



ANALES DEL CONCEJO

DE BOGOTÁ, D.C.

PROYECTOS DE ACUERDO

AÑO I N°. 2735 DIRECTOR: LUIS ALBERTO DONOSO RINCÓN. ENERO 27 DEL AÑO 2018

TABLA DE CONTENIDO

Pág.

PROYECTO DE ACUERDO N° 664 DE 2017 SEGUNDO DEBATE "POR MEDIO DEL CUAL SE ESTABLECE EL COBRO DE LA CONTRIBUCIÓN POR EL SERVICIO DE GARAJES O ZONAS DE ESTACIONAMIENTO DE USO PÚBLICO, INCLUYENDO EL ESTACIONAMIENTO EN VÍA".....	1728
PROYECTO DE ACUERDO N° 110 DE 2018 PRIMER DEBATE "POR MEDIO DEL CUAL SE ESTABLECEN DISPOSICIONES PARA EL FOMENTO Y PROMOCION DE LA ECONOMÍA NARANJA EN BOGOTA, DC".....	1732

PROYECTO DE ACUERDO N° 664 DE 2017

SEGUNDO DEBATE

"POR MEDIO DEL CUAL SE ESTABLECE EL COBRO DE LA CONTRIBUCIÓN POR EL SERVICIO DE GARAJES O ZONAS DE ESTACIONAMIENTO DE USO PÚBLICO, INCLUYENDO EL ESTACIONAMIENTO EN VÍA"

TEXTO DEFINITIVO DEL PROYECTO DE ACUERDO 664 DE 2017, APROBADO EN PRIMER DEBATE EN SESIÓN DE LA COMISIÓN TERCERA PERMANENTE DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO, REALIZADA EL DÍA VIERNES 26 DE ENERO DE 2018

PROYECTO DE ACUERDO No. 664 de 2017

"POR MEDIO DEL CUAL SE ESTABLECE EL COBRO DE LA CONTRIBUCIÓN POR EL SERVICIO DE GARAJES O ZONAS DE ESTACIONAMIENTO DE USO PÚBLICO, INCLUYENDO EL ESTACIONAMIENTO EN VÍA"

EL CONCEJO DE BOGOTÁ D.C.

en uso de sus atribuciones constitucionales y legales, en especial las conferidas en el numeral 3 del artículo 12 del Decreto Ley 1421 de 1993, y el artículo 33 de la Ley 1753 de 2015,



"EN EL CONCEJO, BOGOTA TIENE LA PALABRA"



ACUERDA

ARTÍCULO 1. Objeto. El presente Acuerdo tiene por objeto establecer el cobro de la contribución por el servicio de garajes o zonas de estacionamiento de uso público, incluyendo el estacionamiento en vía.

ARTÍCULO 2. Contribución por el servicio de garajes o zonas de estacionamiento de uso público, incluyendo el estacionamiento en vía. Establecer el cobro de la contribución por el servicio de garajes o zonas de estacionamiento, incluyendo el estacionamiento en vía, a favor de Bogotá Distrito Capital, en el cual se tendrán en cuenta los siguientes elementos constitutivos del cobro de la contribución:

- a) **Sujeto activo del tributo:** Bogotá, Distrito Capital.
- b) **Hecho generador:** Es la utilización del servicio de estacionamiento en garajes o en zonas de uso público, incluyendo el estacionamiento en vía.
- c) **Sujeto pasivo:** Serán los usuarios del servicio de estacionamiento oneroso fuera de vía y en vía. Se exceptúa de este cobro las bicicletas y las motocicletas cilindradas de 125 cm³ e inferiores.
- d) **Base gravable:** Será dos (2) veces el valor promedio del pasaje del Sistema Integrado de Transporte Público (SITP) del Distrito. Esta base se multiplicará por factores inferiores a uno (1) en función de los criterios de oferta de transporte público en la zona, uso del servicio en horas pico y estrato del predio.

PARÁGRAFO 1. Son agentes retenedores de la contribución los operadores del servicio de estacionamiento en vía y fuera de vía.

PARÁGRAFO 2. La Administración Distrital reglamentará el procedimiento de recaudo, inspección, vigilancia y control del cobro de la contribución por el servicio de garajes o zonas de estacionamiento de uso público en la ciudad de Bogotá.

PARÁGRAFO 3. La Administración Distrital podrá reglamentar el recaudo mediante la facturación de la contribución a través de factores objetivos, y que prestan mérito ejecutivo.

ARTÍCULO 3. Sistema y método para el cálculo de la contribución por el servicio de garajes o zonas de estacionamiento de uso público, incluyendo el estacionamiento en vía. La tarifa de la contribución por el servicio de garajes o zonas de estacionamiento de

uso público, incluyendo el estacionamiento en vía, serán definidos por la Administración Distrital con base en el siguiente sistema de cálculo, de acuerdo con lo establecido en el numeral 2 del artículo 33 de la Ley 1753 de 2015:

$$C = B * FZ * Mi$$

Donde:

C	Valor de la contribución a pagar por los usuarios del parqueo en vía y fuera de vía
B	Es la base gravable de dos (2) veces el valor del pasaje promedio del SITP
F_z	<p><i>Factor multiplicador menor a uno (1) de la zona z que se estima a través de la siguiente ecuación:</i></p> $\text{Factor Multiplicador}_z = 0,1 \times TP_z + 0,6 \times HP_z + 0,3 \times EP_z$ <p><i>Donde</i></p> <p><i>Z: Zonas homogéneas donde se presta el servicio de estacionamiento de acceso público, definidas por la Secretara Distrital de Movilidad (SDM).</i></p> <p><i>TP_z : Factor de transporte público, que fluctúa entre 0 y 1, en función de la oferta de transporte público.</i></p> <p><i>HP_z: Factor de hora pico, que fluctúa entre 0 y 1, en función de la hora del día.</i></p> <p><i>EP_z: Factor de estrato, que fluctúa entre 0 y 1, en función del estrato.</i></p>
M_i	<p>Método de pago utilizado según el tiempo de uso, puede ser por minutos, días, semanas o meses y adopta los siguientes valores:</p> <p>$M_{\text{minutos}} = \text{Tiempo de permanencia} / 180$</p> <p>El tiempo de permanencia va de uno (1) a ciento ochenta (180) minutos.</p> <p>$M_{\text{diario}} = 1$</p> <p>$M_{\text{semanal}} = 3$</p> <p>$M_{\text{mensual}} = 10$</p>

PARÁGRAFO 1. La Secretaría Distrital de Movilidad asignará los factores TP_z, HP_z y EP_z en el marco del rango autorizado.

PARÁGRAFO 2. Las motocicletas no exceptuadas en el artículo 2 del presente Acuerdo, pagarán el 50% del valor total de la contribución, estimado de acuerdo al sistema de cálculo planteado en el presente artículo.

ARTÍCULO 4. Destinación. Los recursos obtenidos a través de la contribución por el servicio de garajes o zonas de estacionamiento de uso público, incluyendo el estacionamiento en vía, serán destinados a programas y proyectos que permitan la sostenibilidad económica, ambiental, social e institucional del sistema de transporte público masivo, de que trata el artículo 33 de la Ley 1753 de 2015.

ARTÍCULO 5. La administración Distrital, en cabeza de la Secretaria Distrital de Movilidad, realizara dentro de los seis (6) meses siguientes a la aprobación del presente Acuerdo un censo de la totalidad de establecimientos de comercio dedicados al servicio de garajes y parqueaderos localizados en Distrito Capital.

ARTÍCULO 6. Vigencia y derogatorias. El presente Acuerdo rige a partir de su publicación, tendrá vigencia de quince (15) años a partir de su implementación y deroga las disposiciones que le sean contrarias.

PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE



“EN EL CONCEJO, BOGOTA TIENE LA PALABRA”



PROYECTO DE ACUERDO N° 110 DE 2018

PRIMER DEBATE

“POR MEDIO DEL CUAL SE ESTABLECEN DISPOSICIONES PARA EL FOMENTO Y PROMOCION DE LA ECONOMÍA NARANJA EN BOGOTA, DC”

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

MARCO DE REFERENCIA

1. CONCEPTO GENERAL ECONOMÍA NARANJA

La pregunta recurrente es ¿Qué es economía naranja? ¿A qué se debe su nombre? La respuesta es tanto sencilla como compleja, sin embargo, aunque este concepto es desconocido por muchos, es una realidad que mueve en una porción significativa la economía del mundo, Colombia y principalmente su capital Bogotá. En palabras de Buitrago & Duque (2013), autores del libro **“La economía naranja, una oportunidad infinita” del Banco Interamericano de Desarrollo (BID)** “la economía naranja es la riqueza cultural basada en la propiedad intelectual, conectividad y herencia cultural”, esto comprende, citando a Howkins (2012), “los sectores en que el valor de sus bienes y servicios se fundamenta en la propiedad intelectual como la arquitectura, artes visuales y escénicas, artesanías, cine, diseño editorial, investigación y desarrollo, Juegos y juguetes, moda, música, publicidad, software, tv y radio, video juegos”. Otros conceptos importantes son:

ECONOMÍA NARANJA ES...

UNESCO

Las industrias culturales y creativas son aquellas que combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos creativos que sean intangibles y de naturaleza cultural. Estos contenidos están normalmente protegidos por el derecho de autor y pueden tomar la forma de un bien o servicio...

UNCTAD

Las industrias creativas están en el centro de la economía creativa, y se definen como ciclos de producción de bienes y servicios que usan la creatividad y el capital intelectual como principal insumo. Se clasifican por su papel como patrimonio, arte, medios y creaciones funcionales.

OMPI

Las industrias protegidas por el derecho de autor (IPDAs) son aquellas que se dedican, son interdependientes, o que se relacionan directa e indirectamente con la creación, producción, representación, exhibición, comunicación, distribución o venta de material protegido por el derecho de autor.

CEPAL

Las industrias de contenidos son la editorial, cine, televisión, radio, discográfica, contenidos para celulares, producción audiovisual independiente, contenidos para Web, juegos electrónicos, y contenidos producidos para la convergencia digital (cross media).

BID

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. El universo naranja está compuesto por: i) la Economía Cultural y las Industrias Creativas, en cuya intersección se encuentran las Industrias Culturales Convencionales; y ii) las áreas de soporte para la creatividad.

Las anteriores definiciones contienen tres aspectos similares en su contenido: 1. Todas hacen referencia a la propiedad intelectual mediada por la creación de un bien o servicio. 2. Estas creaciones son intangibles, 3. Muchos de sus productos y servicios están asociados a ideas y prácticas innovadoras y creativas.

La Economía Naranja es entonces todo el movimiento comercial de bienes y servicios intelectuales basados en la creatividad e innovación.

La economía naranja significa toda la producción intelectual y cultural que genera impacto a nivel económico y social. Como estos conceptos, son de origen abstracto, muchos lo desconocen o simplemente no han visionado en esta innovadora forma de comercio; sin embargo, esto no quiere decir que no sean evidentes y que estén desarrollando una porción de la economía a nivel global y aún distrital.

Es por consiguiente la economía naranja una nueva o mejor una innovadora forma de desarrollar parte de la economía y como refieren Buitrago & Duque (2013), es una de las formas económicas que ha surgido y mantenido sus niveles de producción a pesar de las crisis económicas de los últimos tiempos. Buitrago & Duque (2013; 19) refieren que por ejemplo mientras que el petróleo tuvo una importante caída 40% comparado a la disminución del negocio creativo 12%, se refleja que la economía naranja se contrajo menos y que a pesar de la economía y su entorno se mantuvo.

**LA ECONOMÍA NARANJA SE
CONTRAJO MENOS QUE EL
PETROLEO... 40% CONTRA UN 12%**

Newbigín (2010) refiere unas preguntas interesantes respecto a la industria creativa y cultural “economía naranja” que, según él, hace quince años atrás estos términos no existían, por esto, se pregunta ¿son acaso estas industrias tan recientes que años atrás no existían? Como se conoce hoy, esta industria es reciente, sin embargo, para Newbigín (2010) esta forma de crear intelectualmente y de imaginar está relacionada con la evolución misma de la humanidad. Siempre han existido personas que imaginan y otras que están dispuestas a comprar esas ideas, Sin embargo, en gran parte de la historia de la humanidad estas creaciones e ideas no estaban relacionadas con un componente económico. Según Newbigín (2010) *“la economía creativa fusiona valores económicos y valores culturales”* esto significa que estas ideas y creaciones tienen una implicación económica importante y están tomando cada día más fuerza.

**La economía Naranja según Newbigín Fusiona valores
económicos con valores culturales**

1.1 ACTIVIDADES DE ECONOMÍA NARANJA

Las actividades propuestas por el BID como actividades de la “Economía Naranja”, son referente de este renglón de la economía a nivel internacional.

A continuación, la Clasificación de Actividades de Economía Naranja – CAEN, según el BID:

Industrias Culturales Convencionales (100)

Código	Sector	Subsector
110	Editorial	
111		Libros, periódicos y revistas
112		Industria gráfica (impresión)
113		Edición
114		Literatura
115		Librerías
120	Audiovisual	
121		Cine
122		Televisión
123		Video
130	Fonográfica	
131		Radio
132		Música grabada

Artes y Patrimonio (200)

Código	Sector	Subsector
210	Artes visuales	
211		Pintura
212		Escultura
213		Instalaciones y video arte
214		Arte en movimiento (performance art)
215		Fotografía
216		Moda – Alta costura
220	Artes escénicas y espectáculos	
221		Teatro, danza y marionetas
222		Orquestas, opera y zarzuela
223		Conciertos
224		Circos
225		Improvisaciones organizadas (happenings)
226		Moda – Pasarela
230	Turismo y patrimonio cultural material e inmaterial	
231		Artesanías, antigüedades, artesanía y productos típicos
232		Gastronomía
233		Museos, galerías, archivos y bibliotecas
234		Arquitectura y restauración
235		Parques naturales y ecoturismo
236		Monumentos, sitios arqueológicos, centros históricos, etc.
237		Conocimientos tradicionales, festivales, carnavales, etc.
240	Educación artística y cultural	

Creaciones Funcionales, Nuevos Medios y Software (300)

Código	Sector	Subsector
310	Diseño	
311		Interiores
312		Artes gráficas e ilustración
313		Joyería
314		Juguetes
315		Industrial - productos
320	Publicidad	
330	Software de contenidos	
331		Videojuegos
332		Otros contenidos interactivos audiovisuales
333		Medios de soporte para contenidos digitales
340	Moda - Prêt-a-porter	
350	Agencias de noticias y otros servicios de información	

Áreas de Soporte para la Creatividad (400)

Código	Sector
410	I+D+i creativa y cultural
420	Educación creativa
430	Formación técnica especializada
440	Gobernanza (institucionalidad) + Derechos de Propiedad Intelectual

2. IMPORTANCIA DE LA ECONOMÍA NARANJA.**2.1. Información de Contexto Mundial.**

El comercio mundial de bienes y servicios creativos alcanzó un nivel record de 624.000 millones de dólares en 2011 y se duplicó con creces entre 2002 y 2011 según la UNESCO¹. Pero la creatividad y la cultura tienen además un valor no monetario significativo que contribuye al desarrollo social inclusivo, al diálogo y al entendimiento entre los pueblos. Este es el principal mensaje de la edición especial del Informe de las Naciones Unidas sobre la Economía Creativa, titulado “*Mejora de los cauces de desarrollo a nivel local*”, coeditado por la UNESCO y el programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) por conducto de la Oficina de la ONU para la cooperación Sur-Sur.

El Informe fue presentado en la Conferencia General de la UNESCO y su ambición es contribuir al diseño de una agenda de desarrollo sostenible nueva y ambiciosa para el periodo posterior a 2015 que reconozca el poder motor y catalizador de la cultura. La

¹ UNESCO. Cultura Time. The first global map of cultural and creative industries. December of 2015. [en línea], Disponible en: http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/ERI/pdf/EY-Cultural-Times2015_Low-res.pdf

economía creativa –que incluye los productos audiovisuales, el diseño, los nuevos medios informativos, las artes del espectáculo, la edición y las artes visuales– es uno de los sectores de la economía mundial en más rápida expansión a nivel mundial. Además, el sector es altamente transformador en términos de generación de ingresos, de creación de empleo y de ganancias obtenidas de la exportación: entre 2002 y 2011, las exportaciones de bienes procedentes de la economía creativa aumentaron en un promedio anual del 12,1% en los países en desarrollo².

Los datos de las Industrias culturales en el mundo son esperanzadores, por ejemplo las industrias culturales generan alrededor del mundo US \$2,250 billones en ganancias y más de 29,5 millones de puestos de trabajo³. Este tipo de industria es un nuevo campo donde los inversores buscan beneficios que van en crecimiento, además de desarrollar y crear nuevos puestos de trabajo. los continentes donde se desarrolla este tipo de industria en mayor proporción en primer lugar esta Asia, por su número de habitantes, produciendo US \$ 743 billones representando el 33%de todo el mundo creando 12,7 millones de puestos de trabajo equivalente a un 43% del total mundial⁴. Europa y América del norte ocupan el segundo y tercer lugar. Los inversores están fijando sus ojos en américa latina y África por ser regiones que prometen desarrollos mayores en estos temas⁵.

En 2013 los sectores de las industrias creativas “economía naranja” que más generaron tanto ingresos como nuevos puestos de trabajo, en orden están el sector Televisión con ganancias US \$ 477 billones de pesos con 3,527.000 de puestos de trabajo, el segundo sector internacional son las artes visuales con ingresos de US \$ 391 billones y puestos de trabajo 6,731.000, el tercer lugar está el sector de revistas y periódicos con ingresos de 354 billones y generaron empleos que se estiman en 2,865.000⁶.

Otros de los aspectos positivos de la “Economía Naranja” es que 1. Crea espacios de trabajo abiertos, todos pueden acceder a competir en esta industria. No discrimina y está comprendida en su mayoría por mujeres. Por ejemplo en el sector de la música más del 50% de empleados son mujeres. 2. contribuye al desarrollo urbano de las ciudades, por ejemplo abrir un museo, traerá beneficios urbanísticos y turísticos que harán atractiva la ciudad⁷.

2.2 Información de Contexto en Latinoamérica

Como se ha presentado, la economía naranja tiene grandes ventajas sobre las demás formas de comercio. Se ha subestimado el trabajo intelectual y cultural por ser productos intangibles, este “menosprecio” sobre todo se da en países de América Latina y el Caribe donde las estadísticas de bienes y servicios creativos están rezagadas, según Buitrago y Duque (2013) *“Latinoamérica y el caribe tendrán que ser más creativos.”*

Es por esta razón la oportunidad de crecimiento ya que en el mundo este “comercio” creativo está en pleno auge. Para países Latinoamericanos y del Caribe, presenta una oportunidad

² ibíd.

³ Ibíd.

⁴ Ibíd.

⁵ ibíd.

⁶ ibíd.

⁷ ibíd.

de explotar la riqueza cultural e intelectual que poseen. Buitrago & Duque (2013) afirman que enfrentamos un reto y es el de crear ambientes que conduzcan a la reproducción del capital intelectual. Esto significa que se debe “retener, atraer, capturar y reproducir el talento” que se encuentran en situaciones que los desmotivan como una mala valoración social y bajas remuneraciones.

Para Buitrago & Duque (2013) la economía naranja ha contribuido en el empleo de países de América Latina, donde en Argentina 3,2%, en Dominicana 4,8%, Brasil 1,8%, Guatemala 7,1%, Chile 2,3%, México 11,0 %, Colombia 5,8 %, Panamá 3,2% , Paraguay 3,3%, Perú 4,5% y Uruguay 4,9%. Como se observa, Colombia es uno de los países de América Latina donde las cifras son significativas en comparación con los otros países; sin embargo hace falta trabajar de forma conjunta para alcanzar países de la región que tienen altos índices como México y Guatemala.

CONTRIBUCIÓN DE LA ECONOMÍA NARANJA AL EMPLEO EN COLOMBIA 5,8% MIENTRAS QUE EN MÉXICO ALCANZA EL 11 %

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2008) afirma que la existencia de una relación entre innovación y desarrollo es indudable. Nuevos productos, nuevos procesos y nuevas formas de organizar la producción, cambian cuantitativa y cualitativamente la estructura de la economía y de la sociedad. Los procesos de aprendizaje, la generación y difusión de capacidades tecnológicas endógenas son elementos de base para un crecimiento sostenido que apunte a mayor inclusión social y a una distribución del ingreso más equitativa. (CEPAL, 2008).

“LA INCIDENCIA DE LA TECNOLOGÍA PERMITE UN CRECIMIENTO SOSTENIDO Y UNA MAYOR INCLUSIÓN SOCIAL”

Actualmente el crecimiento económico y la productividad de los países desarrollados se basan cada vez más en el conocimiento y la información. En la era industrial, el bienestar se creó cuando se sustituyó la mano de obra por maquinaria. Esta Nueva Economía basada en el conocimiento (the knowledge-based economy) se define como aquella “*en la que la generación y explotación del conocimiento juegan un papel predominante en la creación de bienestar*”⁸. De acuerdo con el Manual de Oslo de la OCDE de 2005, la innovación se refiere a la «introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización, o de un nuevo método organizativo en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores».

La innovación contribuye de manera positiva en el crecimiento y el desarrollo económico, puesto que genera mayores niveles de productividad, mejora las exportaciones y el comercio

⁸ Confederación Empresarial de Madrid Ceoe Pag. 16

exterior, favorece la generación de empleo y el direccionamiento de los retos sociales y ambientales. Además, permite sostener el aumento del nivel de ingresos y el empleo en la creciente población urbana y ayuda a fomentar la diversificación agrícola e impulsar la sostenibilidad ambiental del crecimiento. (Valencia)

LA INDUSTRIA CREATIVA MEJORA LA PRODUCTIVIDAD, Y FAVORECE LA GENERACIÓN DE EMPLEO

Lo anterior se resume en cuatro tipos de innovación (producto, proceso, organizacional y de mercado) que pueden presentarse de diferentes maneras, en diversas áreas y a diferentes ritmos. En conclusión, existen múltiples factores políticos, económicos y sociales que afectan los procesos de innovación. En Colombia hacen falta políticas públicas eficaces que logren generar una mayor y mejor innovación en el país: una innovación basada en el sector privado, en el desarrollo regional y, sobretodo, que se derive de unas sólidas capacidades humanas. La solución No es copiar y pegar políticas de innovación exitosas de otros países, sino generar nuestras propias políticas ajustadas a la realidad y al contexto colombiano. Sin embargo, esto sólo será posible cuando nuestra sociedad comprenda y le otorgue la importancia necesaria a la innovación como fuente de desarrollo económico y social. Estos procesos son altamente específicos en cuanto a contexto geográfico, histórico y cultural; sin embargo hay elementos comunes trazables en la evolución de los sistemas socio-económicos a lo largo del tiempo. (CEPAL, 2008)

En general, los casos de éxito (por ejemplo el catching up de los países del Sur Este de Asia), se han caracterizado por poseer una visión y estrategia nacional clara y gradual que apuntara a la construcción de sistemas productivos incluyentes que superaran la heterogeneidad estructural típica de los países “*periféricos*”. (CEPAL, 2008) Por ende, para que haya innovación se requieren:

- Recursos humanos calificados e instituciones de formación e investigación de excelencia
- Empresas que desarrollen proyectos innovadores y una estructura productiva que demande y genere conocimiento
- Instituciones de apoyo a la inversión en proyectos innovadores, que generen la articulación entre los agentes y la difusión generalizada de los nuevos paradigmas tecnológicos. (La innovación es cada vez más un proceso que se realiza en redes y grupos y la articulación, especialmente en contextos heterogéneos no siempre se da de una forma espontánea). (CEPAL, 2008).

En los países latinos falta más para incrementar este tipo de industria, el caso de Colombia es igual a los demás países de américa latina.

2.3. Importancia a nivel Nacional y Distrital

En Colombia como el resto del mundo, las industrias creativas” tienen un crecimiento vertiginoso, esto se refleja en los siguientes indicadores importantes, el primero de ellos está en el PIB, “*que representa un 3,3% Nacional y el 5,8% de contribución para el desarrollo del país*”⁹. Las anteriores cifras demuestran que Colombia va por buen camino hacia la consolidación de las industrias creativas, de igual forma refleja que falta mucho camino para alcanzar metas internacionales en cuanto a este tema. En las cifras de industria por contenido se puede observar que Colombia se encuentra en la cuarta posición de producción de cine en Latinoamérica, adicionalmente se encuentra en el top 20 de 141 países en exportación de servicios creativos¹⁰.

Colombia se encuentra en el top 20 de 141 que exportan servicios creativos.

En el informe de la UNESCO 2012 sobre las industrias creativas en Colombia y Bogotá, se afirma que:

“En Colombia el 65% de este gasto cultural se efectuó en bienes y servicios creativos principales, y el 35% en bienes y servicios de equipamiento y apoyo. La compra de libros técnicos y material escolar (29.4%), de servicios de televisión por cable (26.6%), de entradas de cines (4.5%) y espectáculos en vivo (3.5%) fueron los responsables de la mayor proporción de bienes y servicios culturales centrales. En la categoría de equipamiento, los gastos fueron dedicados a ordenadores (17.3%), televisiones (17.1%) y suscripción a internet (16.5%).”¹¹

Según la Cámara de Comercio de Bogotá, el 92% de la oferta de servicios creativos del país se encuentran en la ciudad, congregando el 48% de las empresas producen contenido, de igual forma, cabe resaltar el papel protagónico que tiene la ciudad en la promoción de múltiples eventos afines a este nuevo sector, tales como el Festival de Teatro de Bogotá, ArtBo, Bogotá Audiovisual Market y Colombia 3.0, ente otros. Son muchos los impactos positivos de esta industria en la ciudad, Juan Gabriel Pérez, director de Invest in Bogotá menciona que “*como escenario de producciones nacionales y coproducciones extranjeras, la ciudad ha tenido un crecimiento exponencial: si bien en el 2004 se producían en promedio 6 películas, en 2014 se produjeron 22. Del total de coproducciones de los últimos 10 años, el 45% se realizan con productoras de España, Argentina y Francia.*”

Esta tendencia positiva ocurrió en todas las regiones y todos los grupos de países y se espera que continúe en la próxima década, asumiendo que la demanda mundial de bienes y servicios creativos continúe aumentando. Es claro que los países desarrollados aún dominan el mercado mundial de productos creativos. Sin embargo, muchos países en vías de desarrollo ya se benefician de la prosperidad repentina de las industrias creativas,

9 BOGOTA AUDIVISUALES MARKET. Cifras Creativas y Culturales. [en línea] Disponible en Internet en: <file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Cifras%20Rueda%20de%20Prensa%20BAM.pdf>

10 Ibíd. p., 2

11 PLAN B. Estrategia para la Inversión Extranjera directa en Bogotá – Región para el sector de industria creativa. Informe Final Consolidado: Marzo de 2015

particularmente en Asia. Desafortunadamente, la gran mayoría de los países en vías de desarrollo aún no han logrado realmente aprovechar sus capacidades creativas para fomentar el desarrollo. En África, por ejemplo, a pesar de la abundancia de talento creativo, gran parte del potencial creativo permanece desaprovechado. *“La participación de este continente en el comercio internacional permanece marginal, constituyendo menos del 1%.”* (UNCTAD, 2008. Pag. 37)

2.4. Potencialidad de la economía naranja en Bogotá

Es por esta razón que El presente Proyecto de Acuerdo ve en la Economía Naranja, una oportunidad novedosa para generar nuevas oportunidades de empleo y progreso a los bogotanos, siendo esta una alternativa viable para la ciudad a mediano y largo plazo, ya que ha demostrado en todo el mundo su progresivo ascenso económico que está impulsando el desarrollo de un dinámico sistema empresarial que le ha dejado a Bogotá importantes beneficios y utilidades, además de perfilarse como una verdadera ventaja competitiva de la ciudad.

Aunque hay serios indicios documentados de la importancia de este segmento económico en la Capital, la poca comprensión de este sector está impidiendo una acción gubernativa efectiva que le permita a estas organizaciones desarrollarse y consolidarse como un motor de desarrollo, el mercado por sí mismo ha demostrado su potencial pero no podemos ignorar el papel correctivo del Estado ante las fallas del mercado ni su responsabilidad de mitigar la inequidad social.

Convencidos de las ventajas que conllevan desarrollar la Economía Naranja, se realizó toda una metodología en torno a determinar unas disposiciones que permitan ser tenidas en cuenta al momento de formular una política pública para contribuir a expandir e impulsar este tipo de economía. A continuación se hará una descripción de cómo se desarrolló y se formuló la metodología para llegar a proponer estas disposiciones que fortalezcan esta industria.

3. ¿COMO SE FORMULARON LAS DISPOSICIONES DE ESTE PROYECTO DE ACUERDO PARA FUTURA FORMULACION DE LA POLITICA PUBLICA?

La formulación de este Proyecto de Acuerdo Hizo énfasis en **abrir espacios de participación donde la ciudadanía pueda manifestar su opinión, exponer sus puntos de vista y plasmar sus ideas**, respecto a problemas que afectan a la comunidad en general en búsqueda de soluciones puntuales, aspecto que fue abordado en los instrumentos y mecanismos utilizados para recolectar la información base de este Proyecto de Acuerdo.

También se tuvo en cuenta la *“Guía para la formulación, implementación y evaluación de Políticas Públicas Distritales”*, apoyándose desde los cinco (5) puntos propuestos para la responsabilidad, estrategia y el cumplimiento de una política pública Distrital, cuales son:

a) Elaboración de agenda pública.

Marco de referencias, identificación de la situación, potencialidad o problema a intervenir. Delimitación temática, poblacional y espacial. Diagnostico participativo. Determinación de las causas del problema, valoración de factores críticos a enfrentar.

b) Formulación de la política.

Identificación de las alternativas de transformación de las situaciones, condiciones, problemáticas o potencialidades identificadas. Técnicas de acción (recursos, tiempo, riesgos, efectos generados).

Finalidad, objetivo general, objetivos específicos, ejes o líneas de política, metas, acciones o actividades, seguimiento; monitoreo y evaluación, responsables, financiación, realidad, determinantes u factores a transformar, alternativas de respuesta.

c) Adopción de la decisión.

Se referencian de manera simple a los distintos canales de manifestación del gobierno hacedor de política pública o de las autoridades administrativas o legislativas competentes (decretos, acuerdos, resoluciones, etc.) recogiendo la decisión formulada de manera precisa y dan paso a la fase de ejecución. Se elabora y presenta para su trámite, el respectivo proyecto de acto administrativo distrital que adopta la política pública formulada, con la documentación que sustenta su proceso de construcción.

d) Implementación.

Coordinación y concentración con los sectores involucrados, las acciones a realizar, se hace el diseño del plan de acción y se armoniza los planes, programas o proyectos. Materialización de los objetivos y acciones planteadas en la fase de formulación.

e) Evaluación.

Está orientada a la realimentación y a la solución de problemas que se plantean durante la ejecución de la política con el fin de verificar si se están alcanzando los objetivos planteados.”¹²

Estos resultados, definiciones y puntos de seguimiento, fueron plasmados transversalmente en esta propuesta de proyecto de Acuerdo, a partir de la información de contexto antes mencionada y la dada o recibida por los actores involucrados; a partir del problema; de los objetivos y estrategias, conteniendo los aportes recibidos, las consultas adelantadas por el equipo de trabajo y las investigaciones de origen externo que nutrieron esta discusión.

¹² Guía para la formulación, implementación y evaluación de Políticas Públicas Distritales.

Por lo tanto, creyendo siempre en la responsabilidad que recae sobre la labor normativa de esta corporación, responsabilidad que tiene origen en el mandato popular este Proyecto de Acuerdo está soportado sobre un ejercicio metodológico y análisis de información sobre el tema, recogido durante estos últimos meses fruto de instrumentos elaborados por el equipo de trabajo, aspectos que dotaron a esta iniciativa del fundamento técnico y participativo necesario para su aprobación.

3.1. Deber ser de las Políticas Públicas

La construcción de política pública debe obedecer a la búsqueda de soluciones a problemas de orden público cuya responsabilidad recae sobre los Estados, estos tienen la obligación de mantener condiciones de bienestar y desarrollo en el tiempo mediante la **elaboración de rutas de acción de naturaleza participativa y/o técnica** para la implementación de estrategias a corto, mediano y largo plazo, aspecto que es fundamental para la consecución de resultados, de optimización de recursos, coordinación de diferentes instancias y la definición de instrumentos y herramientas en otros niveles de planeación.

El nivel de complejidad presente en la esfera pública -además de las constantes y cambiantes relaciones de poder que se gestan en su interior- ha hecho de las políticas públicas un campo de estudio interdisciplinario que durante décadas ha interesado a académicos de todas las áreas del conocimiento para su exhaustiva revisión multidimensional (político, social, económico, administrativo, etc.).

Lo anterior resalta una vez más la importancia que se le debe dar a esta herramienta gubernamental, no sólo porque permite alcanzar resultados bajo un esquema estratégico de planeación sino porque en su estudio y construcción **implica un análisis riguroso y estructurado de las múltiples variables que se relacionan** en el desarrollo de la esfera pública, **proceso que exige el diseño de canales de comunicación efectivos que aseguren la participación de la sociedad civil.**

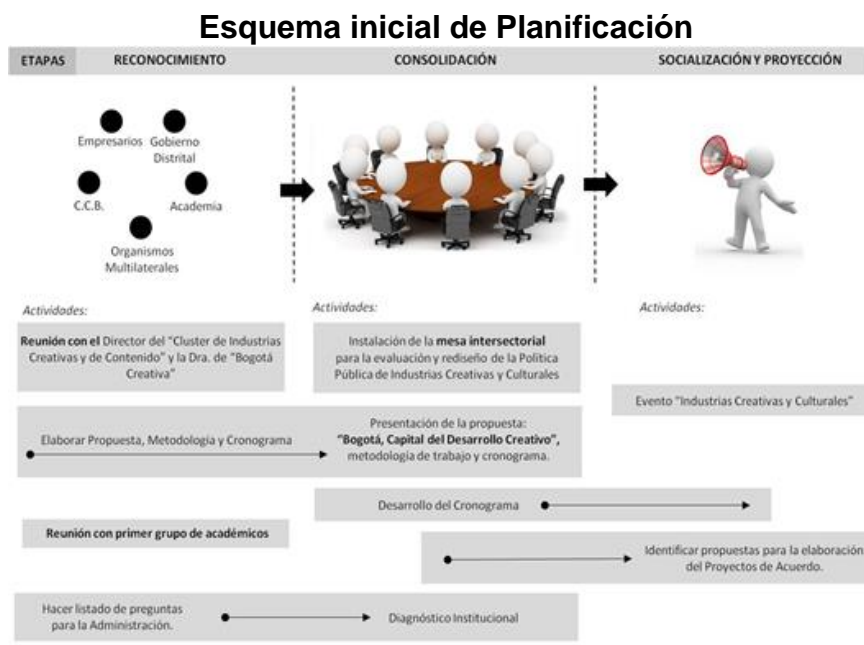
3.2. La planeación y la planeación estratégica

La planeación, sin lugar a dudas se constituye como un enfoque de gestión que enriquece el quehacer público puesto que le permite a las organizaciones orientar esfuerzos y recursos al alcance de metas de forma progresiva y cronológica proporcionando instrumentos que permiten la estimación de recursos a largo plazo, responsabilidades y actividades.

La planeación por sí sola supone el conocimiento pleno de las variables y su comportamiento en el tiempo, considerando que las buenas decisiones son consecuencia con la capacidad de análisis y de interpretación que la organización puede hacer de la información disponible, suponiendo así que los objetivos propuestos pueden ser alcanzados si se sigue con el paso a paso diseñado desde un inicio.

Para la construcción de este Proyecto de Acuerdo, se tuvieron en cuenta una serie de elementos iniciales que sirvieron de punto de partida para su construcción pues motivaron la elaboración de una Agenda de Trabajo en la que se establecieron objetivos y etapas.

El cuadro mostrado a continuación muestra las generalidades de la Agenda de Trabajo elaborada por el equipo de trabajo del Concejal Nelson Cubides en el mes de abril de 201. Esta fue dividida en tres etapas: de reconocimiento, de consolidación y socialización y proyección; con elementos propios mencionados en cada una de las etapas. A pesar de conservarse la mayoría de elementos, muchos aspectos fueron modificados con pasar del tiempo por sugerencia de los actores consultados, la retroalimentación con expertos y la socialización de la idea inicial con líderes del sector.

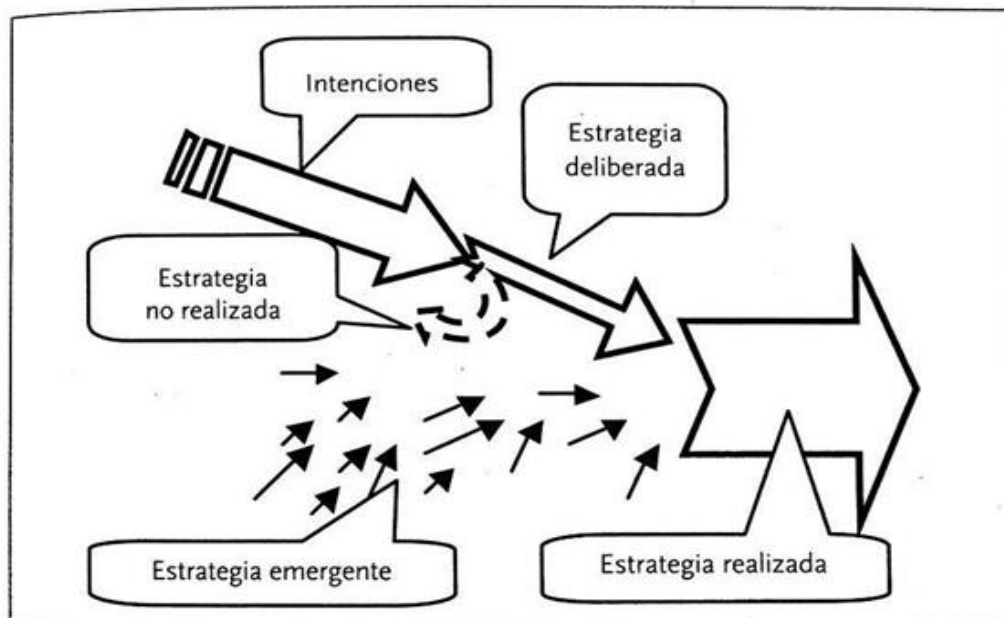


Fuente: Elaboración Propia.

Como lo mencionamos anteriormente, la planeación es un enfoque que otorga estructura, programación y dirección a las iniciativas bajo un esquema organizativo, sin embargo a medida que el plan se lleva a cabo y la organización se dirige a cumplir lo planeado, el acercamiento con los actores; la respuesta de los miembros de la organización al plan de trabajo, además del manejo de variables internas y externas influyen en el plan original, ya sea desde el ajuste de actividades hasta el replanteamiento de estrategias y objetivos.

Con respecto a lo anterior, André-Noel Roth menciona: "La planificación debe dejar de lado las ilusiones dirigidas, lineales y centralizadoras para volverse más flexible, participativa y descentralizada. El plan debe transformarse en un lugar privilegiado para la concertación y la evaluación de las selecciones y prioridades pública. Debe concebirse como una herramienta prospectiva para anticipar las evoluciones y también como un lugar de intercambio y dialogo", más adelante, este mismo autor plantea lo siguiente como respuesta a los retos de la planeación "asimismo el concepto de planificación estratégica se ha concebido como un proceso dinámico, sistemático y participativo que se sigue para determinar las metas de un gobierno y organización y las estratégicas que alcanzarlas para un horizonte de mediano plazo. Con este se busca asociar las ideas derivadas del management estratégico a la planificación pública."

Figura 4.2. Las diferentes formas de estrategias de planificación



Tomado de: Deubel Roth, André-Noel. Políticas Públicas. Formulación, implementación y evaluación. Undécima edición. Editorial Aurora. Colombia, 2002.

El anterior cuadro ilustra con claridad el proceso progresivo que existe en la planeación estratégica evidenciando los aspectos propios de la planeación y de los fenómenos ajenos que terminan ajustando el proceso. La gráfica muestra la intensión formal del planificador, a medida que dichas intenciones se ponen en marcha una serie de factores emergentes intervienen en el proceso generando una responsable reformulación de las intenciones y estrategias originales. Pueden haber dos resultados a partir de este proceso sistémico: que la estrategia no se lleve a cabo o que se reformule generando lo que el autor menciona como estrategia deliberada. En ningún caso este ajuste pone en riesgo la eficiencia o eficacia de la política pública, al contrario la nutre y le permite ajustarse a las realidades donde será implementada corrigiendo así la asimetría de la información. Para nuestro trabajo, se tuvo en cuenta dicho cuadro y se aplicó al ejercicio hecho que nos permitió formular este Proyecto de Acuerdo.

Este Proyecto de Acuerdo tomó 6 meses para su diseño y contó con la participación de múltiples actores en sus diferentes etapas, ya sea de forma consultiva o como participantes directos. La información recolectada sirvió como insumo para la identificación de las necesidades y de variables más relevantes en el caso Bogotá, además de servir como “elementos emergentes” que nutrieron la propuesta y demostraron no solo la importancia de esta iniciativa sino la necesidad manifiesta que por parte de la Administración Distrital se formule una política pública, acorde a las expectativas y necesidades de las poblaciones involucradas, para lo cual la participación de los interesados debe ser prioridad.

3.3. Formulación del Proyecto de Acuerdo

Para el diseño y formulación de este Proyecto de Acuerdo de Economía Naranja en la ciudad de Bogotá, se consultaron diferentes organizaciones y líderes del sector que aportaron ideas e inquietudes para la identificación de las necesidades, problemas y posibles soluciones, las cuales han sido sistematizadas y sintetizadas en el presente Proyecto, para la definición de estrategias y acciones orientadas al fortalecimiento y consolidación de esta industria.

Además, se contó con el acompañamiento de la Secretaria de Desarrollo Económico, la Secretaria de Cultura, Recreación y Deporte, IDARTES, Instituto Distrital de Turismo, entre otras; las cuales aportaron y contribuyeron al levantamiento de información de este sector de la Economía Naranja desde sus respectivos campos de acción.

Algunas de las universidades participantes fueron: Universidad Piloto de Colombia; Universidad Santo Tomás; UNIMINUTO; Universidad Pontificia Bolivariana – Medellín; Universidad del Valle; Fundación Universitaria de Popayán, Politécnico Internacional y Dromedia; Grupo VIDENS; Fundación Universitaria Los Libertadores; Corporación Unificada Nacional de Educación Superior –CUN; Universidad Santiago de Cali; Universidad del Norte y UNICUCES. Corporación Universitaria Centro Superior.

3.3.1. Etapa de reconocimiento

El objetivo de esta primera etapa fue **“presentar la propuesta metodológica y conceptual del Proyecto de Acuerdo a los actores más importantes del sector e identificar el representante para la mesa”**. Se definieron dos metas, la primera: “Reunirse con al menos un representante significativo de cada uno de los 5 grupos involucrados identificados distribuidos en tres reuniones”, para la cual se realizaron tres reuniones en las que participaron organizaciones multilaterales como el Banco Interamericano de Desarrollo, líderes del sector como la Cámara de Comercio de Bogotá y ProBogotá, diferentes Entidades Distritales, representantes de diferentes instituciones de educación superior y consultores, entre otros.

La segunda meta tuvo como fin la “elaboración de una matriz de diagnóstico de la industria naranja, construida con la información suministrada por los actores”, elementos que fueron recogidos y analizados para la definición de las estrategias y acciones de la política pública. Con base en estas, posteriormente, se construyeron las diferentes encuestas enviadas a los actores de las que daremos cuenta más adelante.



Primera reunión de reconocimiento, Concejo de Bogotá.



Segunda reunión de reconocimiento. Cámara de Comercio de Bogotá.



Tercera reunión de reconocimiento. ASCUN, representados por la RED REUNE



Cuarta reunión de reconocimiento.
Bogotá Distrito Creativo, Plaza de los Artesanos.

Se identificaron **cinco tipos de actores**: Gobierno Nacional, Gobierno Distrital, empresarios, académicos, organismos multilaterales y organizaciones especializadas, de las cuales se contó con la participación de aproximadamente 60 representantes entre los cuales se pueden resaltar la presencia de: la Cámara de Comercio de Bogotá, el Banco Interamericano de Desarrollo, ProBogotá, ASCUN (por medio de la Red Reúne), representantes de diferentes Entidades Distritales y del orden nacional, ParqueSoft, entre otros.

MATRIZ DE ACTORES



Fuente: Elaboración propia.

El cuadro anterior hace mención de los roles de los actores y su relación con la política pública, que puso de manifiesto la relevancia estratégica de tres participantes (Empresarios - Cámara de Comercio de Bogotá – Academia) como suministradores de la información primaria para la construcción del diagnóstico, aspecto fundamental para el diseño de toda política pública. Posteriormente los roles fueron ajustándose dinámicamente a las necesidades, voluntad y tiempo de los actores.

Ejemplo de la reestructuración de los roles fue el papel que jugaron los organismos multilaterales quienes acompañaron el Proyecto en su primera etapa como actores consultivos, por su parte la Administración Distrital asumió un papel decisivo en el desarrollo de la metodología y en la retroalimentación de las estrategias. Como fue mencionado anteriormente, este proceso fue desarrollado bajo un esquema de planeación estratégica, hecho que permitió el ajuste oportuno de los roles y la forma como estos aportarían el Proyecto.

3.3.2. Etapa de consolidación

Esta etapa tuvo como objetivo **“definir los lineamientos y estrategias que estarán reflejados en el articulado del Proyecto de Acuerdo de Economía Naranja en la ciudad de Bogotá”**.

Este objetivo contó con **tres metas** relacionadas con la formulación de esta política: teniendo en cuenta las competencias legales del Concejo se elaboró el articulado del Proyecto de Acuerdo, además se apoyó en el debate del Plan Distrital de Desarrollo elementos estratégicos que fueron incluidos por la Administración, considerándolos fundamentales para la ciudad y para este sector.

Tras la investigación se pudieron identificar aspectos transversales que fueron incluidos directamente en el diseño de las encuestas, instrumentos que fueron utilizados para la recolección de información. Posteriormente estos elementos definieron las estrategias y acciones que condujeron a establecer las disposiciones a tener en cuenta para la formulación de la Política Pública a futuro por parte de la Administración Distrital.

ESTRATEGIAS A TENER EN CUENTA PARA LA FORMULACION DE LA POLÍTICA PÚBLICA



3.3.2.1. Participación ciudadana e innovación social.

Las actividades que componen la Economía Naranja, además de generar ingresos y una buena reputación a la ciudad tienen la capacidad natural de potencializar la participación de las comunidades en la resolución “autónoma” de sus problemas ya que brindan a los ciudadanos nuevas posibilidades para:

- a) Darle valor a sus ideas y convertirlas en una realidad.
- b) Consolidar nuevas formas de organización y empoderamiento local.
- c) Dinamizar su desarrollo y potencializar su creatividad.

Teniendo en consideración la responsabilidad social y económica del Estado, buscando siempre la protección de las comunidades más vulnerables y la eliminación de barreras para la superación de la pobreza además de propender por el crecimiento económico sostenido en conformidad a los principios constitucionales, el presente Proyecto de Acuerdo pone en manifiesto la necesidad de priorizar el enfoque social de las políticas públicas siendo obligación de esta corporación promover iniciativas que generen un impacto positivo en las comunidades residentes en la ciudad de Bogotá con el fin de mejorar sus condiciones de vida mediante la generación de oportunidades laborales locales, el fortalecimiento de la cultura y el arte como elemento de catarsis de los conflictos sociales y la innovación como parte fundamental del desarrollo de toda sociedad.

En concordancia con la naturaleza, funciones e intereses de los actores consultados se elaboró un cuestionario para conocer su opinión con relación a la **Participación ciudadana e innovación social** y su vínculo con esta industria. Entre las preguntas formuladas se pueden resaltar:

- a) *¿Cuáles son los factores por los cuáles las personas no participan activamente en la resolución de sus problemas ciudadanos y cuáles serían las acciones determinantes para incentivarla?*
- b) *¿Qué estrategias se podrían implementar para hacer que los ciudadanos pasen de ser sujetos pasivos de la acción pública a ser gestores de su propio desarrollo?*
- c) *¿Qué papel jugaría la Economía Naranja y cultural en este proceso de empoderamiento social?*
- d) *¿Cómo podría priorizar la difusión y socialización de proyectos culturales producidos desde la sociedad civil que estén orientados a promover la cultura ciudadana, la convivencia y la reflexión?*
- e) *¿Cómo hacer del turismo generado por la Economía Naranja un instrumento de desarrollo económico y social en las comunidades más vulnerables de la ciudad?*
- f) *¿Qué estrategias permitirían potencializar las organizaciones artísticas y culturales como elementos catalizadores de transformación social, perdón, reparación de víctimas y reflexión del conflicto?*
- g) *La apertura de nuestra sociedad al mundo digital facilita la aparición de nuevas alternativas de intercambio político, económico y social, permitiéndole a las personas organizarse en torno a temas comunes y construir comunidades con constante flujo de información. ¿Cómo piensa*

esta entidad fomentar la participación social, la inclusión y resolución de los problemas locales desde esta dimensión tecnológica?

- h) *Es claro que uno de los componentes estratégicos para generar y potencializar el emprendimiento es la cultura y los paradigmas mentales ¿Qué acciones tiene contemplada esta entidad para incentivar el espíritu emprendedor en comunidades con una situación económica desfavorable?*

3.3.2.2. Emprendimiento y generación de oportunidades

Dado que esta es una industria de proporciones globales que está impulsando el desarrollo de un dinámico sistema empresarial que le ha dejado a Bogotá importantes beneficios y utilidades -además de perfilarse como una verdadera ventaja competitiva de la ciudad- es imprescindible que en este Proyecto de Acuerdo se consideren estrategias para que emprendedores que perciben en este conjunto de actividades una gran oportunidad de vida puedan consolidarse como empresarios además de convertirse en parte de la cadena productiva de esta industria y del sector productivo de la ciudad.

En concordancia con la naturaleza, funciones e intereses de los actores consultados se elaboró un cuestionario para conocer su opinión con relación al **emprendimiento y generación de oportunidades** y su relación con esta industria. Entre las preguntas formuladas se pueden resaltar:

- a) *¿Cuáles son las principales barreras que tienen los emprendedores en Bogotá para consolidar sus proyectos empresariales y qué estrategias ayudarían a superarlas?*
- b) *¿Qué aspectos tendrían que tenerse en cuenta en una Política Pública de emprendimiento para hacer de la ciudad un referente de innovación social?*
- c) *¿Qué tipo de incentivos o estímulos (económicos y no económicos) se consideran como imprescindibles y decisivos en la consolidación de los proyectos de emprendimiento? Y ¿Cuáles de estos deberían aplicarse o fortalecerse para las industrias creativas y culturales de la ciudad?*
- d) *¿Qué estrategias implementará la entidad para estimular el crecimiento y consolidación de las redes comerciales y empresariales relativas a las industrias creativas y culturales de la ciudad?*
- e) *¿Cómo pueden vincularse los emprendedores de la Economía Naranja a la oferta turística de la ciudad y a las estrategias del Instituto de Turismo?*
- f) *¿Cómo puede utilizarse la tecnología y el desarrollo de software para potencializar la consolidación del ecosistema empresarial de cultura en la ciudad?*

3.3.2.3. Consolidación y promoción de la industria.

Diferentes empresas bogotanas se han posicionado progresivamente como líderes regionales en este segmento, sin embargo, con miras a contribuir a su competitividad y consolidación en el mercado local y regional se hace necesario establecer herramientas que doten a la Administración Distrital de los insumos necesarios para la adopción de estrategias que respondan asertivamente a las necesidades y problemas de los empresarios relacionados con esta economía.

En concordancia con la naturaleza, funciones e intereses de los actores consultados se elaboró un cuestionario para conocer su opinión con relación a la **consolidación y promoción de la industria** y su vínculo con esta industria. Entre las preguntas formuladas se pueden resaltar:

- a) *¿Qué acciones debería adelantar la administración distrital para promocionar efectivamente a las industrias creativas y culturales de la ciudad en la región y en el mundo?*
- b) *¿Cómo se puede incentivar la demanda interna en la ciudad para el consumo de productos y servicios de la Economía Naranja de Bogotá? Por favor describir detalladamente las estrategias.*
- c) *¿Cómo apoyará esta entidad el desarrollo y consolidación de microempresas, famiempresas, empresas asociativas, mipymes y unidades económicas informales relacionadas con la Economía Naranja de la ciudad?*
- d) *Bogotá y Colombia ha tenido múltiples estrategias de difusión y promoción en el extranjero, unas más novedosas que otras ¿Qué acciones adelantará la entidad para promocionar la Economía Naranja de la ciudad en la región y en el mundo?*
- e) *¿Cómo lograr que la actual oferta cultural de la ciudad se convierta en un motor del turismo de talla internacional que pueda atraer inversión extranjera?*
- f) *¿Qué aspectos estratégicos se deberían impulsar para hacer de la oferta cultural una ventaja competitiva de la ciudad?*
- g) *Bogotá y Colombia ha tenido múltiples estrategias de difusión y promoción en el extranjero, unas más novedosas que otras ¿Qué acciones novedosas adelantará esta Secretaría para promocionar las industrias creativas y culturales de la ciudad en la región y en el mundo?*

3.3.2.4. Diseño e Implementación de Herramientas y Procedimientos para una Gestión Administrativa

Los ordenadores del gasto desempeñan un papel fundamental en la consolidación y posicionamiento de las industrias que conforman la Economía Naranja por medio de diversos programas y proyectos en los que invierten sectorialmente diferentes tipos de recursos en propósitos que pueden ser afines y complementarios entre sí. Buscando siempre la optimización de los recursos y la integralidad de las políticas públicas, se considera necesario que esta iniciativa tenga en cuenta el diseño de una renovada instancia institucional que le permita a la Administración Distrital tomar decisiones de forma articulada, con eficiencia administrativa y en cumplimiento con los siguientes principios:

- a) **Oportunidad y pertinencia:** Que se ajuste a las necesidades del sector y a los intereses públicos en cabeza de la Administración Distrital.
- b) **Acción dinamizadora:** Que potencialice los diferentes sectores aquí representados mediante la sinergia de esfuerzos y estrategias conjuntas.
- c) **Participación:** Que contemple mecanismos de participación para los actores del sector en los diferentes momentos de la política pública.
- d) **Integración y transversalidad:** Que vincule a las entidades y actores.
- e) **Eficiencia:** Que logre alcanzar los ítem anteriormente mencionados sin comprometer mayores recursos y en el menor tiempo posible.

En concordancia con la naturaleza, funciones e intereses de los actores consultados se elaboró un cuestionario para conocer su opinión con relación con el componente de **Gestión Administrativa** y su vínculo con esta industria. Entre las preguntas formuladas se pueden resaltar:

Sabemos que son muchas las actividades que conforman la Economía Naranja de la ciudad, condición que complejiza la actuación administrativa del Distrito y pone en manifiesto la necesidad de establecer un elemento estratégico que articule las instancias existentes, fomentando la planeación integral y el seguimiento de Políticas Públicas Interinstitucionales. Por lo tanto, ¿Que elemento directivo articulador cree usted que es pertinente, viable y eficiente implementar? Por favor explique su respuesta.

- a) *¿Cuáles son las mayores barreras institucionales que dificultan y entorpecen la relación de los empresarios con las diferentes entidades del Distrito? Y ¿Cómo se pueden solucionar o mitigar dichos impedimentos?*
- b) *¿Qué barreras e impedimentos identificados por la entidad tienen los actores de las industrias creativas y culturales para relacionarse con las entidades del distrito? Y ¿Qué acciones adelantará el sector administrativo que representa para mejorar y fortalecer esta relación?*

3.3.2.5. Capacitación y formación del talento humano.

Las empresas necesitan para su desarrollo hacer énfasis en el componente humano de sus organizaciones, aspectos como el clima laboral; las barreras mentales; la incapacidad de trabajar en equipo o la desactualización tecnológica tienen respuesta directamente en el componente humano al que ninguna empresa debería ignorar. Dado que este es un proceso formativo en el que intervienen diferentes actores en distinta forma, el papel del Estado en esta dimensión se justifica cuando se aborda esta situación desde la educación y el empleo, siendo estos dos aspectos de importancia pública en los que las poblaciones con cierto grado de vulnerabilidad y condiciones desfavorables tienen dificultades para acceder a nuevas oportunidades que les permitan mejorar su calidad de vida además de dotarles de nuevas capacidades y habilidades. Una vez más reiteramos que es obligación del Estado disminuir las brechas sociales garantizando las oportunidades para todos y eliminando la desigualdad en sus diferentes manifestaciones.

En concordancia con la naturaleza, funciones e intereses de los actores consultados se elaboró un cuestionario para conocer su opinión con relación a la **capacitación y formación del talento humano** y su vínculo con esta industria. Entre las preguntas formuladas se pueden resaltar:

¿Cree usted que la actual oferta educativa de la ciudad (formal y no formal) responde a las necesidades de la Economía Naranja de Bogotá? Si la respuesta es positiva, ¿Qué aspectos, temas y/o competencias deberían fortalecerse en el proceso educativo?, si la respuesta es negativa, ¿Qué aspectos, temas y/o competencias cree que deberían implementarse y fortalecerse en el proceso de formación?

Anexo de priorización de actividades.

Aunque este punto no pertenece al grupo de estrategias, esta matriz fue un anexo elaborado como respuesta a la necesidad de identificar y clasificar las actividades más relevantes para el contexto bogotano. Como bien ha sido explicado en momentos anteriores de este documento, la caracterización de esta industria nace a partir de la significativa expansión económica a título de actividades con elementos comunes, hecho que llamó la atención de académicos.

Dado que es un concepto en construcción y hace parte de fenómenos de escala global que están en construcción, son muchas las actividades que han sido clasificadas dentro de este segmento -unos grupos más grandes que otros-, sugieren la oportunidad de poderlas agrupar y ordenar conforme a las necesidades y proyecciones de la ciudad.

Ante la necesidad de dar claridad al equipo de trabajo de esta situación, se elaboró una matriz de calificación cuya finalidad fue la priorización de actividades económicas incluidas a la Economía Naranja de acuerdo a los siguientes **criterios de evaluación:**

- Que represente el mayor valor agregado.
- Que genere mayor Impacto social.
- Que tenga alta proyección en el mercado (internacional y nacional).
- Que presente vacíos normativos.
- Que actualmente se considere como una fortaleza de ciudad.
- Que se consolide como una oportunidad económica sostenible.

Posterior a la definición de los criterios de evaluación se les pidió a los entrevistados llenar la matriz que será mostrada a continuación de la siguiente forma: “al frente de cada una de las actividades hay seis casillas en blanco, cada columna corresponde a uno de **los seis criterios de evaluación anteriormente mencionados.** En cada uno de esos espacios se deberá calificar a la actividad de 1 a 5, siendo 1 el que menos se ajuste al criterio de evaluación y 5 el que más se ajuste”:

Grupos y actividades	Criterios de evaluación						Totales
	1	2	3	4	5	6	
Artes y Patrimonio							
Artes visuales.							
Artes escénicas y espectáculos.							
Turismo y patrimonio cultural material e inmaterial.							
Educación artística y cultural.							
Creaciones Funcionales, Nuevos Medios y Software							
Diseño.							
Software de contenidos.							
Agencias de noticias y otros servicios de información.							
Publicidad.							
Industrias Culturales Convencionales							
Editorial							

Sistematización de la información.

Tras la recepción de la información se evaluó la forma en que esta sería procesada concluyendo que sería el METAPLAN la metodología más indicada ya que permite la síntesis de las ideas y visualización para su posterior organización, clasificación y redefinición.

En total **se recibieron 21 encuestas** diligenciadas entre los que se pueden contar 14 universidades (UNIMINUTO, Universidad Piloto de Colombia, Universidad del Valle, Universidad Santiago de Cali, Universidad Santo Tomás, Universidad Pontificia Bolivariana – Medellín, Fundación Universitaria de Popayán, Politécnico Internacional y Dromedia, Grupo VIDENS, Fundación Universitaria Los Libertadores, Corporación Unificada Nacional de Educación Superior –CUN, Universidad del Norte, UNICUCES. Corporación Universitaria Centro Superior, UNIVALLE), entidades del orden distrital (IDARTES, Secretaria de Desarrollo e Instituto de Turismo), la consultora Flor María Rojas Beltrán, la empresa “Tecnología de Información y Software”, entre otros.

Durante dos semanas se leyeron todas las respuestas recibidas, se identificaron las principales ideas y se redactaron una a una sobre post-it y se hizo un correspondiente mapeo de las mismas. Teniendo ya la lista de ideas se continuó con la segunda etapa, la cual consistió en agruparlas por temas dentro de cada estrategia, movilizándolo conceptos y reorganizándolas para la identificación de redes causales: estrategias que podían ser complementarias a problemas identificados. Como último paso el equipo escogió -de acuerdo a la viabilidad institucional y competencia de esta corporación- los grupos de ideas que servirían como principal insumo en la formulación de la política pública es decir, que determinarían el rumbo del articulado de este Proyecto de Acuerdo.

Como resultado del METAPLAN se construyó la siguiente tabla que da cuenta del proceso de síntesis de las respuestas recibidas, esta labor fue adelantada por la Unidad de Apoyo Normativo y tuvo en cuenta todos los aportes hechos y la investigación adelantada previamente. La tabla está organizada de la siguiente manera: en la parte izquierda se ubican los ejes y en la parte superior las problemáticas y alternativas de cada uno de los ejes.



3.3.3. Etapa de socialización del proyecto

El objetivo de esta etapa fue el de **“incentivar la discusión y la aprobación de las propuestas recopiladas y articuladas en el proyecto de Acuerdo en el Concejo y con la Administración Distrital”**, aspecto abordado con la radicación de la Proposición de Control Político sobre industrias Creativas y

Culturales además de la discusión que tendrá el presente Proyecto de Acuerdo cuando sea agendado y debatido en la Comisión correspondiente.

	Problemáticas	Alternativas
Participación ciudadana e innovación social	<p>*Falta de comunicación políticos – ciudadanos: hay una percepción de olvido y desarticulación entre estos dos actores.</p> <p>*Desarticulación de las diferentes instancias de la sociedad civil: aunque son muchas las iniciativas y proyectos de origen ciudadano la falta de articulación multiplica esfuerzos y reduce recursos atomizando así su efectividad.</p> <p>*Débil inclusión de comunidades a procesos de innovación: la oportunidad de ingresar y participar en la generación de conocimiento y transformación de procesos es limitada y restrictiva.</p> <p>*Débil difusión de ideas con contenido social y comunitario: existen problemas asociados a la difusión de proyectos locales cuya prioridad es el mejoramiento de la calidad de vida de una comunidad.</p>	<p>* Inclusión: Se deben buscar mecanismos e instrumentos que permitan la transferencia de conocimientos y oportunidades a comunidades vulnerables y minorías, buscando incentivar entre ellas la cultura del emprendimiento.</p> <p>* Promover proyectos rentables, productivos, sostenibles, con innovación social y priorizados por su impacto en las comunidades teniendo en cuenta incentivos, financiamiento y educación empresarial.</p> <p>* Plataformas de Ideas que permitan la creación de escenarios para visibilizar iniciativas, talentos y capacidades: (Bancos de proyectos, concursos, hackatones).</p> <p>* Fomentar la infraestructura cultural y valorar el patrimonio inmaterial local: esto reafirma la importancia de la memoria, el arte y la cultura presente en las comunidades como una oportunidad de desarrollo.</p> <p>* Formación de liderazgo (captación de talentos): la inversión en el talento humano debe ser integral, promoviendo valores, habilidades sociales y fortalezas emocionales para asumir retos y el empoderamiento de proyectos.</p> <p>* Articulación con plataformas académicas: para enriquecer las capacidades locales.</p> <p>* Promoción del destino con valor turístico: las actividades tienen una ubicación geográfica que puede ser gestionada como un destino turístico, esto implica tener en cuenta aspectos como la capacitación, la información, los espacios, etc.</p> <p>* Potencializar Clusters como estrategia para concentrar servicios, potencializar la cadena productiva y reducir costos.</p> <p>* Incluir al Arte como transformador social, resaltando su componente social como económico</p> <p>* Hacer laboratorios de paz, utilizando las actividades relacionadas con estas actividades en la resolución de problemas sociales.</p>

	Problemáticas	Alternativas
Emprendimiento y generación de oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> * Tediosos trámites legales, que desincentivan la creación de empresa y/o su formalización. * Poca estimulación de la demanda, aspecto relacionado con los patrones de consumo y cultura. * Tensión entre derecho a cultura y profesionalización del arte (arte pagado), la revalorización de las actividades culturales como un oficio pago. * Bajo nivel de formación en emprendimiento y sostenibilidad organizacional: son muchas las iniciativas que sucumben por la falta de educación y conocimientos empresariales. * Falta de entendimiento por artistas de la dimensión económica. Ausencia de la visión empresarial en su formación profesional y personal. * Debilidad de organizaciones frente a gestión de nuevas oportunidades. * Bajo acceso a mecanismos de financiación, ya sea por desconocimiento o por el no cumplimiento de los requerimientos. * Dificil acceso a nuevos mercados, existen barreras físicas, culturales e idiomáticas que dificultan su apertura. 	<ul style="list-style-type: none"> * La adopción de Tecnologías de la Información y Comunicaciones tienen la capacidad de potencializar diferentes procesos de esta industria. * Tejido social solidario para la conformación de redes colaborativas desde diferentes niveles de esta industria. * Capacitación derechos de autor. * Se deben abrir espacios efectivos para la retroalimentación con expertos: académicos y líderes con experiencia. * La utilización de Incentivos como gancho para la formalización de su actividad empresarial, el intercambio de experiencias y la internacionalización de la oferta (Cursos, premios, financiamiento, reconocimientos, etc). * Se debe fomentar la Interacción entre empresarios y emprendedores buscando siempre el intercambio de experiencias, generar escenarios donde se puedan suplir necesidades de la industria consolidada con la oferta interna y conectar cadenas productivas aprovechando las condiciones actuales del mercado. * Se debe hacer énfasis al componente humano de la industria, es decir a las aptitudes y actitudes de los emprendedores y su proceso formativo. * Se deben revisar convenios y tratados internacionales para identificar debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas del sector. * Promover criterios y estándares de calidad para los productos y servicios originados en la ciudad. * Crear Incentivos para los primeros productos y servicios. * Generar espacios y herramientas para la difusión y promoción de experiencias.
Consolidación y promoción de la industria	<ul style="list-style-type: none"> * Existe desarticulación entre los empresarios locales, aspecto que sirve de barrera para la consolidación de economías de escala. * Insuficiente demanda local que limita la comercialización de los servicios ofertados. * Se evidencia rezago en la competitividad de muchas de estas empresas frente al mercado internacionales. * Existen barreras para la internacionalización de la oferta de bienes y servicios relacionados con esta industria. * Existen múltiples fuentes de información que no están metodológicamente unificadas, aspecto que complica su estudio y seguimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> * Consolidar un diagnóstico periódico del comportamiento de la demanda en la ciudad. * Consolidar agremiaciones y redes colaborativas que puedan fortalecer cadenas productivas para que den mayor valor agregado a los productos y servicios ofertados. * Incentivar la Interacción entre empresarios y emprendedores. * Diseñar estrategias de Internacionalización de la oferta de servicios mediante alianzas, difusión de productos y servicios, viajes, intercambios y el fortalecimiento de la marca ciudad. * Se deben crear estrategias de aprovechamiento de productos culturales ya consolidados. * Estrategia de difusión de productos y servicios por medio de eventos especializados. * Las TIC son una solución a muchas de las limitaciones y restricciones que tiene la industria actualmente, una plataforma que promueva y facilite el relacionamiento entre artistas y emprendedores -espacios – proveedores en términos de oferta y demanda. * Potencializar el turismo local como aspecto articulador entre el espacio y el desarrollo de iniciativas creativas y culturales. * Incentivar la Creación de nuevos públicos para el aumento de la demanda de bienes y servicios.

	Problemáticas	Alternativas
		<p>*Estrategias para la difusión y comunicación de la oferta facilitando información actualizada y completa de la ciudad para locales y extranjeros.</p>
Institucionalidad	<p>* Los actores manifiestan desconocimiento de las competencias, roles y servicios de las entidades del Distrito y de los mecanismos para relacionarse con ellas.</p> <p>* La Informalidad dificulta la toma de decisiones de la Administración y limita el diseño de estrategias.</p> <p>* Se perciben exceso de requisitos y procedimientos para participar en iniciativas del Distrito.</p> <p>* Hay desarticulación entre las entidades distritales para diseñar estrategias, agendas compartidas y poner en marcha acciones integrales y complementarias entre sí.</p> <p>* Hay percepción de una Insatisfactoria atención al ciudadano cuando se busca ayuda, asesoría y acompañamiento en los trámites.</p> <p>* La Administración cuenta con limitados recursos del que debe hacer uso eficientemente.</p> <p>* Se manifiesta haber desconocimiento de espacios para formación formal y no formal de esta industria impulsados por el Distrito.</p>	<p>* Especialización del acompañamiento institucional según necesidades y requerimientos de los empresarios.</p> <p>* Se debe establecer una estrategia que permita obtener información sectorial actualizada mediante instrumentos y roles definidos.</p> <p>* Creación de la agenda institucional naranja distrital para la promoción de eventos, convocatorias, etc.</p> <p>* Se deben eliminar barreras burocráticas que entorpecen los procesos empresariales y la interacción con la Administración Distrital (trámites, de comunicación, de información del sector, de datos).</p> <p>* Se necesita de una estrategia integral a mediano y largo plazo que articule los planes y acciones de las entidades involucradas, participativa y con alto componente académico y técnico.</p> <p>* Se deben establecer escenarios y canales de comunicación que permitan el acercamiento y la articulación entre entidades distritales y autoridades nacionales.</p> <p>* Se debe promover un esquema tributario favorable que disminuya las cargas laborales y haga más sencillo su cumplimiento.</p> <p>* Se debe buscar simplificación los trámites para la organización de eventos en la ciudad.</p>
Capacitación y formación del talento humano	<p>* Educación formal e informal descontextualizada y débilmente relacionada con el Sector.</p> <p>* La formación no responde a las necesidades cotidianas ni a los retos habituales que debe enfrentar un emprendedor ya que factores culturales, emocionales y tradicionales limitan la visión empresarial.</p> <p>* El no manejo de una segunda lengua limita sus capacidades y oportunidades empresariales y formativas en un escenario global.</p> <p>* Hay desconocimiento institucional del perfil del tipo de persona que requiere capacitación y de sus necesidades puntuales.</p> <p>* Al estudiante le cuesta asumir rol emprendedor.</p>	<p>* La oferta educativa no responde a las necesidades del sector.</p> <p>*Se debe hacer énfasis en aprendizaje vivencial y a la resolución de problemas y barreras cotidianas.</p> <p>* Se debe promover la Internacionalización y en intercambio cultural, entre los que se cuenta aprender una nueva lengua.</p> <p>* Se requieren pedagogías modernas y actuales que integren no solo el conocimiento teórico sino la innovación de procesos.</p> <p>* Las estrategias de capacitación no deben ignorar el componente humano y la formación para el liderazgo: cultura del desarrollo colectivo, solidario y responsable; competencias y aptitudes.</p> <p>* Se requiere Identificar las necesidades de capacitación y los perfiles de los solicitantes para hacer una acertada segmentación y focalización.</p>

4. POR QUÉ ES IMPORTANTE UNA POLÍTICA PÚBLICA EN LA ECONOMÍA NARANJA

Las ventajas de la economía naranja son variadas, entre las más importantes, se encuentran: a). es una de las industrias con más crecimiento alrededor del mundo, América y Colombia, Bogotá no es ajeno a este crecimiento, pues casi la mitad 48% de las empresas creativas del país están en Bogotá y el 92% de la Economía Naranja se mueve en el distrito capital. b). es un sector que está generando nuevos puestos de trabajo, demostrable en los

diferentes estudios que se han realizado sobre esta nueva industria. c). es incluyente, ya que a través del uso de la tecnología permite que más personas sin importar sus orígenes o condiciones físicas, puedan acceder a competir en esta industria.

Siendo una de las industrias con mayor proyección, se deben plantear políticas públicas que logren potencializar esta economía, favoreciendo de esta manera la generación de empleos, la inclusión y el crecimiento económico con alternativas sostenibles para las finanzas de los ciudadanos. En este sentido, este Proyecto de Acuerdo coadyuva a que a través de unas disposiciones de carácter normativo se procure el fomento y promoción de la industria, estableciendo para ello unos objetivos, estrategias y acciones que deben ser tenidas en cuenta por la Administración Distrital al momento de formular por parte de ella la Política Pública en esta materia.

Y es que a pesar de que la Economía Naranja no esté valorada en su dimensión real, su aporte a la economía es significativo. Lo anterior representaría el explotar esta nueva industria poco aprovechada en medio de la escasez de empleo y recesión por el que atraviesan diferentes países. Colombia y Bogotá no son ajenos a las posibles futuras coyunturas económicas, frente a una economía inestable, que está detenida y en recesión. Los expertos aseguran que esto se puede sobrellevar a través de una nueva tendencia económica como lo es la Economía Naranja

Además es una oportunidad para tomar en cuenta el talento de otros, intercambiar ideas y dar vida a un producto completamente innovador y lleno de valor intelectual (Young Marketing). Bogotá es epicentro importante de la inversión extranjera en Latinoamérica en razón a que en los últimos años el Distrito ha sido foco de “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”¹³.

4.1. Bogotá líder en Latinoamérica en cuanto Inversión Extranjera de la Economía Naranja

Según la página web de Invest In Bogotá, en la gráfica se muestra el mapa latinoamericano en cuanto a la inversión extranjera en las diferentes ciudades del hemisferio americano. ¿Por qué no seguir impulsando con políticas públicas, esta industria para que Bogotá pueda posicionarse y de esta manera seguir recibiendo inversión extranjera y consolidando la ciudad en el continente como una de las que más genera Economía Naranja y cultural con todas las ventajas que conlleva fortalecer esta industria?

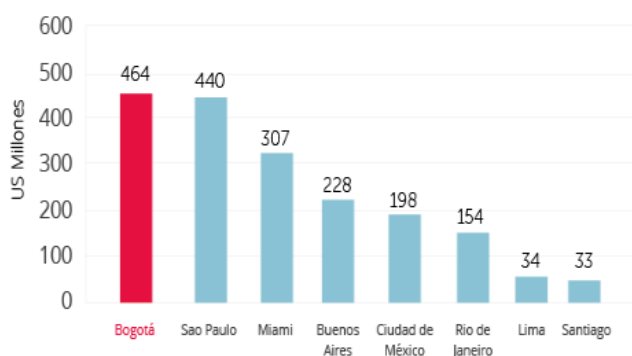
Es importante y urgente establecer normas y estrategias que puedan fortalecer y seguir promoviendo esta industria para atraer más inversión extranjera y seguir posicionando a Bogotá como una de las ciudades líderes en el continente en cuanto a la creación e innovación, para que de esta forma la economía distrital pueda tener un desarrollo y expansión al impulsar este tipo de industria. Si bien en el Plan de Desarrollo “Bogotá Mejor

13 INVEST IN BOGOTA. Industrias Creativas en Bogotá. [en línea] Disponible en Internet en: <<http://es.investinbogota.org/invierta-en-bogota/en-que-invertir-en-bogota/industrias-creativas-bogota>>

Para Todos” en el Eje de Desarrollo Económico para la ciudad se hizo alusión y se caracterizaron unos objetivos de consolidación de los ecosistemas de emprendimiento e innovación, así como el fortalecimiento de las capacidades de los actores y se potencien los espacios de colaboración y apoyo a las iniciativas empresariales de esta industria, ese marco expuesto allí resulta ser un Marco muy general que por su mismo carácter requiere ser desarrollado y complementado con otras normas que lo amplíen y lo concreten pero que a su vez permita ser el norte para saber cómo definir toda una política pública a su alrededor.

Así mismo, también en el Plan de Desarrollo se creó para ella un Fondo Cuenta Distrital de Innovación, Tecnología e Industrias Creativas, cuyo fin es el de promover el desarrollo de la innovación, nuevas tecnologías e industrias creativas y al cual le asignaron unos recursos para tales fines, se hace necesario que a través de él se fomente y consolide la industria en Bogotá y para ello es necesario definir de que se ocuparía la política para desarrollarla y por ello es que se considera que este Proyecto resulta ser fundamental para tales fines en la medida en que fija un Marco amplio con unos lineamientos, un enfoque, una institucionalidad, unas estrategias y línea de acción que debe seguir la Administración Distrital para que formule la Política Pública en esta materia, impulsándola y convirtiéndola en un valor agregado que ayude a la competitividad y a la productividad de la ciudad. En este sentido este Proyecto de Acuerdo coadyuva a ambos fines y de ahí su importancia.

Inversión Greenfield Industrias Creativas en las principales ciudades de Latinoamérica y el Caribe FDI Millones de USD 2005 - 2015



Fuente: fdi Markets

14

4.2. Generación de Eventos Creativos en Bogotá

La innovación contribuye de manera positiva en el crecimiento y el desarrollo económico, puesto que genera mayores niveles de productividad, mejora las exportaciones y el comercio exterior, favorece la generación de empleo y el direccionamiento de los retos sociales y ambientales. Además, permite sostener el aumento del nivel de ingresos y el empleo en la

14 ibíd.

creciente población urbana y ayuda a fomentar la diversificación agrícola e impulsar la sostenibilidad ambiental del crecimiento. (Valencia) Lo anterior se resume en cuatro tipos de innovación (producto, proceso, organizacional y de mercado) que pueden presentarse de diferentes maneras, en diversas áreas y a diferentes ritmos. (Valencia)

Estando la ciudad en el epicentro del mercado creativo gracias al aumento de eventos por el esfuerzo de entidades tanto públicas como privadas, entre esas “La Cámara de Comercio de Bogotá, Invest in Bogotá, la Alcaldía Mayor, el Bureau de Convenciones de Bogotá, Corferias y ProBogotá,” que “vienen trabajando desde el 2008 en la consolidación de la estrategia de mercadeo de ciudad como una iniciativa de largo plazo; es importante buscar posicionar internacionalmente a Bogotá como un epicentro de negocios, talento, cultura y creatividad, impulsando la capacidad para atraer inversión extranjera, turismo y eventos de gran formato”¹⁵

Entre los eventos de mayor impacto que se están generando en Bogotá actualmente y que la perfilan como ciudad líder en Latinoamérica de industrias creativas, además del Festival Iberoamericano de Teatro consolidado como uno de los eventos de teatro más importantes, se encuentran “el Festival Estereo Picnic, el cual traerá a Bogotá artistas como Mumford and Sons, Florence and the Machine, Snoop Dogg, Jungle y Noel Gallagher’s High Flying Birds.”¹⁶

Según la página de la Cámara de Comercio las proyecciones para la industria creativa en Bogotá: “Las perspectivas son las más altas y podrían ser superadas si se tiene en cuenta que la capital cuenta con cerca de 600 lugares habilitados para conciertos, 77 museos, 70 galerías de arte, 70 teatros y 700 inmuebles declarados como bienes de interés cultural, además de lugares al aire libre en los que se realizan actividades culturales permanentemente”.¹⁷

De igual forma en Bogotá se realizan eventos que se están consolidando como Bogotá Audiovisual Market – BAM que este año tuvo su séptima versión; Bogotá Music Market – Bomm que se volverá a realizar este año, donde es una plataforma para músicos, compositores, productores, ya que en el 2015 produjo cerca de US \$ 1,5 millones. En octubre de este año se realizará Mercado de Industrias Culturales del Sur – MICSUR, donde asistirán 600 participantes de 10 países diferentes, donde se mostrara lo más representativo de seis sectores de la economía naranja: diseño, artes escénicas, audiovisual, música, editorial y videojuegos¹⁸.

Se realizara de igual forma décimo segunda versión de ARTBO, Feria Internacional de Arte de Bogotá. La ciudad se ha ido posicionando gracias a eventos y negocios como los anteriores donde se dan cita empresarios de la industria creativa y se generan proyectos de negocio, vivido y gestados en Bogotá.

15 Cámara de Comercio De Bogotá. Bogotá se Consolida como ciudad creativa. [En línea], Disponible en Internet en: <<http://www.ccb.org.co/Sala-de-prensa/Noticias-CCB/2016/Febrero/Bogota-se-consolida-como-ciudad-creativa>>

16 Ibíd.

17 Ibíd.

18 ibíd.

4.3 Articulación Plan de Desarrollo Distrital 2016 – 2020

El plan de desarrollo del distrito para el periodo 2016 – 2020 en el segundo eje transversal donde se plantea el desarrollo económico basado en el conocimiento, refiere que “Los programas de la ciudad en esta materia estarán enfocados a mejorar las condiciones de calidad de vida urbana con el propósito de que las personas creativas en cualquier ámbito del conocimiento o los saberes, puedan elegir a Bogotá como su lugar de residencia”¹⁹. Por esta razón se deben generar políticas públicas para que estas personas creativas puedan desarrollar y ser atraídas con sus talentos en la ciudad.

El Plan de Desarrollo le apuesta a fortalecer la economía es a través de la “consolidación del ecosistema” que permita la dinamización de las entidades público y privadas, proyectando la ciudad para la inversión extranjera. La Economía Naranja e innovación como se ha mencionado, a través de eventos internacionales permiten el espacio para activar negocios y atraer en Bogotá esta inversión extranjera. Es importante por lo tal consolidar la industria mediante políticas públicas que permitan gestionar y atraer esa inversión extranjera.

Como se ha mencionado la industria naranja permite la atracción de esa inversión extranjera de hecho Bogotá es una de las ciudades líderes en el continente en cuanto la generación de esta clase de inversión. La presente normativa permite crear un ambiente institucional que permite la consolidación, expansión y fortalecimiento de esta industria en la ciudad.

5. FUNDAMENTOS JURÍDICOS DE LA INICIATIVA

Los fundamentos jurídicos en que se soporta esta iniciativa, están contenidos en las siguientes normas constitucionales, legales, Tratados y convenios Internacionales, resoluciones y Documentos, así:

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA

ARTICULO 2. 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; defender la independencia nacional, mantener la integridad territorial y asegurar la convivencia pacífica y la vigencia de un orden justo.

ARTICULO 7. El Estado reconoce y protege la diversidad étnica y cultural de la Nación colombiana.

ARTICULO 8. Es obligación del Estado y de las personas proteger las riquezas culturales y naturales de la Nación..

ARTICULO 26. Toda persona es libre de escoger profesión u oficio. La ley podrá exigir títulos de idoneidad. Las autoridades competentes inspeccionarán y vigilarán el ejercicio de

¹⁹ PLAN DESARROLLO 2016- 2020. Bogotá Mejor Para Todos. Alcaldía Mayor de Bogotá. 2016

las profesiones. Las ocupaciones, artes y oficios que no exijan formación académica son de libre ejercicio, salvo aquellas que impliquen un riesgo social.

ARTICULO 61. El Estado protegerá la propiedad intelectual por el tiempo y mediante las formalidades que establezca la ley.

ARTICULO 70. Reglamentado por la Ley 1675 de 2013. 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.

Reglamentado por la Ley 397 de 1997

ARTICULO 71. 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.

Reglamentado por la Ley 397 de 1997

ARTICULO 72. Reglamentado por la Ley 1675 de 2013. El patrimonio cultural de la Nación está bajo la protección del Estado. El patrimonio arqueológico y otros bienes culturales que conforman la identidad nacional, pertenecen a la Nación y son inalienables, inembargables e imprescriptibles. La ley establecerá los mecanismos para readquirirlos cuando se encuentren en manos de particulares y reglamentará los derechos especiales que pudieran tener los grupos étnicos asentados en territorios de riqueza arqueológica.

LEYES

Ley 23 del 28 /1/82. Régimen general de derechos de autor.

Ley 44 del 5/2/93. Normas modificatorias de la Ley 23 del 28 /1/82

Ley 98 de 1993. Por medio de la cual se dictan normas sobre democratización y fomento del libro colombiano.

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.

Reglamentada parcialmente por los Decretos Nacionales 833 de 2002, 763, 2941 de 2009, 1100 de 2014.

La reglamentación del Decreto 833 de 2002, se refiere al Patrimonio Arqueológico; la del Decreto 763 de 2009, en lo referente al Patrimonio Cultural de la Nación de naturaleza material y al Régimen Especial de Protección de los Bienes de interés Cultural. Por su parte el Decreto 2941 de 2009, reglamenta lo correspondiente al Patrimonio Cultural de la Nación de naturaleza inmaterial.

Ley 397 de 1997. Art. 1,2,4,5,7,8, 49,52,56,58. Disposiciones sobre el patrimonio cultural.

Ley 397 de 1997. Art. 6, 11, 14, 13, 15. Disposiciones sobre el patrimonio arqueológico.

Ley 397 de 1997. Art. 18,29, 48. Sobre los estímulos, la formación artística y el fomento al teatro

Ley 17 de 1997, de 4 de julio, de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas.

Ley 814 de 2003, “Por la cual se dictan normas para el fomento de la actividad cinematográfica en Colombia”.

Ley 1170 de 2007. Por medio de la cual se expide la ley de teatro colombiano y se dictan otras disposiciones.

Ley 1185 de 2008. Por la cual se modifica y adiciona la Ley 397 de 1997 – Ley General de Cultura– y se dictan otras disposiciones. (Ley de Patrimonio cultural de la Nación)

Artículo 1°. Modifíquese el artículo [4°](#) de la Ley 397 de 1997 el cual quedará, así:

"Artículo 4°. *Integración del patrimonio cultural de la Nación.* El patrimonio cultural de la Nación está constituido por todos los bienes materiales, las manifestaciones inmateriales, los productos y las representaciones de la cultura que son expresión de la nacionalidad colombiana, tales como la lengua castellana, las lenguas y dialectos de las comunidades indígenas, negras y creoles, la tradición, el conocimiento ancestral, el paisaje cultural, las costumbres y los hábitos, así como los bienes materiales de naturaleza mueble e inmueble a los que se les atribuye, entre otros, especial interés histórico, artístico, científico, estético o simbólico en ámbitos como el plástico, arquitectónico, urbano, arqueológico, lingüístico, sonoro, musical, audiovisual, fílmico, testimonial, documental, literario, bibliográfico, museológico o antropológico. Ver el Decreto Nacional 763 de 2009, Ver la Resolución del Min. Cultura 330 de 2010, Ver la Resolución del Min. Cultura 983 de 2010.

Ley 1286 de 2009. Por la cual se modifica la Ley [29](#) de 1990, se transforma a Colciencias en Departamento Administrativo, se fortalece el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación en Colombia y se dictan otras disposiciones.

Ley 1379 de 2010, sobre la Red Nacional de Bibliotecas Públicas.

Ley 1674 de 2011. "Por medio de la cual se rinde homenaje al museo de arte moderno de Bogotá en su quincuagésimo aniversario, por su contribución a la cultura y el arte colombiano".- Artículo 3. El Gobierno Nacional en conjunto con el Museo de Arte Moderno

de Bogotá diseñará y pondrá en práctica un plan para la creación y fomento de artes plásticas y visuales destinado a los jóvenes colombianos.

Ley 1493 de 2011 "Por la cual se toman medidas para formalizar el sector del espectáculo público de las artes escénicas, se otorgan competencias de inspección, vigilancia y control sobre las sociedades de gestión colectiva y se dictan otras disposiciones". tiene como propósito formalizar y fortalecer el sector de los espectáculos públicos de las artes escénicas en Colombia, a través de la implementación de diferentes medidas que favorecen el incremento en sus recursos, generan incentivos tributarios, racionalizan las cargas impositivas.

Ley 1556 de 2012.- Ley de Cine. Que ofrece beneficios económicos a los productores de películas y 'tv movies' que rueden en Colombia del 40% del valor del gasto que realicen en la contratación de servicios nacionales de preproducción, producción y posproducción, y el 20% del gasto que realicen en hoteles, alimentación y transporte.

Documento CONPES 3659 del 26 de abril de 2010, Política Nacional para la Promoción de las Industrias Culturales en Colombia

Decreto 1493 de agosto 3 de 1998. Por el cual se reglamenta la participación del Ministerio de Cultura en la creación de Fondos Mixtos para la Promoción de las artes y la cultura, realización de aportes y suscripción de convenios.

Decreto 1494 de agosto 3 de 1998. Por el cual se reglamentan los Consejos Nacionales de las Artes y la Cultura y se dictan otras disposiciones.

Decreto 763 de 2009. "Por el cual se reglamentan parcialmente las Leyes 814 de 2003 y 397 de 1997 modificada por medio de la Ley 1185 de 2008, en lo correspondiente al Patrimonio Cultural de la Nación de naturaleza material.

Decreto 1421 de 1993. "Por el cual se dicta el régimen especial para el Distrito Capital de Santafé de Bogotá".

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.
(...)
13. Regular la preservación y defensa del patrimonio cultural.

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".

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

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/ Economía Naranja 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.

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.

Artículo 106._Creación del Fondo Cuenta Distrital de Innovación, Tecnología e Industrias Creativas

Créase el Fondo Cuenta Distrital de Innovación, Tecnología e Industrias Creativas, el cual es un Fondo Cuenta administrado como una cuenta especial sin personería jurídica. Su administración estará a cargo del Alcalde Mayor de Bogotá, D.C., quien definirá la entidad a la cual será asignada.

El objeto del Fondo Cuenta es promover el desarrollo de la innovación, nuevas tecnologías e industrias creativas en la ciudad a través de la administración, recaudo y canalización de recursos para efectuar gastos e inversiones para la adquisición de bienes, servicios y la construcción de obras de infraestructura para el cumplimiento de su objeto. Para el desarrollo de sus actividades se articulará con las redes de innovación y conocimiento públicas, privadas y académicas de la ciudad.

Se autoriza al Alcalde Mayor de Bogotá, D.C. para realizar aportes al Fondo Cuenta Distrital de Innovación, Tecnología e Industrias Creativas, como “Capital Semilla”, sin perjuicio de la posibilidad que el Distrito Capital o sus entidades descentralizadas realicen aportes posteriores, de conformidad con lo dispuesto en las normas presupuestales aplicables.

Los recursos del Fondo Cuenta provendrán del aporte inicial denominado “Capital Semilla, condicionado a la obtención de ingresos producto de la enajenación de activos que gestione la Administración Distrital, así como a los rendimientos, y las demás fuentes autorizadas por la ley.

El Alcalde Mayor de Bogotá, D.C. adoptará las medidas reglamentarias necesarias para garantizar el adecuado funcionamiento del Fondo Cuenta y el cabal cumplimiento de sus objetivos.

6. ANTECEDENTES DE ESTA INICIATIVA

El presente Proyecto de Acuerdo ha sido radicado anteriormente en cuatro oportunidades, bajo los Radicados N° 429 de 14-09-2016; 100 de 23-012-2017, al cual le fue rendido ponencia positiva por parte de las concejales María Victoria Vargas Silva, Gloria Stella Díaz Ortiz y Nelson Castro Rodríguez, estos dos últimos con pliego modificadorio; 206 de 14-03-2017, siendo designados ponentes, los concejales Daniel Palacios Martínez y Roger Carrillo Campo, quienes rindieron Ponencia Positiva con Modificaciones; 288 de 28-04-2017, al cual le fue rendido Ponencia Positiva con Modificaciones por parte de los Concejales Ponentes Nelly Patricia Mosquera Murcia y Roger Carrillo Campo. En esta ocasión vuelve y se radica este Proyecto de Acuerdo a consideración de los Honorables Concejales.

Los mencionados Proyectos de Acuerdo no fueron programados en las sesiones correspondientes para su estudio y aprobación y por consiguiente se procedió a su Archivo pese a tener Ponencias como ya se dijo anteriormente.

Así mismo, algunos de estos Proyectos de Acuerdo han sido unificados por unidad de Materia en relación con otros Proyectos de Acuerdo que ha Presentado la Bancada del Partico Centro Democrático

Del mismo modo, La Administración Distrital emitió conceptos sobre algunos de estos Proyectos de Acuerdo y se ha optado últimamente por su solicitud de efectuar Mesas de Trabajo entre los autores de los Proyectos presentados, los Ponentes y la Administración Distrital, a fin de trabajar de manera concertada un Proyecto de Acuerdo con un Articulado final unificado.

En distintas ocasiones que ha sido radicado este Proyecto de Acuerdo, se ha procedido a incluir algunas de las modificaciones sugeridas tanto por los ponentes en sus respectivas ponencias y Pliego de Modificaciones, así como las emitidas en los conceptos que ha expedido la Administración Distrital , por considerarlos oportunos y viables.

1. IMPACTO FISCAL

En cumplimiento de lo establecido en el artículo 7 de la Ley 819 de 2003, el presente proyecto de Acuerdo no tiene impacto fiscal, toda vez que su implementación no demanda de recursos diferentes a los que están contemplados en los distintos presupuestos de las entidades de la Administración Distrital, se trata de racionalizar dicho gasto para incluir lineamientos, objetivos, estrategias y acciones dirigidas a potencializar y consolidar y articular gestiones en el marco del reconocimiento de la Economía Naranja y cultural y de sus actividades conexas y del fortalecimiento de la misma como instrumento de desarrollo socioeconómico.

Así mismo, es pertinente recordar que el Plan de Desarrollo adoptado mediante Acuerdo 645 de 2016, creó el Fondo Cuenta Distrital de Innovación, Tecnología e Industrias Creativas y

se autorizó al Alcalde Mayor de Bogotá, D.C. para realizar aportes al Fondo Cuenta Distrital de Innovación, Tecnología e Industrias Creativas, como “Capital Semilla”, sin perjuicio de la posibilidad que el Distrito Capital o sus entidades descentralizadas realicen aportes posteriores, de conformidad con lo dispuesto en las normas presupuestales aplicables.

Nelson Cubides Salazar
Concejal de Bogotá



“EN EL CONCEJO, BOGOTA TIENE LA PALABRA”



PROYECTO DE ACUERDO N° 110 DE 2018

PRIMER DEBATE

“POR MEDIO DEL CUAL SE ESTABLECEN DISPOSICIONES GENERALES PARA EL FOMENTO Y PROMOCIÓN DE LA ECONOMÍA NARANJA EN BOGOTÁ, DC”

EL CONCEJO DE BOGOTÁ D.C.

En uso de sus atribuciones constitucionales y legales, en especial las conferidas en el numeral 1º del artículo 12 del Decreto Ley 1421 de 1993; en el Artículo 313 de la Constitución Política, en la Ley 1834 de 2017 y de conformidad con los artículos 44 y 115 del Acuerdo 645 de 2016,

ACUERDA

ARTÍCULO 1º. OBJETO. El presente Acuerdo tiene por objeto establecer disposiciones para la formulación de la Política Pública de Emprendimiento Cultural, Industrias Culturales y Creativas contenidas en la Economía Naranja en la Ciudad de Bogotá D.C., por parte de la Administración Distrital con el fin fomentar, promover e incentivar esta industria.

ARTÍCULO 2º. DEFINICIÓN. La Economía Naranja comprende las actividades en las que el valor de los bienes y servicios tienen un fuerte componente artístico, cultural, creativo e innovador para cualquier actividad económica y producen productos simbólicos con una alta dependencia a la propiedad intelectual y tienen enfoque de mercado.

ARTÍCULO 3º. ACTIVIDADES Y PROGRAMAS DE LA ECONOMÍA NARANJA. La Administración Distrital priorizará el desarrollo de actividades económicas y programas en función de la vocación de la ciudad y de las necesidades de los agentes del sector del emprendimiento cultural, las industrias culturales y las industrias creativas comprendidas en la Economía Naranja, en concordancia con los planes de desarrollo y demás normas que regulen la materia”.

ARTÍCULO 4º. AMBITO. Será competencia de la Administración Distrital, más concretamente de la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico y de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, la formulación de la Política Pública de Emprendimiento Cultural, Industrias Culturales e Industrias Creativas comprendidas en la Economía Naranja para la ciudad de Bogotá de manera armónica, gradual y transversal, garantizando espacios de articulación intersectorial y participación ciudadana de conformidad con el Decreto 437 de 2016 y demás normas vigentes en la materia, con un enfoque territorial y poblacional.

ARTÍCULO 5º. PRINCIPIOS DE POLÍTICA “BOGOTÁ NARANJA”. Esta política pública distrital incluirá los siguientes elementos para su formulación y aplicación, que deberá

responder a lo consagrado en el decreto 689 del 2011 o las normas que lo modifiquen o deroguen.”

Además, proponemos que se tengan en cuenta los siguientes principios en la formulación de la misma:

- a) **Investigación:** la formulación de la política pública identificará y caracterizará las necesidades de los agentes pertenecientes al sector, tanto en términos de oferta, como de consumo. El Capítulo Bogotá de la Cuenta Satélite de Cultura sería, entre otras, una herramienta que permite realizar este tipo de análisis.
- b) **Articulación:** Los lineamientos establecidos en el presente Acuerdo se ejecutarán involucrando la totalidad de los sectores gubernamentales que por su competencia y responsabilidad desarrollen los programas y proyectos de esta, al igual que al sector privado, mixto y no gubernamental.
- c) **Integración:** El Gobierno Distrital garantizará la integración local y regional necesaria para que los agentes del emprendimiento cultural, las industrias culturales e industrias creativas, comprendidas en la Economía Naranja, obtengan acceso adecuado a planes, programas y otras iniciativas.
- d) **Universalidad:** Todos los ciudadanos podrán acceder en condiciones de igualdad y de equidad a la información y a los programas y proyectos que la administración adelante para el fomento del emprendimiento cultural, las industrias culturales y las industrias creativas comprendidas en la Economía Naranja.
- e) **Rentabilidad social:** La política promoverá beneficios en la esfera social, cultural y económica que incidan en la generación de empleo y formación de talento humano para el emprendimiento cultural, las industrias culturales y las industrias creativas comprendidas en la Economía Naranja.
- f) **Complementariedad:** La Administración Distrital podrá hacer partícipes a los actores privados y estamentos de la sociedad civil para la formulación de la Política Pública de la Economía Naranja, además de apoyar y complementar las estrategias y acciones que defina la Administración Distrital.
- g) **Prospectiva:** El fomento y promoción de la Economía Naranja debe generar un nuevo paradigma de desarrollo basado en el conocimiento y la tecnología y por consiguiente, la formulación de la Política Pública buscará posicionar a Bogotá como líder regional y nacional en la materia.

TÍTULO SEGUNDO

OBJETIVOS, ESTRATEGIAS Y LINEAS DE ACCIÓN PARA LA FORMULACIÓN DE LA POLÍTICA PÚBLICA DE ECONOMÍA NARANJA

ARTÍCULO 6°. OBJETIVOS ESPECÍFICOS: “Las disposiciones del presente acuerdo tienen los siguientes objetivos específicos para fomentar y promover el emprendimiento

cultural, las industrias culturales y las industrias creativas comprendidas en la Economía Naranja y el consumo de sus bienes y servicios:

- a) Identificar y caracterizar el emprendimiento cultural, las industrias culturales y las industrias creativas comprendidas en la Economía Naranja, a través de instrumentos como: diagnósticos sectoriales, mapeos, mediciones (como la Cuenta Satélite de Cultura) y otros, que reconozcan las actividades que actualmente se desarrollan, su desempeño y aporte.
- b) Posicionar las actividades asociadas a los emprendimientos culturales, las industrias culturales y a las industrias creativas comprendidas en la Economía Naranja como un renglón importante de la economía del Distrito Capital.
- c) Articular los emprendimientos culturales, las industrias culturales y las industrias creativas comprendidas en la Economía Naranja y los sectores que demanden bienes y servicios culturales, creativos y tecnológicos, así como con los proyectos de turismo y competitividad de la ciudad.
- d) Incentivar el desarrollo de los emprendimientos culturales, las industrias culturales y las industrias creativas comprendidas en la Economía Naranja del Distrito Capital.”
- e) Promover la cultura de la creatividad e innovación como eje fundamental en la implementación de políticas públicas para la ciudad y su posicionamiento como referente en el contexto internacional.

ARTÍCULO 7°. ESTRATEGIAS. Las estrategias que deberá contemplar la Administración Distrital para el diseño y Formulación de la Política Pública de la que trata el presente Acuerdo son:

- a) Promocionar y posicionar el emprendimiento cultural, las industrias culturales y las industrias creativas comprendidas en la Economía Naranja en el mercado distrital, local, nacional e internacional.
- b) Incentivar el consumo de bienes y servicios culturales y creativos en el distrito.
- c) Promover el emprendimiento y generar nuevas oportunidades que impulsen el desarrollo social y económico de la ciudad, incentivando alternativas productivas, tecnológicas, culturales y de innovación con miras al mejoramiento de la calidad de vida y progreso de sus ciudadanos.
- d) Diseñar e implementar herramientas y procedimientos para una gestión administrativa oportuna, eficiente, eficaz y pertinente, dinamizadora, creativa e innovadora alrededor del emprendimiento cultural, las industrias culturales y las industrias creativas comprendidas en la Economía Naranja.
- e) Promover la participación ciudadana y la innovación social en la Política Pública de emprendimiento cultural, industrias culturales e industrias creativas comprendidas en la Economía Naranja.

- f) Capacitar y formar el talento humano para potencializar la dimensión humana, intelectual y cultural de los actores del emprendimiento cultural, las industrias culturales y las industrias creativas comprendidas en la Economía Naranja en la ciudad de Bogotá D.C.

ARTICULO 8°. LÍNEAS DE ACCIÓN. La Administración Distrital, dentro de la potestad reglamentaria del presente Acuerdo, deberá establecer las líneas de acción que respondan a las necesidades de consumidores y oferentes encontradas en los diagnósticos del sector, pudiendo entre otras, tener en cuenta las siguientes líneas de acción:

- a) La Administración Distrital diseñará una estrategia de comunicación para la difusión de los programas, proyectos y demás acciones de interés que sean contempladas en la Política Pública de Economía Naranja formulada por la Administración Distrital.
- b) Vincular las actividades de la Economía Naranja como elemento de la Marca Bogotá y de la estrategia de mercadeo de la ciudad.
- c) Fomentar entre los actores de la Economía Naranja, la cultura o mentalidad empresarial, de innovación y de negocios, en articulación y de forma complementaria con el Acuerdo 252 de 2006.
- d) Promover alianzas con el sector privado para la realización de ruedas de negocios, estrategias de Networking, videoconferencias, transmisiones en vivo y demás espacios que permitan el fortalecimiento de redes empresariales de la Economía Naranja en la ciudad de Bogotá.
- e) Garantizar el fomento y promoción de la Economía Naranja en las localidades de la ciudad a través de la identificación de polígonos potenciales y consolidación de los ecosistemas de emprendimiento y mejoramiento de la productividad local.
- f) Garantizar canales de comunicación y socialización que le permita a los interesados aportar conocimientos, experiencias y propuestas en el proceso de Política Pública de Economía Naranja diseñada por la Administración Distrital.
- g) Articular la Política Pública de Economía Naranja con la establecida a nivel nacional, en la ciudad región y con la creación del Fondo Cuenta Distrital de Innovación, Tecnología e Industrias Creativas.
- h) Concertar acciones y espacios de intervención con los diferentes actores que hagan parte de la Industria Naranja.
- i) Promover las Áreas de Desarrollo Naranja –ADN, como plataformas de identificación y potencialización de la vocación de los territorios, para los sectores comprendidos en la Economía Naranja.

ARTICULO 9°. AGENDA DE ACTIVIDADES DE LA ECONOMÍA NARANJA. La Administración Distrital promoverá la articulación institucional e incentivos que vinculen a entidades del sector privado para el establecimiento de una agenda única que incluya todas las actividades, eventos y servicios del sector cultural y creativo en el Distrito Capital, que responda a las dinámicas de acceso a la información de los consumidores.

PARÁGRAFO. - La agenda única a que hace relación el presente artículo, tendrá carácter permanente, actualizado, informativo y se difundirá a nivel masivo mediante el uso de las TICS y a través de las páginas web de las Entidades del Distrito y otros medios.”

ARTÍCULO 10°. La Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte y la Secretaría de Desarrollo Económico de manera coordinada efectuaran labores de seguimiento, evaluación y mejoramiento de la Política Pública en el marco de la Comisión Intersectorial para la Generación de Empleo, Ingresos y Oportunidades Económicas en el Distrito Capital.

ARTÍCULO 11°. INCENTIVOS: El Gobierno Distrital creará incentivos para las personas naturales y jurídicas que ejerzan mecenazgo, patrocinio, auspicio y/o desarrollo de las actividades definidas dentro de los sectores comprendidos en la Economía Naranja.

ARTÍCULO 12°. PROMOCIÓN: Se promoverá un Evento Naranja, por año, y otras plataformas que servirán de punto de encuentro a los diversos sectores comprendidos en la Economía Naranja.

ARTÍCULO 13° EDUCACIÓN PARA LA ECONOMÍA CREATIVA. En desarrollo de la jornada extendida escolar, las secretarías de Educación y de Cultura, Recreación y Deporte, desarrollarán estrategias de identificación y fomento de talentos en los sectores comprendidos en la Economía Naranja.

ARTÍCULO 14°. SEGUIMIENTO E IMPACTO. “La Administración Distrital, en cabeza de la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte y la Secretaría de Desarrollo Económico, co-liderarán el seguimiento, revisión, ajuste y diseño de indicadores de impacto sobre las acciones tendientes a fomentar el emprendimiento cultural, las industrias culturales y las industrias creativas comprendidas en la Economía Naranja en el Distrito Capital.

PARÁGRAFO. - La Administración Distrital dentro de la reglamentación del presente Acuerdo definirá la periodicidad de informe de impacto de que trata el presente artículo.