado la creación de una dependencia especializada sobre el tema.

En este sentido es vital apoyar los emprendimientos creativos para lo que desde ya se trabaja en líneas de acción enfocadas a:

1. Mejorar las condiciones de entorno para el crecimiento de los negocios.

2. Generar redes de trabajo colaborativo.

3. Innovar los modelos de negocio dentro de la economía creativa.

4. Convertir ideas creativas en ideas de negocio viable.

---

9 Tomado de http://www.ccb.org.co/Fortalezca-su-empresa/Apuesta-sectorial-de-la-CCB/Industrias-Creativas-Culturales-y-de-Comunicacion-Grafica.
10 *Ibíd*.

5. Crear nuevos escenarios para que talento sea visto y escuchado.

6. Fortalecer las habilidades empresariales y específicas de las empresas.

7. Acercar oportunidades para financiar proyectos.

8. Abrir mercados para la internacionalización de las empresas culturales y creativas.

9. Contar con talento humano.

10. Encontrar solución a los problemas logísticos asociados al transporte de materias primas, insumos y productos terminados del sector.

11. Incidir en la definición de una regulación ajustada a las necesidades de los empresarios del sector.11

Las industrias creativas que buscan visibilizar y fomentar el presente Proyecto de Acuerdo ya son una realidad económica en el mundo, el país y en el Distrito Capital, es por ello que la pertinencia y actualidad del proyecto obedece a una necesidad sobre una realidad económica y social como lo es la "*Economía Naranja*".

Si bien la capital ha mejorado su oferta y acceso cultural a los bogotanos, aún existe una visión limitada y desconocimiento sobre el potencial económico de las industrias creativas. De acuerdo a la UNESCO, la cultura representa el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social. En ella se engloban sectores como las artes y las letras, los modos de vida, las tradiciones y las creencias, entre otras. La industrias creativas, lo que buscan es potenciar el desarrollo económico de la cultura por medio de los derechos de propiedad y la articulación con otros sectores de la creatividad.

De acuerdo a la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, durante el 2013 se beneficiaron 5.747.533 ciudadanos con eventos culturales. Aunque ésta cifra disminuyó con respecto al año pasado, la tendencia se debió al cambio de oferta por parte de la administración, ya que se descentralizó la oferta cultural a las localidades. Se pasó de 3.951 eventos locales, a 20.669 en toda la ciudad.

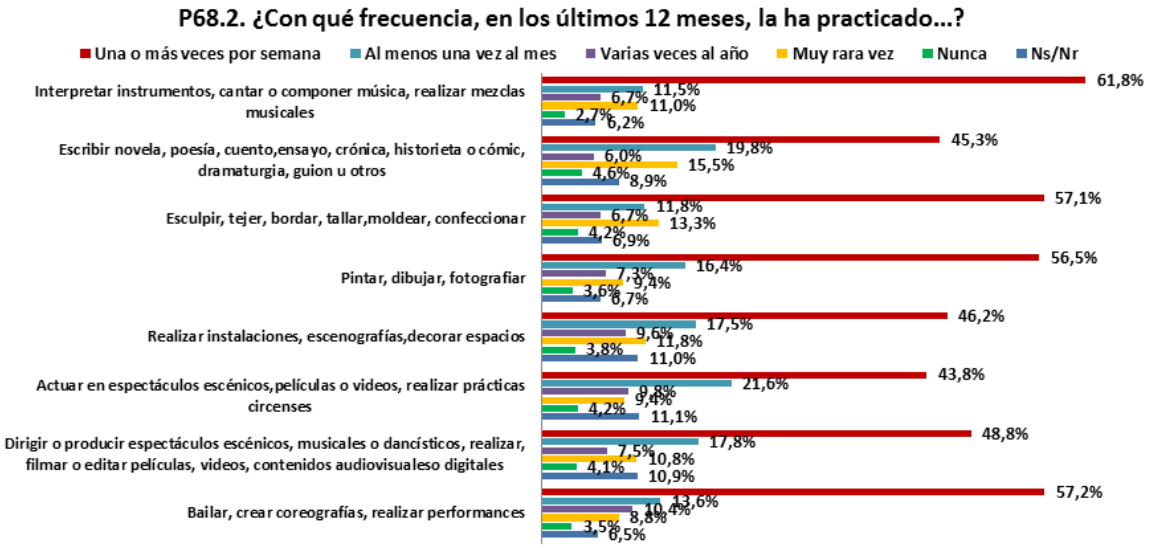
---

11 *Ibíd*.

El impulso adquirido en los últimos años ha tenido algunos retorceos, sobre todo por el tema de inseguridad y oferta cultural. De acuerdo a la Encuesta de Calidad de Vida 2013 de Bogotá Cómo Vamos, la insatisfacción de los bogotanos con la oferta cultural de la ciudad se incrementó con respecto a 2012, pasando de 4% a 11% en 2013. Con relación a la oferta recreativa, la insatisfacción aumentó del 6% al 12% en el mismo periodo.

La reducción en la participación en actividades recreativas de los bogotanos, actividades como visitar parques pasó de 70% a 57% entre 2012 y 2013, y visitar centros comerciales bajó del 70% al 50%. La reducción de estas actividades no tuvo que ver exclusivamente con inseguridad de la ciudad para esa época sino con el sedentarismo promovido por las nuevas tecnologías como los teléfonos inteligentes e Internet.

De acuerdo a la Encuesta Bienal de Cultura 2015, 81% de las personas encuestadas no practica ninguna actividad artística. Sin embargo, llama la atención que en las preguntas donde se indaga por la frecuencia de actividades creativas, más del 50% afirma realizar actividades de este tipo al menos una vez por semana:




Fuente: Encuesta Bienal de Cultura 2015

De acuerdo a la Encuesta de Consumo Cultural del DANE 2012 – 2014, a nivel nacional, la asistencia personas mayores de 12 años a conciertos, recitales y presentaciones de música en vivo presentó un aumento en 2014, pasó de 27,9% en 2012 a 30,0% en 2014.

Según datos de la Cuenta Satélite de Cultura[12], el sector de las artes escénicas y espectáculos artísticos en Colombia, presentó un incremento de 22,2 % entre 2005 ($211.394 millones) y 2012 ($258.349 millones). Durante ese periodo, los colombianos incrementaron la compra de boletería en un 58,7%.

La producción de espectáculos artísticos en vivo, entendidos como los servicios de producción y presentación para representaciones de teatro, ópera, ballet, musicales y conciertos, entre otros, presentó un incremento del 28,2% durante el periodo 2005- 2012, pasando de ingresos de 431 150 millones en el 2005 a 552 749 millones de pesos en el 2012.

Por su parte, el sector audiovisual experimentó un crecimiento de 109 % entre 2005 ($1,14 billones) y 2012 ($2,39 billones). Para el año 2012, el subsector de cine contó con 827 salas de exhibición. Mientras que en el año 2000 se estrenaron 4 películas, en el 2008 se llegó 23 en el 2012. Para la muestra de un botón recordemos: el abrazo de la serpiente en 2015. Haciendo referencia al consumo relacionado con el sector cinematográfico, entre 2005 y 2012 el número de asistentes a cine creció más del doble, pasó de 16 millones de espectadores en el 2005 a 41,4 millones en el 2012.

En cuanto a la industria musical, de acuerdo a los cambios tanto en su producción como en su consumo, la producción de música fonográfica presentó un leve crecimiento negativo de 0,3% entre 2005 y 2012. Los ingresos por venta física pasaron de 99.866 millones en 2005 a 79.646 millones en 2012. Este comportamiento también se explica por las actuales tendencias de acceso a la música, en donde la asistencia a espectáculos en vivo tuvo un crecimiento de 30 % entre los años 2005 y 2012, pasando de 265 318 millones a 343 897 millones de pesos respectivamente. En esferas como esta, es que la economía naranja tiene un importante reto.

Estos son tan solo algunos ejemplos del potencial de desarrollo de la cultura a través de sectores creativos los cuales no han sido aprovechados al máximo en exportaciones de bienes y servicios y el desamparo de las ideas por medio de licencias de propiedad intelectual.

Como expresiones de las industrias creativas en el Distrito Capital encontramos, entre otras:

[12] Esta cuenta satélite, representa un importante mapeo de la industria cultural ya que permite una medición constante, confiable y comparable, derivado del sistema de cuentas nacionales.

## 1. ARTBO:

ARTBO, Feria Internacional de Arte de Bogotá, es el encuentro por excelencia para el mercado del arte en América Latina. Cada año, ARTBO convoca a galerías nacionales e internacionales que son cuidadosamente seleccionadas para lograr una muestra de la mejor calidad.

Además del aspecto comercial de la Feria, ARTBO ofrece un programa cultural y académico variado que busca sensibilizar al público y facilitar su acceso al Arte.

ARTBO se lanzó en el 2005, como un programa de la Cámara de Comercio de Bogotá, con el objetivo de promocionar y posicionar a Bogotá como un destino para la cultura y los negocios, ser una plataforma comercial para el Arte y un espacio para el intercambio cultural y la sensibilización y participación de todo tipo de públicos.

A lo largo de sus nueve versiones, ARTBO ha llegado a convertirse en la mayor plataforma anual para las artes plásticas en Colombia y una de las ferias más importantes de la región.

ARTBO se ha convertido en el eje central del mes del Arte en Colombia y hoy en día es reconocida internacionalmente como la feria de mejor calidad de América Latina gracias a la cuidadosa selección y la diversidad de su muestra.13

## 2. ARTECÁMARA:

El programa Artecámara inició en el 2004 para promover y fortalecer los nuevos talentos en artes visuales y diseño de Bogotá y la región. Realiza de manera permanente exposiciones en las galerías ubicadas en los Centros Empresariales Chapinero, Salitre y Kennedy, y organiza, una vez al año, la sección Artecámara en la Feria Internacional de Arte de Bogotá, ARTBO.

Todas las exposiciones son colectivas y funcionan bajo la modalidad de la curaduría donde un curador designado por Artecámara invita a artistas y/o diseñadores y/o los selecciona a través de una convocatoria pública.

Con presencia en salas ubicadas en diferentes localidades se desarrollan las siguientes expresiones de las industrias creativas en el sector cultural:

13 Tomado de http://www.artboonline.com/portal/default.aspx

**1. CHAPINERO:**

Esta sala está dedicada a la circulación de los nuevos talentos en artes plásticos. Se organizan en promedio seis exposiciones al año entre las cuales, la exposición final del programa Artecámara Tutor, la exposición del ganador del premio Prodigy/Beca Flora en ARTBO y el ciclo PRISMA de tres exposiciones organizadas por un comité de tres curadores, que abarca un tema de actualidad de Bogotá a través de la realización de proyectos in situ.

**2. SALITRE:**

Esta sala presenta seis exposiciones curadas al año, de altísima calidad e impacto mediático, en todos los campos del diseño. Su objetivo: proyectar el talento de los mejores diseñadores de la ciudad y, fungir un rol de motivación para la producción local. Así mismo, ponemos a disposición de la Red Académica de Diseño (RAD) módulos de exhibición exterior para exponer el trabajo de los programas universitarios de diseño.

**3. KENNEDY:**

En el Centro Empresarial Kennedy inició en el 2011 Artecámara Tutor, un programa de formación y circulación para visibilizar las prácticas artísticas de las comunidades ubicadas en el sur de Bogotá. Adicionalmente, se desarrollan en esta sala exposiciones y proyectos artísticos que vinculan a diferentes comunidades locales y/o investigan temas relacionados con la educación artística. 14

**3. <u>BOGOTÁ MUSIC MARKET:</u>**

El Bogotá Music Market (BOmm) es un evento organizado por la Cámara de Comercio de Bogotá, como parte de su programa de apoyo a las Industrias Creativas y Culturales. Es un espacio diseñado para que músicos, compositores, productores, agencias, empresarios,

14 Tomado de http://www.ccb.org.co/Fortalezca-su-empresa/Apuesta-sectorial-de-la-CCB/Industrias-Creativas-Culturales-y-de-Comunicacion-Grafica/Artecamara/Que-es-el-programa-Artecamara

marcas, disqueras y editoras descubran nuevas oportunidades de negocio y aprendan sobre las últimas tendencias en la industria de la música.

Ofrece oportunidades para que los músicos colombianos presenten sus producciones, composiciones o shows en vivo a marcas, editoras nacionales e internacionales y a circuitos y festivales de talla internacional.
Se convierte en una plataforma de promoción y actualización profesional, así como en espacio de networking para realizar acuerdos, alianzas y negocios alrededor de la industria de la música. Para ello, durante la realización del evento se han habilitado cuatro días, de los cuales uno es dedicado a charlas académicas de conferencistas de alto perfil y larga trayectoria en la industria de la música, otros dos para citas de negocios entre los participantes, y un día de talleres.
La participación es gratuita y la selección de los aspirantes se hace por convocatoria abierta con una curaduría independiente.

Como oportunidades para las industrias creativas el Bomm ofrece este 2016 las siguientes posibilidades para emprendedores en este sector:

1. BOmm Talks: espacio académico en el que destacados profesionales internacionales del sector compartirán sus experiencias, aprendizajes y predicciones acerca de la industria de la música.

2. Showcases: presentaciones en vivo de artistas y bandas seleccionadas por los curadores.

3. Rueda de negocios: espacio de speed-networking en el cual los empresarios y artistas seleccionados por los curadores para participar se reunirán para realizar negociaciones, ampliar su base de contactos, conocer empresarios que se dedican al mismo tipo de negocio y realizar alianzas estratégicas de diversos tipos.

4. BOmm Labs: Será un espacio de mesas redondas y talleres, con líderes de la industria local, en las cuales se tratarán temas como periodismo musical (qué debe saber un músico para comunicarse con un periodista), crowdfunding para música y management, entre otros.15

15 Tomado de: http://www.bogotamusicmarket.com/

Otro importante sector de las industrias creativas en el Distrito Capital es el de la moda. Este comprende las actividades creativas de manufactura industrial y comercialización, así como la proveeduría de insumos y servicios complementarios para los siguientes sectores:

1. Textil – confección.

2. Cuero, calzado y marroquinería.

3. Joyería y bisutería.

Este sector está integrado por más de 30.000 empresas registradas en la Cámara de Comercio de Bogotá, de las cuales el 92 % está ubicado en Bogotá y 8 % en la región.

Dentro de las necesidades de la moda como sector de las industrias creativas están las de:

1. Redefinir la posición estratégica de los modelos de negocio.

2. Crear y fortalecer marcas.

3. Fortalecer el diseño y la innovación para generar valor a los productos.

4. Implementar sistemas de producción sostenibles y estandarización de procesos.

5. Desarrollar canales para llegar a nuevos mercados.

6. Mejorar las condiciones de entorno para hacer más y mejores negocios.

7. Encontrar solución a los problemas logísticos asociados al transporte de materias primas, insumos y productos terminados del sector.

8. Incidir en la definición de una regulación ajustada a las necesidades de los empresarios del sector.16

16 Véase: http://www.ccb.org.co/Fortalezca-su-empresa/Apuesta-sectorial-de-la-CCB/Moda

## 4. BOGOTÁ AUDIOVISUAL MARKET:

El Bogotá Audiovisual Market (BAM) es un evento que ha logrado reunir a cientos de productores internacionales que demuestran el excelente posicionamiento de Bogotá como un hub regional para la producción audiovisual.

En él se reúnen productores locales, empresas de servicios nacionales, distribuidores, agentes de venta, canales de televisión y productores internacionales de la industria audiovisual para una programación que incluye charlas de tema como "*La distribución y el marketing audiovisual en 200 tips*", en donde se tratan temas la actualidad de la industria latinoamericana. El evento también ofrece los BAM brunches, en donde los participantes podrán compartir experiencias y generar contactos profesionales a través de un desayuno de trabajo.
Bogotá Audiovisual Market cuenta con una exhibición permanente de películas colombianas que se encuentran en etapa final de posproducción o que requieren de agente de ventas para su distribución, que hacen parte de la programación de screenings en las salas de Multiplex de Cine Colombia del centro comercial Avenida Chile.17

De acuerdo con La agencia de promoción de inversión de Bogotá, una iniciativa de la Cámara de Comercio de Bogotá y el Distrito Capital (Invest in Bogotá) la UNESCO reconoció a Bogotá como una de las 35 ciudades en el mundo que conforman la Red de Ciudades Creativas, en la categoría de ciudad de la música, por la fortaleza de movimientos como el rock, el hip hop, la música clásica, el jazz y los ritmos locales.18

La vida cultural de la ciudad cuenta además con una amplia oferta local e internacional en museos, bibliotecas, literatura, cine, artes plásticas, teatro y danza.

En este sentido Bogotá es una protagonista de las industrias creativas y de la economía naranja gracias a que es una:

### CIUDAD MULTICULTURAL:

Bogotá es hoy el resultado de migraciones de grupos de población muy amplios, que la han convertido en una ciudad cada vez más respetuosa de la diversidad étnica, social, territorial y religiosa.

---

17 Véase: http://es.investinbogota.org/BAM-Bogota-Audiovisual-Market
18 *Ibíd*.

1. Colombianos provenientes de diferentes regiones: insulares y costeras en los océanos Pacífico y el Atlántico; de la Cordillera de los Andes; de la selva Amazónica; de los Llanos Orientales, entre otras.

2. Colonias extranjeras de Ecuador, Estados Unidos, Perú, Venezuela y muchos otros más.

3. Grupos indígenas entre los cuales están: Embera, Guambiano, Huitoto, Inga, Kankuamo, Kichwa, Pijao, Siriano y Wayúu.

4. Comunidades afro descendientes, que representan el 14 % de la población de Colombia.

5. Aproximadamente 13.033 miembros de comunidades gitanas.

6. Política pública para la protección de derechos de población LGBT.

7. Seguidores de diferentes religiones: católicos, cristianos, protestantes, musulmanes, judíos, entre otros.

**CIUDAD DE LA MÚSICA DE UNESCO: FESTIVALES DE MÚSICA "AL PARQUE":**

Bogotá es la primera ciudad latinoamericana de la Red de Ciudades Creativas de la Música, junto a Sevilla (España), Bolonia (Italia), Glasgow (Escocia) y Gante (Bélgica).

Esto por la amplia oferta de festivales gratuitos y al aire libre de rock, salsa, jazz, ópera, góspel, hip-hop y música colombiana. Rock al Parque, el más grande de América Latina y el tercero más grande del mundo, contó en 2014 (2016) con 400 mil asistentes y 87 bandas participantes.

La ciudad tiene más de 600 lugares para conciertos en vivo que han recibido grandes artistas de la música culta y popular de la talla de Daniel Barenboim, Jesse Norman, Deborah Voigt en música clásica; Lady Gaga, Paul McCartney, Cold Play, Norah Jones; así como artistas de movimientos de música independiente como The Killers, New Order, Morrisey, Red Hot Chili Pepers, Hot Chip, Foster the People, TV on the Radio, MGMT, Yelle, entre otros. 19

19 *Ibíd*.

**FESTIVAL INTERNACIONAL DE TEATRO:**

Bogotá es sede del Festival Internacional de Teatro como se anotó anteriormente que se realiza cada dos años siendo el festival de teatro más importante de América Latina y uno de los mejores del mundo.

La edición 2014 contó con 26 países invitados, 2.000 artistas, 48 presentaciones internacionales, 29 teatros, 9 parques, 7 escenarios no convencionales, 9 premieres mundiales y más de 2 millones 800 mil espectadores.

Así mismo, la ciudad ofrece continuamente espectáculos de teatro, danza y música en más de 45 salas, entre las que sobresalen el Teatro Mayor, el Teatro Jorge Eliécer Gaitán, el Teatro Nacional y una diversidad de espacios independientes como Mapa Teatro, la Casa del Teatro, La Candelaria, Teatro Libre y Teatro Varasanta.

En materia de la industria literaria entre bibliotecas, librerías y una de las Ferias del Libro más importantes de Latinoamérica, Bogotá ofrece novedades editoriales, lecturas de poesía, revistas, suplementos literarios y comics en formatos tradicionales y digitales.

**RED DE BIBLIOTECAS PÚBLICAS:**

La Red de Bibliotecas Públicas -BibloRed- cuenta con 21 establecimientos que permiten una cubertura en toda la ciudad. En 2012 la Red recibió aproximadamente 4.3 millones de visitantes en sus bibliotecas, que están clasificadas así:

1. 4 bibliotecas mayores.
2. 6 bibliotecas locales.
3. 10 bibliotecas de barrio.
4. 60 Bibliotecas comunitarias.
5. 1 bibliobús.

**FERIA INTERNACIONAL DE LIBRO:**

Es uno de los tres eventos editoriales más grandes de Latinoamérica y representa una fuente importante para el fomento de la lectura que congrega a editores, distribuidores, libreros, representantes de la industria gráfica y escritores, entre otros.

En 15 días, más de 500 expositores locales y extranjeros reciben a más de 80.000 espectadores visitantes.

**OFERTA CINEMATOGRÁFICA:**

En materia cinematográfica Bogotá cuenta con más de 243 pantallas de cine con los últimos estrenos internacionales y un importante circuito de cine independiente que puede verse en salas especializadas y festivales de trayectoria como In Vitro Visual, Eurocine, Festival de Cine Francés, Festival de Cine Documental, Festival de Cortometrajes Bogoshorts y el Festival de Cine de Bogotá.

El 92% de los servicios de producción de cine, el 77% del sector de la animación digital y el 55% de la industria de videojuegos de Colombia están en Bogotá.

**MUSEOS:**

Así mismo Bogotá tiene 77 museos con colecciones de arte precolombino y contemporáneo, colecciones de valor histórico, arqueológico y religioso y exhibiciones interactivas con la tecnología, entre los que se destacan:

1. EL MUSEO DEL ORO:

Comprende cerca de 34.000 piezas de oro, más de 20.000 objetos óseos, líticos, cerámicos y textiles pertenecientes a 13 sociedades prehispánicas. Además de su exhibición permanente, el museo ya ha realizado 204 exhibiciones en los mejores museos de los cinco continentes.

2. EL MUSEO BOTERO:

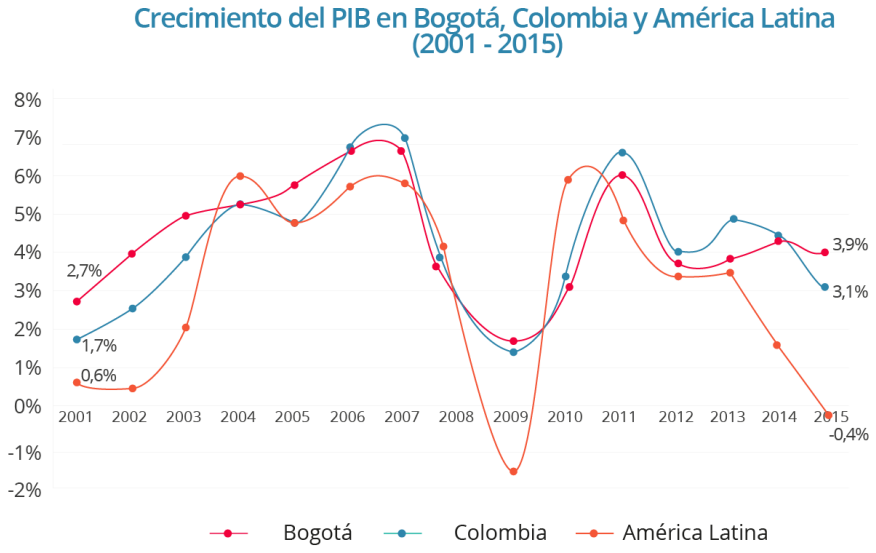
Colección del artista Fernando Botero donada por él mismo. Está conformada por 208 obras, 123 de su propia autoría y 85 de artistas internacionales.

3. MALOKA:

Primer museo de tercera generación hecho en Colombia, que permite a los usuarios interactuar con los objetos.

## 5. PESO ECONÓMICO DEL SECTOR:

Dentro de las cifras vale la pena citar las siguientes como indicadores de la gran oportunidad que tiene el Distrito Capital en materia de industrias creativas, emprendimiento, innovación, cultura y, por ende, Economía Naranja que persigue el Proyecto de Acuerdo puesto a consideración de los Honorables Concejales:




Fuente: Dane, Cuentas Nacionales y departamentales; FMI, World Economic Outlook Database, Abril 2016.

## Tratados comerciales vigentes

| Países | Población 2015 (millones de personas) | PIB 2015 (US$ miles de millones) |
|---|---|---|
| CAN[1] | 107,9 | 617,4 |
| México | 127,0 | 1.144,3 |
| MERCOSUR[2] | 258,0 | 2.440,1 |
| Chile | 17,8 | 240,2 |
| Canadá | 35,8 | 1.552,4 |
| El Salvador, Guatemala y Honduras | 31,1 | 110,0 |
| Estados Unidos | 321,6 | 17.947,0 |
| Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA)[3] | 13,7 | 1.118,3 |
| Unión Europea[4] | 334,6 | 11.621,6 |

1 Colombia, Bolivia, Ecuador y Perú
2 Brasil, Argentina, Paraguay y Uruguay
3 Islandia, Lichtenstein, Noruega y Suiza. Actualmente el tratado es efectivo para Lichtenstein y Suiza.
4 Bloque compuesto por: Alemania, Austria, Bélgica, Bulgaria, Chipre, Croacia, Dinamarca, Eslovaquia, Eslovenia, España, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Irlanda, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Países Bajos, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa, Rumanía, Suecia.

Fuente: Fondo Monetario Internacional, World Economic Outlook Database, Abril 2016; Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; CIA factbook. Proceso Invest in Bogota

20

El aeropuerto internacional El Dorado es uno de los principales centros para pasajeros de América Latina; maneja más de 29 millones de viajeros al año:

20 Fuente: Invest in Bogotá.

Conexiones aéreas internacionales desde Bogotá

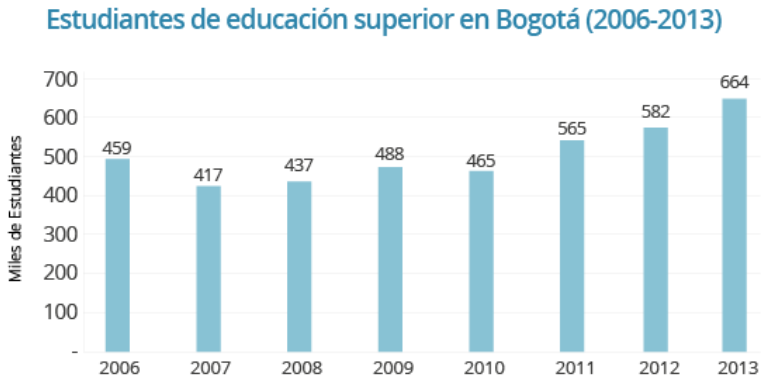
| Destino | Frecuencia semanal de vuelos | Tiempo de vuelo |
|---|---|---|
| Bridgetown (Barbados) | 2 | 3 horas y 10 minutos |
| Estambul | 3 | 13 horas y 50 minutos |
| Amsterdam | 3 | 13 horas |
| Aruba | 9 | 1 hora y 14 minutos |
| Atlanta | 7 | 4 horas y 14 minutos |
| Barcelona | 4 | 10 horas y 36 minutos |
| Buenos Aires | 8 | 5 horas y 48 minutos |
| Cancún | 22 | 2 horas y 51 minutos |
| Caracas | 40 | 1 hora y 17 minutos |
| Ciudad de Guatemala | 5 | 1 hora y 17 minutos |
| Ciudad de México | 49 | 4 horas y 38 minutos |
| Curazao | 7 | 1 hora y 16 minutos |
| Dallas | 7 | 5 horas y 35 minutos |
| Fort Lauderdale | 28 | 3 horas y 5 minutos |
| Frankfurt | 7 | 11 horas y 19 minutos |
| Guayaquil | 21 | 1 hora y 15 minutos |
| Habana | 9 | 2 horas y 47 minutos |
| Houston | 14 | 4 horas y 27 minutos |
| La Paz | 7 | 3 horas y 3 minutos |
| Lima | 58 | 2 horas y 21 minutos |
| Londres | 4 | 10 horas y 41 minutos |
| Los Ángeles | 4 | 7 horas y 40 minutos |
| Madrid | 21 | 9 horas y 58 minutos |
| Miami | 49 | 3 horas y 2 minutos |
| New Jersey | 7 | 5 horas y 30 minutos |
| New York | 21 | 4 horas y 59 minutos |
| Orlando | 14 | 3 horas y 27 minutos |
| Ciudad de Panamá | 103 | 59 minutos |
| París | 7 | 10 horas y 44 minutos |
| Punta Cana | 12 | 2 horas y 5 minutos |
| Quito | 53 | 55 minutos |
| Rio de Janeiro | 7 | 5 horas y 40 minutos |
| San José | 14 | 1 hora y 34 minutos |
| San Juan | 4 | 2 horas y 40 minutos |
| San Salvador | 21 | 2 horas y 25 minutos |
| Santiago de Chile | 25 | 5 horas y 17 minutos |
| Santo Domingo | 11 | 2 horas |
| Sao Paulo | 22 | 5 horas y 23 minutos |
| Toronto | 4 | 5 horas y 26 minutos |
| Valencia (Venezuela) | 5 | 2 horas |
| Washington | 6 | 4 horas y 45 minutos |

Fuente: Aeronáutica Civil de Colombia, Aerocivil. Proceso Invest in Bogotá.

## 1. FUERZA LABORAL CALIFICADA Y ESCALABLE EN BOGOTÁ:

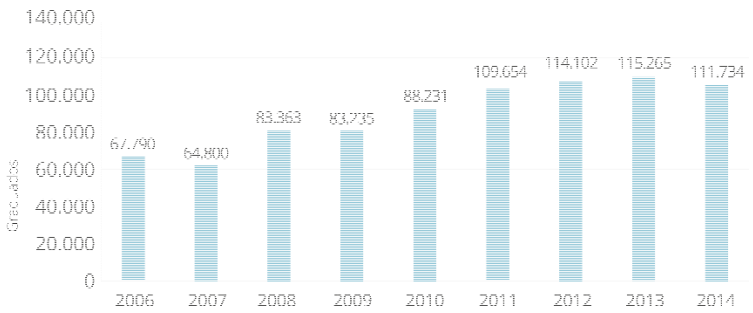
La joven y calificada fuerza laboral bogotana de más de 4,6 millones de personas garantiza la escalabilidad de cualquier operación.

Las 115 instituciones de educación superior que tiene la ciudad matriculan 664 mil estudiantes y gradúan cerca de 111 mil profesionales y técnicos al año. Adicionalmente, Colombia tiene uno de los mercados laborales más eficientes de América Latina.




Fuente: Ministerio de Educación Nacional, SNIES.

Graduados de educación superior en Bogotá (2006-2014)

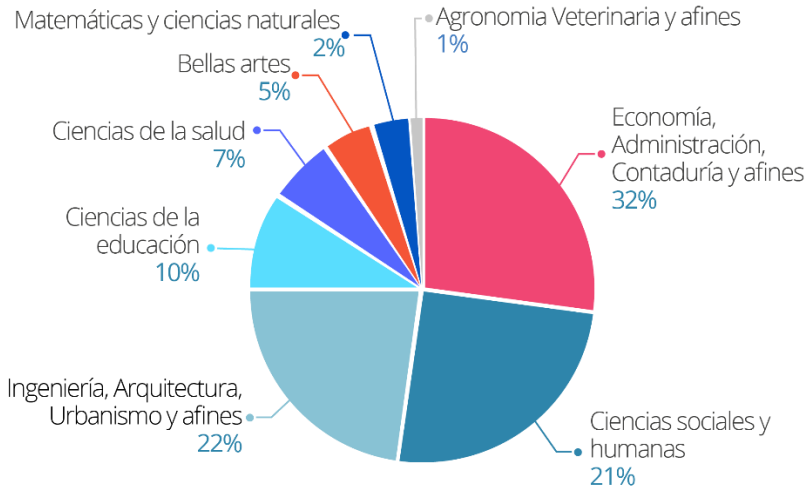



Fuente: Ministerio de Educación Nacional: Observatorio laboral para la educación

22

Entre estudiantes universitarios, la administración de empresas, las ciencias sociales y humanas y las ingenierías, respectivamente, son las áreas de estudio más populares en Bogotá.

Graduados de educación superior en Bogotá por área de estudio (2001-2014)



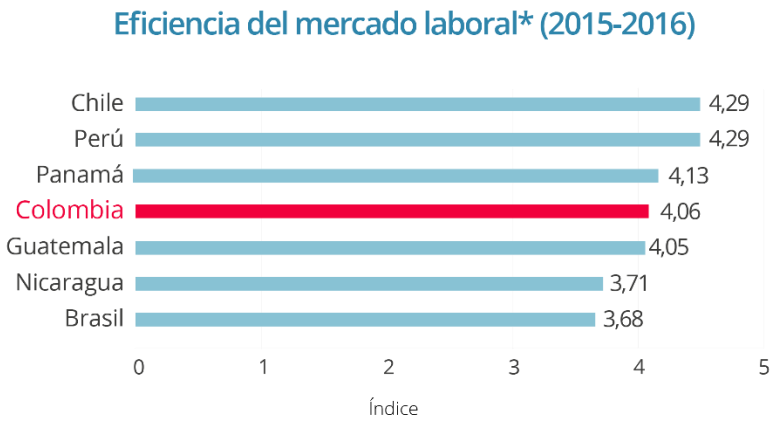

Fuente: Ministerio de Educación Nacional, Observatorio Laboral para la Educación. Proceso Invest in Bogota

23

22 Fuente: Invest in Bogotá

## 2. RÉGIMEN LABORAL FLEXIBLE:

De acuerdo con el Reporte Global de Competitividad del Foro Económico Mundial 2015-2016, Colombia tiene uno de los mercados laborales más eficientes de América Latina.




*El índice incluye: Cooperación en las relaciones empleador- empleado, flexibilidad para determinar el salario, prácticas de contratación y despido, costos adicionales, pago y productividad, confianza en la gestión profesional, fuga de talentos, relación mujer-hombre en la fuerza laboral. Indice de 0 (peor) a 10 (mejor).

Fuente: Foro Económico Mundial, The Global Competitiveness Report 2015-2016.

## 3. LAS INDUSTRIAS CREATIVAS EN BOGOTÁ 24:

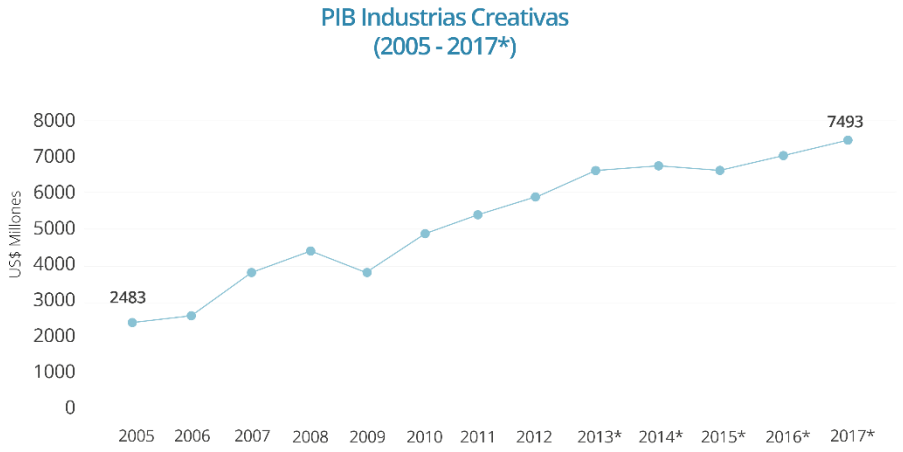
Bogotá ofrece una gran variedad de ventajas competitivas en las industrias creativas: crecimiento reciente, transferencia de conocimiento a través de inversión extranjera constante, abundancia de talento humano calificado y soporte institucional. Para el sector audiovisual Bogotá ofrece incentivos privados y subsidios del gobierno además de una locación geográfica inigualable.

---

23 Fuente: Invest in Bogotá

24 Tomado de: http://es.investinbogota.org/invierta-en-bogota/en-que-invertir-en-bogota/industrias-creativas-bogota

Las industrias creativas se caracterizan por contener una serie de actividades muy amplias, desde la producción y distribución de periódicos, pasando por la realización artística llegando hasta la creación audiovisual. Las industrias creativas son importantes en la economía colombiana, este sector representa más del 1.7% del producto nacional.

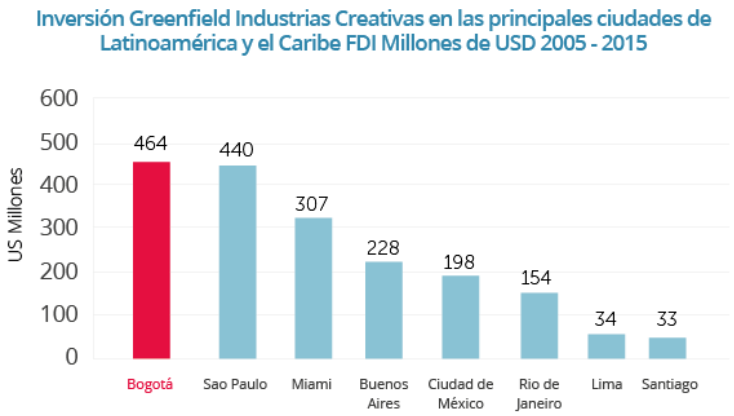



Fuente: Cuenta satélite de cultura DANE

**1. UNA OPORTUNIDAD PARA LA INDUSTRIA CREATIVA DIGITAL**:

1. Bogotá es el principal destino de inversión extranjera directa *greenfield* en América Latina para el sector de industrias creativas.

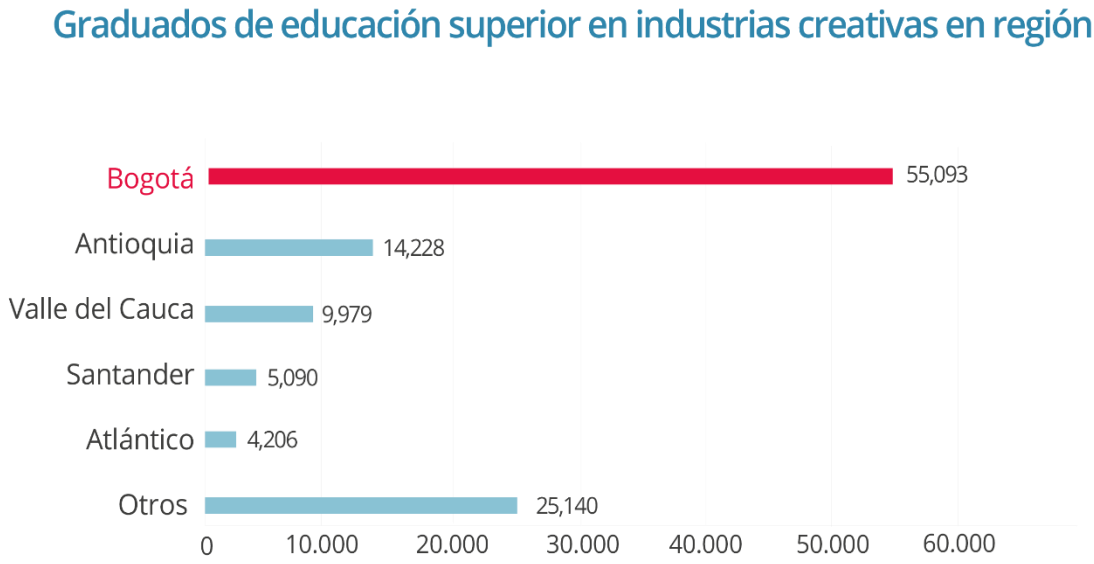
2. Bogotá es el principal destino de inversión extranjera directa greenfield en América Latina para el sector de industrias creativas en la última década (Fuente: FDI Markets).




Fuente: fdi Markets

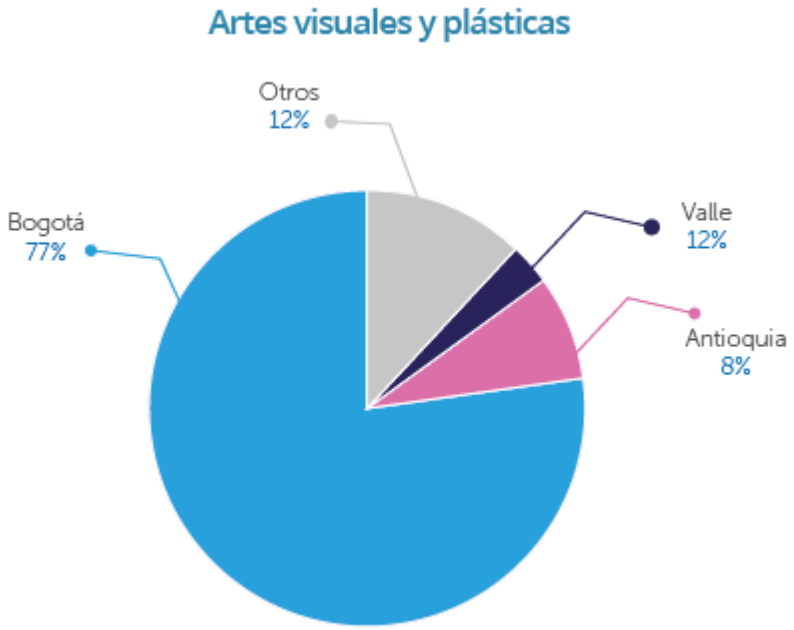
**2. TALENTO HUMANO ABUNDANTE Y CALIFICADO:**

Bogotá ofrece posibilidades reales para transformar ideas en oportunidades de negocios, gracias a su población joven, multicultural y altamente calificada, y a iniciativas que buscan incentivar la creatividad y el talento.



Nota: Educación superior hace referencia a carreras universitarias de pregrado, carreras técnicas tecnológicas Fuente: Observatorio Laboral, Ministerio de Educación Nacional. Proceso Invest in Bogotá.

La ciudad concentra la gran mayoría de los profesionales en áreas relacionadas a las industrias creativas del país. Bogotá tiene alrededor del 16% de la población colombiana sin embargo cuenta con el 48,4% del total de graduados en el sector.




En el segmento de artes plásticas y visuales Bogotá concentra más del 77% de los graduados. El segmento de producción audiovisual se está posicionando como fundamental en el desarrollo creativo de la ciudad.

Artes visuales y plásticas incluye:

1. Artes Audiovisuales.

2. Cine y Producción Audiovisual.

3. Producción de cine y TV.

4. Dirección de Cine.

5. Producción y Dirección de Contenido Audiovisual.

**3. EXCELENTE LUGAR PARA HACER NEGOCIOS:**

Miembro de la red de ***Ciudades Creativas de la Música de UNESCO*** y sede de festivales y ferias de talla mundial, Bogotá se ha posicionado como un nuevo epicentro para las industrias creativas en América Latina.

**4. BOGOTÁ HUB PARA LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL DE LATINOAMÉRICA:**

1. Bogotá se ha convertido en un hub de grandes producciones audiovisuales para el continente filmadas en su mayoría en la ciudad.

2. Producciones internacionales encuentran talento creativo y calificado fácilmente.

3. La ciudad ofrece una infraestructura desarrollada con instalaciones de producción y post-producción de jugadores internacionales instalados como Caracol, RCN, FOX y Sony entre otros.

4. La posición geográfica de Bogotá le permite a los productores audiovisuales usar un amplio rango de locaciones, la ciudad es increíblemente versátil dada su posición en la cima de la cordillera oriental de los andes albergando páramos y climas tropicales en las zonas aledañas al territorio urbano.

**Locaciones Históricas**

Museo Nacional de Colombia

Barrio La Candelaria

**Locaciones Cotidianas**

Zona T

Hotel Marriot Bogotá

Con la Ley 1556 de 2012 (Ley del Cine), la ciudad le apunta a crecer su posición como capital para las industrias creativas de Latinoamérica. Con incentivos privados y grandes subsidios públicos a la estructura de costos de producción, la industria de producción audiovisual ha atraído inversión extranjera como nunca antes.

**5. UNA OPORTUNIDAD PARA LA INDUSTRIA CREATIVA DIGITAL:**

Existe una oportunidad creciente en el segmento de mercadeo digital, en la medida que se ha convertido en la forma de marketing más costo eficiente y una manera de generar alto impacto bien dirigido en los consumidores del siglo XXI. La penetración del internet en Colombia es alta en relación a su pare regional y continua creciendo de manera continua.

Las compañías interesadas en crecer sus actividades creativas en el segmento digital deberían considerar a Bogotá como un hub para el desarrollo en el futuro en la región. Es una ciudad que lleva la delantera en el desarrollo creativo y tecnológico.

La demanda de contenidos digitales ha generado inversiones por parte de las empresas que quieren hacer parte de la revolución tecnológica en comunicaciones y conectividad. Las empresas colombianas han aumentado sus inversiones en medios digitales 25% cada año desde el 2010. Grandes empresas de publicidad han llegado a la ciudad como JWT, Huge Inc, Rep Grey, Ogilvy y más.25

## GLOSARIO

**Autor:** Persona que realiza una creación intelectual.

**Artista, intérprete o ejecutante:** Persona que representa, canta, lee, recita, interpreta o ejecuta en cualquier forma una obra.

**Cuenta Satélite:** son un mecanismo de medición constante, confiable y comparable, derivado del sistema de cuentas nacionales. Mientras que los mapeos toman fotos, las cuentas satélite hacen la 'película' de la actividad económica.

**Cluster:** Conglomerado o grupo de unidades con algún tipo de similitud.

**Cultura:** Conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social. (Artes y las letras, modos de vida, sistemas de valores, tradiciones, creencias, entre otros).

**Economía creativa:** Sectores en los que el valor de sus bienes y servicios se fundamentan en la propiedad intelectual, tales como la arquitectura, las artes visuales y escénicas, las artesanías, el cine, el diseño, el editorial, la investigación y desarrollo, los juegos y juguetes, la moda, la música, la publicidad, el software, la televisión (TV), la radio y los videojuegos.

**Derecho de autor:** Derechos de los creadores sobre sus obras literarias y artísticas. Las obras que se prestan a la protección por derecho de autor van desde los libros, la

25 Véase: http://es.investinbogota.org/invierta-en-bogota/en-que-invertir-en-bogota/industrias-creativas-bogota

música, la pintura, la escultura y las películas hasta los programas informáticos, las bases de datos, los anuncios publicitarios, los mapas y los dibujos técnicos.

**Hub:** Área dentro de la cual todas las actividades relativas al transporte, logística y la distribución de bienes son llevadas a cabo por varios operadores.

**Hub creativo:** centro de conexiones, en el que clústeres, infraestructuras especializadas, capitales, talentos y tecnologías se concentran, independientemente de su proximidad geográfica. En estos hubs se desarrollan, producen y/o comercializan los bienes y servicios más sofisticados de la economía creativa.

**Industrias creativas:** las industrias y profesiones que utilizan la creatividad y capital intelectual como principal elemento para crear, producir y comercializar bienes y servicios para generar valor económico. Hacen uso de la creatividad, las aptitudes y el talento de las personas para crear puestos de trabajo y generar riqueza a través de la creación y la explotación de derechos de propiedad intelectual.

## 6. ALCANCE DEL PROYECTO:

La presente iniciativa que contó con el apoyo decidido de la presente administración distrital a través de su incorporación en el Plan de Desarrollo – Acuerdo 645 de 2016 “Bogotá Mejor para Todos”, pretende de forma clara y precisa que los presupuestos normativos y de soporte que se consagraron en este plan cuatrienal se constituyan en una herramienta que trascienda el período de gobierno, tendiente a constituirla en una política distrital con vocación de permanencia, encaminada a insertar este modelo de desarrollo económico en las decisiones de la ciudad.

## 7. COMPETENCIA NORMATIVA DEL CONCEJO DE BOGOTÁ, D.C.:

El Concejo Distrital de Bogotá D.C. es competente de conformidad con el Decreto Ley 1421 de 1993, el cual en su artículo 12 numeral 1, señala como atribución de la Corporación:

> **Artículo 12. Atribuciones.** Corresponde al Concejo Distrital, de conformidad con la Constitución y a la ley:

"[…] *1. Dictar las normas necesarias para garantizar el adecuado cumplimiento de las funciones y la eficiente prestación de los servicios a cargo del Distrito.* […]"

**8. IMPACTO FISCAL:**

De acuerdo a las disposiciones establecidas en el artículo 7 de la Ley 819, el impacto fiscal de esta iniciativa está asociado a los recursos que están destinados en el plan de desarrollo – Acuerdo 645 de 2016 a la Secretaria de Desarrollo Económico y la Secretaria de Cultura, Recreación y Deporte.

Bajo estas condiciones en el plan de Desarrollo Bogotá Mejor para Todos 2016-2020, en el eje Transversal de Desarrollo Económico basado en el conocimiento se destinan recursos del orden de 454 mil millones. Por su parte, desde la Secretaria de Cultura, Recreación y Deporte se dispondrán recursos para "*Mejores oportunidades para el desarrollo a través de la cultura, la recreación y el deporte*" por 772 mil millones para la vigencia 2016-2020 (Tabla.1).

**Tabla 1. Recursos Plan Plurianual de inversiones 2016-2020**

**PLAN PLURIANUAL DE INVERSIONES 2016-2020**

| Pilar o Eje Transversal / Programa / Proyecto Estratégico | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | Total 2016-2020 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Eje transversal - Desarrollo Económico basado en el conocimiento | 61.675 | 71.382 | 172.723 | 73.637 | 74.609 | 454.026 |
| Mejores oportunidades para el desarrollo a través de la cultura, la recreación y el deporte | 153.733 | 149.007 | 154.515 | 152.176 | 163.094 | 772.525 |

Dados estos recursos disponibles que serán gestionados por la administración y ejecutados por sus Secretarias, de acuerdo a los proyectos establecidos en el plan de desarrollo, se cuenta con 1,1 billones de pesos que permitirán materializar las iniciativas planteadas en este proyecto de acuerdo.

Cordialmente,

Andrés Eduardo Forero Molina
Concejal De Bogotá D.C.
Partido Centro Democrático

Angela Sofía Garzón Caicedo
Concejal De Bogotá D.C.
Partido Centro Democrático

Diego Fernando Devia Torres
Concejal De Bogotá D.C.
Partido Centro Democrático

Daniel Andrés Palacios Martínez
Concejal De Bogotá D.C.
Partido Centro Democrático

Diego Andrés Molano Aponte
Concejal De Bogotá D.C.
Partido Centro Democrático

Pedro Javier Santiesteban Millán
Concejal De Bogotá D.C.
Partido Centro Democrático

Juan Felipe Grillo Carrasco
Concejal De Bogotá D.C.
Partido Cambio Radical

José David Castellanos Orjuela
Concejal De Bogotá D.C.
Partido Cambio Radical

Armando Gutiérrez González
Concejal De Bogotá D.C.
Partido Liberal Colombiano

*Original No Firmado*
Rubén Darío Torrado Pacheco
Concejal De Bogotá D.C
Partido Social De Unidad Nacional

**“Por medio del cual se fomenta la economía creativa en el Distrito Capital –Acuerdo Naranja y se dictan otras disposiciones.”**

**EL CONCEJO DE BOGOTÁ D.C.**

**En uso de sus facultades constitucionales y legales, en especial las conferidas en el numeral 1 del Decreto-Ley 1421 de 1993 y en el Artículo 313 de la Constitución Política**

**ACUERDA:**

**Artículo 1. *Objeto.*** El objeto del presente Acuerdo es promover, fomentar, incentivar y desarrollar la economía creativa, la Economía Naranja, las industrias culturales, la propiedad intelectual entendida como derechos de autor y las iniciativas en emprendimiento estableciendo lineamientos para que se coordinen y articulen esfuerzos de las mismas como herramientas para el desarrollo económico y cultural de la ciudad.

**Artículo 2. *Definiciones*.** Las industrias creativas son elementos necesarios para la consolidación del ecosistema de emprendimiento del Distrito Capital y serán incluidas en mediciones, estadísticas, análisis y estudios en un capitulo o indicador especifico con el fin de visibilizarlas, estudiarlas y fomentarlas, de acuerdo a las disposiciones establecidas en el Plan de Desarrollo 2016-2020 “Bogotá mejor para todos”.

**Artículo 3. *Importancia*.** Las industrias creativas y de la Economía Naranja fortalecerán las capacidades de los diferentes actores públicos, privados y mixtos en el Distrito Capital, y potenciarán los espacios de colaboración y apoyo a iniciativas empresariales, reconocimiento del desarrollo de la creatividad, la innovación y las demás expresiones de la economía creativa o de la Economía Naranja.

**Artículo 4. *Política Distrital de la Economía Creativa – “Política Bogotá Naranja”*.** El Gobierno Distrital formulará una Política Distrital de la Economía Creativa (*Bogotá Naranja*) y ejecutará en debida forma sus postulados y objetivos.

Para ello, la Administración Distrital identificará los sectores objeto de la misma, formulando lineamientos que permitan desarrollarlos, fortalecerlos, posicionarlos y acompañarlos como creadores de valor agregado de la economía local y nacional.

En la formulación de la Política Bogotá Naranja participarán, además de la institucionalidad del Gobierno Distrital, la participación de sectores públicos, privados, colectivos, asociaciones

gremiales y organizaciones no gubernamentales y demás actores que fortalezcan y colaboren al crecimiento del ámbito cultural y de las industrias creativas.

**Artículo 5.** ***Política Bogotá Naranja.*** Esta Política Púbica Distrital incluirá los siguientes elementos para su formulación y aplicación, que deberá responder a lo consagrado en el Decreto 689 de 2011 o las normas que lo modifiquen o deroguen:

1. **Información.** Se promoverá un adecuado levantamiento de información sobre los sectores de la economía creativa en la ciudad.
2. **Instituciones.** Se coordinará la gestión administrativa que permita involucrar al sector público, privado, mixto y no gubernamental, que permita articular de forma adecuada los postulados de la Economía Creativa o Economía Naranja en la ciudad a través de la Gerencia de Innovación, Tecnologías e Industrias Creativas.
3. **Industria.** Se fortalecerá el papel de las industrias creativas así como su formulación y adecuación, con la finalidad de que se privilegie y apoye su contribución en el desarrollo económico de la ciudad.
4. **Infraestructura.** Se desarrollará la infraestructura necesaria para que, en el marco de las competencias del gobierno distrital, se privilegie la inversión en infraestructura física e infraestructura virtual.
5. **Integración.** Se promoverán los instrumentos locales y regionales necesarios para que las industrias de la economía creativa obtengan acceso adecuado a planes, programas y otras iniciativas.
6. **Inclusión.** Se promoverá el desarrollo de las industrias creativas, con miras a que éstas se conviertan en vehículos de integración y resocialización como generadoras de oportunidades laborales y económicas en la ciudad.
7. **Inspiración.** Se promoverá la participación en escenarios locales, nacionales e internacionales que permitan mostrar el talento bogotano, conocer el talento nacional e internacional, e inspirar la cultura participativa desarrollando la Economía Creativa en todas sus expresiones.

**Artículo 6.** ***Mapeo de la Bogotá Naranja.*** La Secretaría de Desarrollo Económico en concurso con la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte levantará, ampliará, adecuará y actualizará la información correspondiente a los sectores de las industrias creativas y de la Economía Naranja en la ciudad.

Así mismo, el Gobierno Distrital publicará periódicamente el documento de estadísticas básicas sobre la Economía Naranja en Bogotá, para así contribuir con la información de la cuenta satélite del Departamento Nacional de Estadística (DANE) sobre la materia.

**Artículo 7. *Institucionalidad.*** El Distrito promoverá el fortalecimiento de la Economía Creativa, la innovación y el ecosistema de la capital, a través de la Gerencia de Innovación, Tecnología e Industrias Creativas la cual dispondrá de recursos del Fondo de Innovación de acuerdo a las disposiciones establecidas en el Plan de Desarrollo 2016-2020 "Bogotá mejor para todos".

**Artículo 8. *Incentivos*.** El Gobierno Distrital identificará incentivos para las personas naturales y jurídicas que ejerzan mecenazgo, patrocinio y/o auspicio, de las actividades definidas dentro de los sectores de la Economía Creativa.

Adicionalmente, se promoverá un Evento Naranja por año el cual servirá de punto de encuentro a los diversos sectores de las industrias creativas.

**Artículo 9. *Educación para la Economía Creativa*.** En desarrollo de la jornada única escolar, las Secretarías de Educación y de Cultura, Recreación y Deporte desarrollarán una agenda de identificación y fomento de talento en estas disciplinas.

**Artículo 10. *Integración*.** En el marco de sus competencias, el Gobierno Distrital fomentará la integración con el Departamento de Cundinamarca fortaleciendo la Región Capital en materia de industrias creativas y de Economía Naranja.

Para permear la cultura de la Bogotá Naranja al interior de la capital, se construirán los Centros áreas de desarrollo naranja - ADN a nivel local.

**Artículo 11. Cultura de la *"Bogotá Naranja"*.** El Gobierno Distrital junto con las demás entidades de naturaleza privada, mixta y las alianzas público privadas que llegue a establecer, fomentará la cultura de la creatividad y el emprendimiento en Bogotá, para lo cual buscará estrategias de posicionamiento de la "*Bogotá Naranja*" como signo distintivo de la creación, el talento y el emprendimiento en dichos sectores.

**Artículo 12. Entidades Responsables.** Corresponderá a la Secretaria Distrital de Desarrollo Económico y a la Secretaria Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, realizar las acciones tendientes a la implementación, seguimiento y verificación.

**Artículo 13. *Vigencia y derogatorias*.** El presente Acuerdo rige a partir de la fecha de su publicación.