



CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ

CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR DE INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS EN BOGOTÁ Y CUNDINAMARCA

CUARTO INFORME

PLAN DE TRABAJO DEL SECTOR CULTURA, PUBLICIDAD Y MEDIOS

Centro de Estudios sobre Desarrollo Económico – CEDE

Facultad de Economía

Universidad de los Andes

Bogotá, D.C., Junio de 2010

PRESENTACIÓN

Dada la importancia que el sector cultural ha obtenido en los últimos años tanto en Colombia como a nivel mundial, se ha visto la necesidad de realizar estudios sobre las industrias culturales y creativas con diferentes enfoques de análisis, con el objetivo de obtener herramientas suficientes para su fortalecimiento y alcanzar de esta manera niveles de calidad y posicionamiento a nivel mundial.

El alcance de la consultoría comprende objetivos que van desde la construcción de un diagnóstico de las Industrias Culturales y Creativas, hasta la propuesta de un plan de trabajo que contenga diferentes proyectos y acciones para consolidar el crecimiento del sector.

De tal forma, a lo largo del estudio se ha presentado previamente una descripción cuantitativa y cualitativa de cada uno de los subsectores del sector de industrias culturales y creativas con base en la revisión y análisis de los estudios realizados previamente para el sector y de las consultas de fuentes primarias y secundarias consideradas como relevantes para el estudio. Adicionalmente, se ha definido un DOFA de cada uno de los subsectores que componen las Industrias Culturales y Creativas, así como los limitantes internos a la competitividad de cada uno de ellos, y los mercados destino de exportación.

Con la ayuda de fuentes primarias como encuestas, entrevistas a profundidad y grupos focales, para cada uno de los subsectores de análisis, se realizó la evaluación de la Agenda Interna de Productividad y Competitividad del Sector de Cultura, Publicidad y Medios, en relación con los compromisos, estrategias y proyectos definidos en 2005.

Finalmente, y de acuerdo a lo anterior, este cuarto informe presenta el Plan de trabajo del Sector Cultura, Publicidad y Medios, el cual contiene las acciones y proyectos necesarios para superar los limitantes identificados en los informes anteriores tanto para el fortalecimiento del sector en el país como para lograr su posicionamiento en los principales mercados externos, señalando en cada caso las entidades líderes para su gestión. Es importante resaltar que dicho plan de trabajo surge a partir de la información recogida en los grupos focales, encuestas y entrevistas sostenidas con representantes de los diferentes subsectores de las industrias culturales y creativas.

El equipo de trabajo se conformo de la siguiente manera:

<i>Director del Proyecto</i>	<i>Raúl Castro R.</i>
<i>Investigador</i>	<i>Leonardo García O.</i>
<i>Investigador</i>	<i>Katia Galera G.</i>
<i>Investigador</i>	<i>Juan Felipe Parra.</i>

Caracterización del sector de industrias culturales en Bogotá y Cundinamarca



Asistente de investigación
Asistente de Investigación

Olga Rodríguez.
Liliana Chipategua.

TABLA DE CONTENIDO

1	PROBLEMÁTICAS, ACCIONES Y ACTIVIDADES	6
1.1	Problemáticas del sector de Industrias Culturales y Creativas	6
1.2	Acciones y actividades a implementar	9
1.2.1	Acciones y actividades a nivel macro	10
1.2.2	Acciones que se deben implementar a nivel micro	16
2	PROYECTOS PARA EL SECTOR DE INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS	26
2.1	Proyectos del sector de Industrias Culturales y Creativas	26
2.2	Esquema de ejecución de los proyectos	31

TABLA DE CUADROS

Cuadro 1.1. Resumen de actividades por componente a nivel macro	14
Cuadro 1.2. Resumen acciones y actividades en el sector editorial	17
Cuadro 1.3. Resumen acciones y actividades en el sector artes escénicas	20
Cuadro 1.4. Resumen acciones y actividades en el sector de artes visuales	22
Cuadro 1.5. Resumen acciones y actividades en el sector fonográfico	24
Cuadro 1.6. Resumen acciones y actividades en el sector audiovisual	25
Cuadro 2.1. Resumen de proyectos para el sector de industrias culturales y creativas.....	30

TABLA DE FIGURAS

Figura 2.1. Esquema de ejecución de los proyectos de las Industrias Culturales y Creativas	31
--	----

1 PROBLEMÁTICAS, ACCIONES Y ACTIVIDADES

En respuesta a los limitantes de los diferentes subsectores de las industrias culturales y creativas de Bogotá D.C. y Cundinamarca, se presenta a continuación una propuesta de las acciones y actividades (a nivel macro y micro) que se deberían desarrollar en el sector de las industrias culturales y creativas, con el fin de lograr el fortalecimiento del sector en el mercado nacional y la proyección en el mercado internacional.

Las acciones y proyectos que aquí se describen, se formularon teniendo en cuenta la opinión de los actores del sector, obtenida a través de grupos focales, entrevistas y encuestas realizadas por el CEDE de la Universidad de Los Andes. Así mismo, estas acciones y actividades se presentarán dentro de un marco general y específico, de acuerdo al tipo de necesidades de los subsectores analizados en el presente estudio.

En este contexto, el presente capítulo se encuentra dividido en dos partes: la primera, describirá de manera general las principales problemáticas que enfrenta el sector de industrias culturales y creativas, y la segunda parte presentará las acciones y proyectos necesarios para dar solución a las problemáticas que se enmarcan dentro de un contexto macro o transversal que considera aquellas acciones comunes para todos los subsectores de las industrias culturales y creativas y un contexto micro que considera aquellas acciones y actividades que darán respuesta a los problemas específicas de cada subsector.

1.1 Problemáticas del sector de Industrias Culturales y Creativas

A partir del diagnóstico de los subsectores de las industrias culturales y creativas en Bogotá D.C. y Cundinamarca, el análisis DOFA, los grupos focales y las entrevistas con representantes del sector, se identificaron los principales limitantes que enfrenta el sector de las Industrias Culturales y Creativas para lograr su competitividad, tanto en el mercado interno como externo. Algunos de estos limitantes pueden ser generalizados para el sector de las industrias culturales y creativas, mientras que hay otros que son específicos para cada uno de los subsectores.

Dentro de las limitantes se destacan, entre otros¹, un mercado interno poco desarrollado, falta de integración y articulación del sector (inter e intra sectorial), escasa formación del recurso humano (técnica, universitaria, en emprendimiento, etc.), difícil acceso a las fuentes de financiación, desconocimiento en la normatividad relacionada con los Derechos de Autor (demanda/oferta),

¹ Para más información ver Capítulo 10 del Segundo Informe (Parte 2).

debilidad en la constitución de una red de contactos, exceso de normatividad y altos costos de transacción.

En esta línea, se describe a continuación los principales problemas que enfrenta el sector de las industrias culturales y creativas en Bogotá D.C. y Cundinamarca, enmarcadas dentro de cuatro (4) aspectos de interés: i) Política Pública, ii) Promoción y Fortalecimiento, iii) Capital Humano y iv) Organización e Integración sectorial. La agrupación de estos problemas se definió teniendo en cuenta que constituyen los aspectos de mayor relevancia sobre las cuales se deberían enfocar los esfuerzos del gobierno nacional en conjunto con el sector privado.

i. Política Pública

La problemática asociada a la *política pública* condensa aquellas relacionadas con la ausencia de un marco general definido para las Industrias Culturales y Creativas, en materia de política de apoyo y promoción, financiación y normatividad. Los problemas se enuncian a continuación:

- No existe una política pública como tal para el sector, y en cambio existen diferentes políticas individuales - privadas, de lobby, entre otras, con el fin de obtener rentas estatales y beneficiar a empresas particulares o subsectores con mayor grado de influencia.
- No es clara la estrategia de desarrollo para los subsectores, es decir, si la apuesta debe ser: i) Generación de conocimiento, ii) Creación de contenidos, y/ó iii) Producción de tecnología. Lo anterior, teniendo en cuenta el desarrollo del sector, el tamaño de las empresas, el mercado externo, entre otros.
- Aun no existe una normatividad ajustada a la realidad de cada uno de los sectores de las industrias culturales y creativas. Dicha normatividad deberá tener en cuenta las diferencias existentes al interior de la industria de cada uno de los subsectores y del tamaño de las empresas que lo componen.
- Hay gran dificultad en el acceso al financiamiento con la banca comercial. Entre los limitantes se encuentran que los créditos para este sector se clasifican de alto riesgo, por tanto, los recursos de inversión son escasos y los retornos de inversión son bajos.
- Dentro del sector se perciben altos costos de transacción (especialmente en los trámites de constitución de nueva empresa y en los trámites requeridos para exportar los bienes y servicios culturales). Lo anterior, es un obstáculo a la formalización de las empresas del sector.

ii. Promoción y Fortalecimiento

En el tema de *promoción y fortalecimiento*, ligado al desarrollo de una política pública ajustada a las necesidades de desarrollo del sector, se pone de manifiesto la ausencia de mecanismos que coadyuven a esta labor, tanto a nivel nacional como internacional. Es necesario tener en cuenta que el desarrollo de mecanismos no puede ser generalizado para todos los subsectores, de

acuerdo a las particularidades y las necesidades características de cada uno. En este sentido, los problemas identificados son:

- Existen mecanismos discriminatorios de incentivos sectoriales; mientras que el cine cuenta con un fondo para el fomento de la actividad (Fondo para el Desarrollo Cinematográfico - FDC), y el editorial cuenta con una Ley del Libro que contiene estímulos tributarios, los demás subsectores carecen de este tipo de elementos de promoción, que contribuyan a superar sus debilidades y potencializar sus fortalezas.
- No existe una política clara de promoción de los bienes y servicios desarrollados por las industrias culturales y creativas en el mercado internacional, lo cual da como resultado la poca visibilidad del país en el exterior.
- Las industrias culturales y creativas no cuenta con un fondo para la promoción y fortalecimiento de las industrias del sector. La experiencia del FDC ha sido exitosa en el tema de la promoción y fortalecimiento del sector cinematográfico, sin embargo, no se han replicado estos esfuerzos para el resto de las industrias del sector.

iii. Capital Humano

En el tema de *capital humano* se percibe por parte de las industrias del sector cultural un desconocimiento de cómo hacer empresa y del lado de la demanda un desconocimiento y desinterés de las diferentes manifestaciones del arte. Estas dos problemáticas limitan el desarrollo y crecimiento del sector (oferta) y el desarrollo del mercado interno por el arte (demanda), por lo anterior, es necesario capacitar y educar en ambos sentidos. A continuación, se describen los problemas asociados a este aspecto:

- Hay una baja capacidad en cómo hacer empresa en el sector. La formación de los artistas hacia su profesión no está vinculada con el emprendimiento empresarial, y, por el otro lado, las profesiones tradicionales en el área de administración de empresas y finanzas no están enfocadas a las industrias culturales y creativas.

Aunque existe un interés generalizado en la autogestión de las empresas culturales, hay un alto desconocimiento aún de cómo hacer empresa, cómo elaborar un plan de negocio, cómo direccionar la empresa hacia el éxito financiero, etc. Lo anterior evidencia una problemática de falta de formación empresarial en los artistas.

- Ausencia de programas de educación enfocados a la educación artística y cultural, tanto en el nivel de educación básico como profesional. Baja profesionalización en algunos subsectores y en algunos oficios.

- El conocimiento sobre las diferentes manifestaciones del arte, su historia, desarrollo, exponentes, avances, bienes y servicios ofrecidos por el sector cultural, entre otros, es bajo. Adicionalmente, en la actualidad no se están desarrollando acciones para crear una demanda cultural, que dé solución al problema estructural de la baja demanda por arte en el país.
- Existe aún desconocimiento por la protección y respeto a los derechos de autor. Los creadores y autores no tienen el conocimiento suficiente de la normatividad que rige al respecto.

iv. Organización e Integración sectorial

Otra de las principales problemáticas del sector está asociada a la desorganización, tanto inter como intra sectorial, y a la desarticulación de las instituciones públicas y privadas que desarrollan acciones de control, promoción, formalización y organización alrededor del sector. Esta problemática limita el desarrollo del sector, dado que no hay acuerdo para desarrollar objetivos en común. A continuación, se presentan los problemas que al respecto se identificaron:

- Se evidencia una desarticulación de las Instituciones del Gobierno para ejecutar una política integral en el desarrollo de las industrias culturales y creativas. Los esfuerzos individuales de las entidades son insuficientes y limitados para el cumplimiento de los objetivos del sector cultural en materia de fortalecimiento, competitividad y productividad. Adicionalmente, la diversidad de entidades realizando acciones dispersas en pro de un mismo objetivo, no maximiza resultados como sí ocurriría si se realizaran de forma conjunta.
- No existe un modelo de gestión institucional para la promoción de artistas a nivel internacional. Si bien se cuenta con la infraestructura y los recursos suficientes para dicha promoción (embajadas, consulados) no se están diseñando circuitos internacionales para este fin.
- Los sectores que componen las Industrias Culturales y Creativas se caracterizan por la alta informalidad.

Las problemáticas antes mencionadas constituyen la base para la construcción de las líneas de acción y actividades para cada sector de las industrias culturales y creativas, con el fin de dar solución a los limitantes y disminuir los efectos adversos que estos puedan ocasionar sobre el desempeño del sector.

1.2 Acciones y actividades a implementar

Desde la perspectiva local, las industrias culturales y creativas pertenecen a un sector emergente en la economía nacional, donde los limitantes actuales a los que se enfrenta esta industria son consecuencia de la forma de su desarrollo y de lo prematuro del sector dentro del marco institucional y de política pública del gobierno. En respuesta a lo anterior, el sector requiere organización, fortalecimiento, sostenibilidad y proyección, entre otros, con el fin lograr mayor

competitividad en el contexto nacional e internacional. Lo anterior se puede lograr a partir de la ejecución de acciones encaminadas a superar dichas limitantes.

En este contexto, la presente sección realiza una propuesta de las principales acciones y actividades que se deben desarrollar a nivel macro y micro en cada uno de los subsectores, y las entidades que deberían estar vinculadas a estos procesos.

A nivel macro se relacionan las acciones que responden a problemáticas generalizadas para todos los sectores de las industrias culturales y creativas, las cuales deberían realizarse de forma conjunta con el fin de conseguir los mejores resultados con los menores esfuerzos institucionales y haciendo uso eficiente de los recursos públicos y privados.

A nivel micro ó específico se relacionan las acciones que dan solución a problemáticas particulares de los subsectores. Dado que existe un desarrollo desequilibrado entre estos subsectores, es necesario dar atención a las necesidades prioritarias de cada industria.

1.2.1 Acciones y actividades a nivel macro

Como se mencionó anteriormente, el sector de las industrias culturales y creativas presentan una serie de problemáticas que limitan su desarrollo en el mercado nacional y su proyección en el mercado internacional. A estas limitantes se les debe definir unas estrategias y acciones enfocadas a su solución, con el fin de tener en el mediano plazo un sector cultural sólido, capaz de insertarse en el mercado internacional bajo altos estándares de competitividad. Estas acciones de tipo macro, también pueden ser consideradas de corte transversal, dado que involucra a todos los sectores.

A continuación se presentan las principales acciones que a nivel macro deberán desarrollarse. Estas acciones están enmarcadas dentro de cuatro (4) componentes de importancia, los cuales están directamente relacionados con los aspectos de interés descritos en el numeral 1.1: i) Política Pública, ii) Promoción y Fortalecimiento, iii) Capital Humano y iv) Organización e Integración sectorial. En el cuadro 1.1 se presentará un resumen de las actividades que deberían realizarse por cada uno de los componentes antes definidos:

i) Componente 1: Política Pública

Este componente esta direccionado hacia la formulación de una política pública específica para el sector de las industrias culturales y creativas, la cual debe contener, entre otros, los temas de promoción y fomento, financiación, normatividad.

- a. Definir cuál es la estrategia de desarrollo del sector (creación de contenidos, generación de contenidos ó producción de tecnología).
- b. Establecer dentro de la política pública del sector la promoción y fomento a la competitividad de las industrias culturales y creativas, que articulen las instituciones gubernamentales que influyen en el sector, y que además vincule los actores privados que participan en cada campo. Tales acciones deben darle prioridad a las necesidades establecidas por los agentes del sector, es decir, una política pública que sea construida por ellos mismos y que rinda cuentas acerca del agenciamiento realizado para resolver las problemáticas identificadas y priorizadas.
- c. Establecer dentro de la política pública el diseño de acciones para reducir la informalidad laboral y construir una estrategia de articulación de los agentes del sector. Esto es necesario dada la debilidad pronunciada en términos de desarrollo del sector y aprovechamiento del mercado interno. Asimismo, es necesario un mayor posicionamiento empresarial, el cual es en la actualidad muy pobre e impide que las industrias culturales y creativas colombianas sean vistas como un jugador importante dentro de los mercados internacionales.
- d. Establecer, en la política pública, orientaciones claras hacia la provisión de bienes públicos asociados al sector y al fomento de la innovación tecnológica en el sector privado.
- e. Establecer, en la política pública, estrategias tendientes a la generación de circuitos internacionales por medio de embajadas y consulados. En este sentido, se debe modificar la normatividad en cuanto al uso de los recursos destinados a la promoción artística para aprovechar de mejor manera los vínculos diplomáticos y generar vínculos artísticos a nivel internacional.
- f. Debido a que los diferentes sectores de las industrias culturales y creativas no son homogéneos entre sí (algunos sectores son más desarrollados que otros), ni dentro de los subsectores (existe pequeña, mediana y gran industria), se debe definir la política pública considerando dichas diferencias. Es decir, la política pública y sus mecanismos de control, promoción, apoyo, entre otros, deben definirse teniendo en consideración las características de los subsectores al interior de éstos, para garantizar el buen desarrollo de los objetivos propuestos y no generar efectos perversos.
- g. Simplificar los trámites de constitución y operación de las empresas del sector.
- h. Simplificar los regímenes tributarios a los que está sometido el sector.

- i. Elaborar una normatividad ajustada a la realidad de los diversos tamaños de la industria (gran industria, mediana y pequeña) y no sólo ajustada a la capacidad de las grandes empresas creadoras de bienes y servicios culturales. Es importante implementar un marco regulatorio apropiado para aumentar la eficiencia del sector productivo.
- j. Generar y promover líneas de crédito que tengan como objetivo mejorar la calidad de la inversión y operación del sector. Estas líneas de crédito deben considerar tasas de interés, plazos, garantías y demás condiciones preferenciales, con el fin de garantizar el acceso a crédito a los empresarios de las industrias culturales y creativas para infraestructura, reconversión tecnológica, etc.
- k. Promover las acciones de responsabilidad social empresarial como una opción para financiar el sector; favoreciendo tributariamente a las empresas por fuera del sector cultural y creativo que financien programas y proyectos culturales; y permitiendo así que las empresas del sector cultural cuenten con recursos de manera más económica con lo cual puedan desarrollar sus objetivos particulares.

ii) Componente 2: Promoción y Fortalecimiento

Este componente está enfocado en recalcar la importancia de la creación de un fondo de promoción y los incentivos requeridos para impulsar el sector de las industrias culturales y creativas, dado que en la actualidad este aspecto no se ha desarrollado.

- a. Promover la constitución de un fondo de promoción para las industrias creativas, con el fin dar apoyo financiero, técnico, legal, etc., a las industrias pertenecientes a este sector.
- b. Crear mecanismos de incentivos sectoriales para los sectores que aún no lo poseen, de acuerdo a las necesidades de cada uno de ellos.

iii) Componente 3: Capital Humano

Este componente está enfocado en fortalecer la formalización de la educación artística y la educación en el arte, así como avanzar en el tema de emprendimiento. Mejorar el capital humano artístico y crear una demanda por el arte.

- a. Fortalecer las capacitaciones en emprendimiento empresarial a los artistas del sector cultural. (labores adelantadas por la CCB a pequeños y medianos empresarios, con énfasis en los informales).

- b. Desarrollar programas curriculares en educación técnica y superior, que garantice la atención de las demanda de capital humano del sector cultural educación artística, tecnología, idiomas, etc.).
- c. Incluir dentro del pensum académico de las profesiones tradicionales (economía, derecho, administración de empresas, etc.) a nivel electivo un enfoque hacia las industrias culturales y creativas.
- d. Desarrollar programas de capacitación en idioma extranjero, con énfasis técnico, para las personas que están vinculadas al sector de las industrias culturales y creativas.
- e. Generar una propuesta de cambio en el plan de educación, para enseñar a pensar el arte y la cultura desde los niveles básicos de educación. Educar a nivel de arte y cultura, no como asignaturas donde se enseña a realizar manualidades, pero sin ningún conocimiento adicional. Esta acción promovería la creación de público desde edad temprana y generar conocimiento de la diversidad cultural local, adicional al pensamiento crítico con lo cual se pueda valorar la cultura.
- f. Realizar campañas de educación en el derecho de autor, tanto para creadores, autores y productores como para consumidores, así como un acompañamiento constante para mejorar la representatividad al respecto.

iv) Componente 4: Organización e Integración del sector

Este componente está enfocado a consolidar los esfuerzos institucionales que en la actualidad se están desarrollando alrededor de las industrias culturales y creativas en una agenda unificada, a partir del diagnostico global del sector. Aunque el presente estudio realiza un análisis del estado actual y de las potencialidades del sector (principalmente desde la visión del privado), es necesario realizar un análisis similar para el ámbito institucional (acciones desarrolladas, mecanismos de control, mecanismos de promoción y apoyo, normatividad, objetivos, entre otros), y poder, a partir de estos, unificar acciones y potencializar los esfuerzos público-privados.

- a. Promover la institucionalización de los sectores; mejorar la asociatividad y gestión al interior de cada uno de los subsectores (integrar la cadena de valor) y definir estrategias claras de acercamiento a los demás sectores económicos que componen las industrias culturales y creativas. En este sentido, es posible realizar una campaña liderada por los Ministerios de Cultura, y Comercio, que sea seria, sostenida y de largo plazo, y que se plantee una estructura sólida que agrupe todos los esfuerzos aislados que existen actualmente en torno a la existencia de metas comunes al interior de cada uno de los sectores de las industrias culturales y creativas.

- b. Promover el conocimiento de los diferentes actores de la cadena de valor de las industrias culturales y creativas y su articulación con la industria a la que pertenecen. La problemática de la desorganización y vulneración del sector se debe principalmente al desconocimiento de la cadena de valor de las industrias culturales y creativas y al énfasis/apoyo a unos pocos agentes. Lo anterior no genera confianza en el sector ni la articulación de las acciones enfocadas hacia el desarrollo de éste.
- c. Fortalecer la generación de fuentes de información estadística del sector. En la actualidad, el sector no cuenta con una base de información consolidada, que permita realizar análisis subsectoriales a profundidad. Los datos se encuentran para una serie de tiempo muy corta y de forma agregada. Debido a lo anterior, se requiere una revisión del formato de encuesta que se aplica en la actualidad para el sector de cultura, con el fin de incluir dentro del cuestionario preguntas de mayor profundidad, que permitan conocer en mayor medida el comportamiento del sector y de los subsectores, tanto a nivel nacional como local.
- d. Unificar las diferentes visiones del sector público y privado y repensar las relaciones Estado-mercado-sociedad civil. Por medio de mesas de trabajo, definir los objetivos a corto, mediano y largo plazo, en torno a las acciones e iniciativas que se deban promover conjuntamente (tanto desde el sector público como del sector privado), para identificar y aprovechar las ventajas comparativas (generación de contenidos o maquila) y así dirigir la totalidad de esfuerzos hacia el cumplimiento de dichas metas y lograr el crecimiento sostenido del sector.

Definidas las acciones por los cuatro (4) componentes para dar solución a las problemáticas generales del sector cultural, se presenta a continuación las actividades que deberían ser desarrolladas para su cumplimiento y las entidades responsables de su ejecución. Estas actividades se presentan para cada uno de los componentes definidos anteriormente.

Cuadro 1.1. Resumen de actividades por componente a nivel macro

	Actividades	Entidades Participantes
Política Pública	<ul style="list-style-type: none"> - Definir cuál es la estrategia de desarrollo del sector (creación de contenidos, generación de contenidos ó producción de tecnología). - Concertar los objetivos de corto, mediano y largo plazo del sector de las industrias culturales y creativas y consolidar en un documento una propuesta de política pública. - Simplificar tramites de constitución y operación - Elaborar una normatividad ajustada a la realidad de los tamaños de la industria (pequeña, mediana y grande) - Simplificar los regímenes tributarios - Sensibilización a la banca comercial en la participación de líneas de crédito para el sector cultural - Generar y promover líneas de crédito que tengan como objetivo mejorar la calidad de la inversión y operación del sector. - Generación de circuitos internacionales por medio de embajadas y consulados. 	<p>Ministerios, DNP, CCB, sector privado, agremiaciones del sector, CRS</p> <p>Ministerio de Cultura, agremiaciones del sector, sector privado, CCB, Poder legislativo</p> <p>Ministerio de Cultura, Banca Comercial, sector privado y agremiaciones del sector</p> <p>Ministerio de Cultura, Ministerio de Comercio, agremiaciones, sector privado, CCB, consulados</p>

	Actividades	Entidades Participantes
Promoción y fortalecimiento	<ul style="list-style-type: none"> - Propuesta de formación, constitución, operación de un Fondo de Promoción para los subsectores de las industrias culturales y creativas. - Revisar los incentivos y/o estímulos actuales a los subsectores de las industrias culturales y creativas. - Diseñar mecanismos de estímulos que ayuden a las empresas del sector cultural a potencializarse y obtener diferentes fuentes de financiación de los proyectos productivos. 	<p>Ministerio de Cultura, Ministerio de TIC, Bancoldex, CCB, sector privado y agremiaciones del sector</p> <p>Ministerio de Cultura, Ministerio de TIC, Ministerio de Hacienda, sector privado</p>
Capital Humano	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar una propuesta de modificación en el plan de estudio de educación primaria y secundaria, en el cual se incluya la enseñanza y vivencia de las diferentes formas de del arte - Vincular las industrias culturales y creativas con el sector de educación, mediante el acceso a eventos, charlas formativas, etc. - Desarrollar y potencializar del periodismo cultural en medios de comunicación de gran difusión (enfocado hacia la promoción de la información del sector) - Sensibilizar a las universidades de la necesidad de incluir asignaturas referentes al sector cultural como una área acción profesional, en los programas de formación tradicionales - Sensibilizar a las universidades de la ausencia de programas de formación técnica y profesional enfocados a atender las necesidades exclusivas del sector cultural - Proponer un plan de estudio en idioma extranjero técnico para personas vinculadas al sector de industrias culturales y creativas. - Sensibilizar a los integrantes del sector cultural en emprendimiento - Sensibilizar a creadores, autores y productores del conocimiento en la protección Derechos de Autor - Sensibilizar a los consumidores en respetar Derechos de Autor. 	<p>Ministerio de Cultura, Ministerio de Educación, sector privado</p> <p>Medios de comunicación Ministerio de Cultura, Ministerio de Comunicaciones, sector privado</p> <p>Ministerio de Cultura, Secretarías de cultura, Min Relaciones Exteriores, Ministerio de Educación, Universidades, Sena, CCB</p> <p>Ministerio de Cultura, DNDA, Convenio Antipiratería, Poder Legislativo, sector privado</p>
Organización e Integración del sector	<ul style="list-style-type: none"> - Unificar las diferentes acciones que se vienen realizados por entidades públicas y privadas - Implementación y ejecución de resultados concretos delineados en mesas de trabajo. - Sensibilizar al sector privado de la importancia y necesidad de estar registrado ante la Cámara de Comercio - Orientar a las empresas del sector cultural en el desarrollo de planes de negocio, que guíe a las empresas en el éxito de sus negocios - Sensibilizar y gestionar la creación de una agremiación (para cada uno de los subsectores que no cuentan con esta). - Sensibilizar a las agremiaciones ya constituidas, y al sector al que pertenecen, de la necesidad de fortalecerse y de trabajar bajo objetivos comunes - Promover el conocimiento de los diferentes actores de la cadena de valor de las industrias culturales y creativas y su articulación con la industria a la que pertenecen - Fortalecer las diferentes fuentes de información estadísticas del sector. 	<p>Ministerios y demás instituciones públicas y privadas que desarrollen acciones en pro de las industrias culturales y creativas</p> <p>Ministerio de Cultura, Ministerio de TIC, CCB, sector privado y agremiaciones del sector</p> <p>DANE, Ministerio de Cultura, CCB, sector privado</p>

Fuente: Elaboración propia, a partir de los grupos focales, encuestas y entrevistas realizadas por el CEDE de la Universidad de Los Andes (2010)

1.2.2 Acciones que se deben implementar a nivel micro

Si bien existe una problemática general para las industrias culturales y creativas, también se presentan diversos aspectos que exigen la ejecución de acciones y proyectos que den solución a los conflictos presentes al interior de cada uno de los subsectores que componen las industrias culturales y creativas. A continuación, se exponen las principales acciones y actividades que deben llevarse a cabo para resolver dichos aspectos, para cada uno de los cinco (5) subsectores de las industrias culturales y creativas.

1.2.2.1 Sector Editorial

El sector editorial es uno de los subsectores de las industrias culturales y creativas con mayor conocimiento del mercado internacional, sin embargo, el desarrollo del esquema de distribución en el mercado interno es muy bajo. En este sentido, los mayores esfuerzos deben concentrarse hacia el fortalecimiento de la demanda nacional del libro, el fortalecimiento de la Red Nacional de Bibliotecas Públicas y la protección de los Derechos de Autor.

A continuación se presentan las principales acciones y actividades específicas que se deberían desarrollar en este sector:

Acción 1: Fortalecimiento del canal de librerías, el canal natural por el cual llega el libro al lector

- a. Para fortalecer el canal de librerías se requiere incrementar en número las librerías de acceso a la población. Para tener mayores resultados es necesario hacer un estudio de mercado en el cual se determine los puntos idóneos de ubicación, el tipo de libros demandados, los precios, entre otras.
- b. Se deberían desarrollar otros tipos de servicios adicionales (conexos) a las librerías, tales como: conferencias, presentación de otras formas de arte, punto de encuentro, etc.
- c. Fortalecer la Red Nacional de Bibliotecas.

Acción 2: Diseño y desarrollo de talleres y seminarios dirigidos a los libreros.

- a. Capacitar a los libreros respecto a la nueva forma de manejar el negocio de la librería, dado que es necesario cambiar la idea que la librería es tan solo un sitio *de venta de libros*. Se le debería capacitar en prácticas internacionales, precios, y servicio al cliente, emprendimiento cultural, articulación del sector y fortalecimiento de las agremiaciones constituidas, generación de nuevas oportunidades de negocio, etc.

Acción 3: Elaboración de medidas que mejoren el control sobre el fotocopiado para proteger los Derechos de Autor e incentivar la demanda por libros.

- a. Sensibilizar en el conocimiento de la normatividad de los derechos de autor.
- b. Sensibilizar a las empresas del sector sobre la necesidad de conocer la legislación en Derechos de Autor.
- c. Una forma de detener el fotocopiado y proteger los Derechos de Autor, es estudiar un proyecto para la implementar un Fondo donde se destinen los recursos que se recauden de los centros de fotocopiado, como un porcentaje del valor total. Estos recursos irían destinados a proteger Derechos de Autor y tendrían como objetivo incrementar la demanda por libros.

Acción 4: Creación de una la Política Nacional de Bibliotecas.

- a. Crear la Política Nacional de Bibliotecas Pública que tenga como objetivo principal desarrollar una función educativa y cultural, llevada a cabo mediante el establecimiento, sostenimiento y organización de la Red Nacional de Bibliotecas Públicas. Dentro de ésta, se debe garantizar una partida, dentro de los presupuestos municipales, para las bibliotecas municipales con el fin de estimular la demanda de libros a nivel local.
- b. Fortalecer la Red Nacional de Bibliotecas Públicas, mediante el aseguramiento de partidas presupuestales para garantizar su sostenimiento.

Acción 5: Generación de demanda.

- a. Sensibilizar a los consumidores en la compra de libros vs. fotocopiado. El problema de la baja demanda de libros no es tanto un problema de precios, sino un problema cultural.
- b. Incentivar la lectura de libros, desde los primeros niveles educativos.
- c. Realizar campañas de sensibilización de lectura de libros.

Una vez descritas las principales acciones y actividades para este sector, se presenta en el cuadro 1.2 un resumen de estas y las entidades participantes.

Cuadro 1.2. Resumen acciones y actividades en el sector editorial

Acción	Actividades	Entidades Participantes
Fortalecimiento del canal de librerías	<ul style="list-style-type: none">- Fortalecer e incrementar los puntos de distribución (librerías) en puntos estratégicos.- Diseñar e implementar servicios adicionales (conexos) a las librerías.- Fortalecer la Red Nacional de Bibliotecas.	Sector privado, Ministerio de Cultura, Red Nacional de Bibliotecas Públicas, CCB

Acción	Actividades	Entidades Participantes
Diseño y desarrollo de capacitaciones a librerías	- Los temas de capacitaciones serían: Unificación del precio de libros internacionales, articulación del sector, prácticas internacionales (cómo participar en ferias internacionales, como comprador y vendedor), en servicio al cliente y en generación e implementación de servicios adicionales en las librerías, generación de nuevas oportunidades de negocios, y en emprendimiento cultural.	CCB, sector privado, Ministerio de Cultura, Sena, Proexport, Cámara Colombiana del Libro
Medidas para detener el fotocopiado y protección de Derechos de Autor	- Sensibilizar al sector sobre el conocimiento de la legislación en Derechos de Autor. - Sensibilizar a colegios y universidades de no incentivar las fotocopias. - Proyecto de ley para crear un Fondo con los recursos provenientes de las fotocopias para la protección de los Derechos de Autor.	Universidades, colegios, Empresas dedicadas al fotocopiado, CCB, Centro Colombiano de Derechos Reprográficos - CDR
Creación de una Política Nacional de Bibliotecas Públicas	- Diseñar una propuesta del texto de la Política Nacional de Bibliotecas Públicas - Definir partidas presupuestales para garantizar el sostenimiento de la Red Nacional de Bibliotecas Públicas	Ministerio de Cultura - Gobiernos municipales - Red Nacional de Bibliotecas Públicas -
Generación de demanda	- Sensibilizar a los consumidores en la compra de libros vs. fotocopiado - Incentivar la lectura de libros, desde los primeros niveles educativos - Realizar campañas de sensibilización por la lectura	Ministerio de Cultura, Cámara Colombiana del Libro, colegios, sector privado

Fuente: Elaboración propia, a partir de los grupos focales, encuestas y entrevistas realizadas por el CEDE de La Universidad de Los Andes (2010)

1.2.2.2 Sector Artes Escénicas

El subsector de Artes Escénicas (junto a Artes Visuales y Música) es uno de los sectores con mayor dispersión y desorganización, por lo tanto, la atención a la problemática puntual se debe basar en orientar al sector hacia la agremiación y organización en diferentes áreas (representación gremial, diseño de programas de promoción, protección y difusión, apoyo financiero, entre otras).

En este sentido, a continuación se presentan las principales acciones y actividades puntuales que se deberían llevar a cabo en este subsector:

Acción 1: Creación de una entidad de promoción, protección y difusión de las Artes.

- a. Creación de una entidad de carácter nacional, que se encargue de articular y desarrollar la promoción, protección y difusión de las artes escénicas en el mercado nacional y su proyección en el exterior.

La entidad idónea para desarrollar estos aspectos, entre otros, debería ser el *Instituto Nacional de Artes*, como máxima entidad coordinadora y ejecutora de los programas direccionados hacia el fortalecimiento, promoción y difusión de la artes, en coordinación de las demás entidades de sector que están direccionadas hacia los mismos objetivos. Dado que en este momento no está creado el *Instituto Nacional de Artes*, el principal proyecto es el desarrollo de la normatividad que dé paso a la creación del Instituto y de aquella que lo reglamente (objetivos, conformación, recursos, etc.).

Acción 2: Creación de una agremiación para el sector de las Artes Escénicas.

- a. Sensibilización a l sector de la necesidad de una organización que las agremie.
- b. Conformación de un gremio que represente los intereses del sector de artes escénicas.

El principal proyecto de esta acción es la creación de un gremio para el subsector, el cual represente los intereses de las empresas que conformen la industria de las Artes Escénicas. Con este gremio, se puede: organizar el sector, incentivar a la formalización del sector, agrupar esfuerzos hacia un mismo objetivo, generar poder de negociación frente al gobierno, organizar eventos para impulsar el sector tanto a nivel nacional como internacional, entre otros.

Acción 3: Revisión de la normatividad del Plan Maestro de Equipamientos Culturales –PLAMEC-².

- a. Revisar la normatividad referente al Plan Maestro de Equipamientos Culturales.
- b. Elaborar una normatividad ajustada a la realidad de pequeño y mediano formato y no a la realidad del espectáculo de gran formato. Programar reuniones con el director de la DPAAE para definir plazos para que los teatros se pongan al día con la reglamentación de prevención y atención de desastres.

El PLAMEC debe ser ajustado a los formatos de pequeño y mediano formato. Lo anterior, debería realizarse a través de la conciliación y definición de plazos y requisitos que se ajusten para cada uno de los formatos de forma concertada.

² El PLAMEC se adopta por medio del Decreto 465 de 2006, donde se establece el objetivo general del mismo como “generar los criterios culturales de ordenamiento territorial, desarrollar acciones tendientes a identificar, conservar, mantener y crear las características del paisaje cultural urbano y propender por una infraestructura equilibrada en el territorio, articulada, cualificada, y sostenible social y económicamente, para atender la oferta y la demanda cultural de los pueblos y sectores de la ciudad y la región”, y se definen las tres (3) políticas generales del Plan Maestro, las cuales son: i) política de paisajes culturales, ii) política de territorios para la cultura, y iii) política de gestión participativa.

Acción 4: Creación/asignación de responsabilidades de una entidad que administre los recursos del Fondo Parafiscal para la Ley del espectáculo Público.

- a. Crear/asignar la responsabilidad a una entidad que administre los recursos del fondo parafiscal de la ley del espectáculo público y que los dirija hacia la profesionalización e inversión en publicidad, y otros aspectos que desde con estos recursos se puedan apoyar³.

Acción 5: Incentivar y fortalecer la producción de investigaciones y publicaciones en Artes.

- a. Fomentar y promocionar la investigación en las artes escénicas (nacional) y la publicación de las mismas.

A continuación se presenta el cuadro 1.3, el cual contiene un resumen de las acciones, actividades y entidades necesarias en la resolución de los limitantes específicos del subsector de artes escénicas.

Cuadro 1.3. Resumen acciones y actividades en el sector artes escénicas

Acción	Actividades	Entidades Participantes
Creación de una entidad de promoción, protección y difusión de las Artes	- Elaborar un proyecto de ley para la creación del Instituto Nacional de las Artes	Ministerio de Cultura, DNP, sector privado
Creación de una agremiación para el sector de las Artes Escénicas	- Sensibilización al sector de artes escénicas de la creación de un organización de carácter privado que las agremie	Sector privado, CCB
Revisión de la normatividad del Plan Maestro de Equipamientos Culturales	- Revisar las condiciones, plazos y requerimientos establecidos en el PLAMEC, para las industrias del subsector de las artes escénicas	Director del PLAMEC, Ministerio de Cultura, Representantes del sector
Creación/asignación de responsabilidades de una entidad que administre los recursos del Fondo Parafiscal para la Ley del Espectáculo Público	- Aprobación de la ley del Espectáculo Público - Creación de un Fondo Parafiscal para que administre los recursos del fondo de las Artes Escénicas	Poder Legislativo, Ministerio de Cultura, DNP
Incentivar y fortalecer la producción de investigaciones y publicaciones en el área de las artes escénicas	- Asignar recursos para el fomento y la promoción de la investigación en las artes escénicas y la publicación de producciones en la materia	Ministerio de Cultura, universidades, DNP, Fondo(s) para el fomento a la investigación

Fuente: Elaboración propia, a partir de los grupos focales, encuestas y entrevistas realizadas por el CEDE de La Universidad de Los Andes (2010).

³ Para esto, sobresalen dos aspectos: 1) La aprobación de la Ley del Espectáculo Público, donde se dicta la creación del Fondo Parafiscal de las Artes Escénicas, y 2) la reglamentación del Fondo. Este fondo debería enfocarse hacia el fortalecimiento del sector, reinvertiendo sus recursos en proyectos productivos del mismo.

1.2.2.3 Sector Artes Visuales

El sector de las Artes visuales, como se mencionó anteriormente, presenta un problema de articulación y agremiación. Adicionalmente, el desarrollo de este sector, durante muchos años, fue enfocado hacia los estratos altos, por lo que su difusión y conocimiento era limitado a ciertos grupos sociales. Lo anterior, ha presentado una nueva tendencia del arte hacia lo social, con el fin de capturar nuevo público y ser más incluyente dentro de la sociedad. Así, la falta de público es uno de las principales problemáticas que debe superar este sector.

En este sentido, se presentan a continuación las principales acciones y actividades que el sector de las artes visuales debería desarrollar, en la búsqueda del fortalecimiento dentro del mercado nacional.

Acción 1: Diseño de estrategias internas en la formación de públicos.

- a. Falta una estrategia de cómo llegar a los diferentes tipos de público, y una estrategia en la programación de actividades artísticas (para que no haya saturación en la oferta). Las acciones deberán ser diseñadas dependiendo del tipo de público al cual se quiere llegar.
- b. Activar, fomentar y/o fomentar la creación, la autoexpresión, y la creatividad a través de las artes visuales.
- c. Fortalecer acciones encaminadas a volver más accesible el arte en las esferas sociales.

Acción 2: Diseño de programas de capacitación en emprendimiento cultural a los artistas.

- a. Una de las debilidades de los artistas, es que existe un desconocimiento generalizado de cómo valorar sus obras, por lo anterior, es importante desarrollar cursos de capacitación en emprendimiento cultural, desarrollo y ejecución de planes de negocio, entre otros. Estos talleres, seminarios y cursos enfocados a la administración del arte, podrían cambiar la mentalidad del artista en términos de la gestión del negocio.

Acción 3: Desarrollo de circuitos de información y desarrollo de una agenda de actividades del sector.

- a. Este es un sector que requiere del establecimiento de contactos y del conocimiento de lo que se está desarrollando en el medio, sin embargo, en la actualidad no está funcionando esta red, en la cual se difunda la información referente al sector, tanto para el interés hacia el interior de éste como para el público en general. Por lo anterior, es necesario poner en funcionamiento circuitos de información y desarrollar una agenda de las actividades del sector.

Acción 4: Apoyo a proyectos artísticos alternativos.

- a. Teniendo en cuenta la tendencia actual del arte hacia lo social, se están creando proyectos alternativos de arte que promueven el acceso a las diferentes expresiones artísticas, la educación de la demanda, el desarrollo del conocimiento artístico, entre otros. En este sentido, es importante que el gobierno apoye y promueva este tipo de iniciativas colectivas, dado que su función va más allá de la formación de públicos e inclusive puede trascender a cambios sociales de gran interés.

Este tipo de apoyos puede enfocarse hacia lo financiero y la gestión, para que este tipo de propuestas sean más visibles para el público de interés, potencialicen sus esfuerzos, sean difundidas y sean sostenibles en el tiempo.

Una vez descritas las acciones y actividades para el sector de las artes visuales, se presenta un resumen de estas en el cuadro 1.4 y las entidades que deberían participar.

Cuadro 1.4. Resumen acciones y actividades en el sector de artes visuales

Acción	Actividades	Entidades Participantes
Formación de públicos	<ul style="list-style-type: none"> - Activar, motivar y/o fomentar la creación, la autoexpresión y la creatividad a través de las artes visuales - Fortalecer acciones encaminadas a volver más accesible el arte en las esferas sociales 	Sector privado, Asociaciones del sector, CCB, colegios, universidades, representantes de museos, galerías y fotografía
Capacitación en emprendimiento cultural a los artistas	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar e implementar programas dirigidos a los artistas visuales en: Emprendimiento cultural, desarrollo de planes de negocio, y valoración monetaria de los trabajos desarrollados, etc. 	Sena, Ministerio de Cultura, CCB, Asociaciones del subsector, sector privado, universidades
Desarrollo de circuitos de información y de una agenda de actividades del sector	<ul style="list-style-type: none"> - Crear, fortalecer e implementar circuitos de información referente a: artistas, trabajos desarrollados, intereses artísticos, etc. - Generar una agenda cultural del sector 	Sector privado, CCB, Asociaciones del subsector, sector privado
Apoyo a proyectos artísticos alternativos	<ul style="list-style-type: none"> - Apoyo financiero y de gestión a propuestas de tipo alternativo 	Ministerio de Cultura, sector privado, sociedad civil

Fuente: Elaboración propia, a partir de los grupos focales, encuestas y entrevistas realizadas por el CEDE de La Universidad de Los Andes (2010)

1.2.2.4 Sector Fonográfico

El sector fonográfico, al igual que en artes visuales y escénicas, presenta una desorganización y desarticulación del sector y de las políticas públicas que lo rigen, conllevando al poco desarrollo del mercado nacional e internacional. Asimismo, presenta algunas limitantes en el tema de derechos de autor y de infraestructura adecuada para el desarrollo de espectáculos. En este sentido, las acciones y actividades propuestas para el desarrollo de este subsector son presentadas a continuación:

Acción 1: Generación de políticas diferentes para la música patrimonial y para la música comercial.

- a. Crear una política de incentivos, promoción, circulación y exportación para la música Patrimonial y Comercial, de manera individual, dado que cada una de estas tiene características e intereses diferentes. Lo anterior, asegurándose que todos los agentes involucrados en la cadena de valor de la música sean vinculados en el desarrollo de la política.

Acción 2: Desarrollo de acciones para disminuir la piratería.

- a. Crear una campaña educativa a nivel de los colegios, con la cual se permita iniciar una labor contra la piratería.
- b. Para la música grabada, desarrollar e implementar formas diferentes de acceder a la música, de acuerdo a los nuevos adelantos en el mundo. Lo anterior permitiría mejorar los índices en contra de la piratería y el respeto de los derechos de autor.

Acción 3: Incremento en la participación nacional en exposiciones internacionales de las diferentes demostraciones de la música (grabada y en vivo).

- a. Para desarrollar esta estrategia, se deberá i) crear un pabellón de Colombia en ferias internacionales en las que se participe; lo que trae consigo una política nacional y comercial fuerte, e ii) Incrementar en número la participación en eventos de ferias internacionales para la música.
- b. Incrementar la participación en ferias internacionales para la música.

Acción 4: Desarrollo de infraestructura idónea, en comunicaciones y escenario, para el desarrollo de presentaciones en vivo.

- a. Invertir en infraestructura, en comunicaciones y en escenarios a nivel regional para las presentaciones en vivo: Generar espacios especializados para la música en las regiones.
- b. Invertir en tecnología, para disminuir la brecha digital utilizada a nivel internacional en la desarrollo de música grabada y en vivo.

Con referencia a las anteriores acciones y actividades, el cuadro 1.5 presenta un resumen de las acciones y actividades requeridas en este sector, con el fin de mejorar su nivel de organización y su participación en los mercados internacionales.

Cuadro 1.5. Resumen acciones y actividades en el sector fonográfico

Acción	Actividades	Entidades Participantes
Generación de Políticas individuales para la música	- Crear una política de incentivos, promoción, circulación y exportación para la música patrimonial y otra para la comercial	Ministerio de Cultura, Ministerio de TIC, agremiaciones del subsector
Control de la piratería	- Diseñar y ejecutar campañas para disminuir la piratería, desde los colegios - Generar e implementar nuevas formas de acceder a la música de forma legal	Ministerio de Cultura, colegios, agremiaciones del subsector, sector privado, Convenio Antipiratería, Sayco Acinpro
Incremento de la participación nacional en exposiciones internacionales de la música	- Creación de un pabellón de Colombia en las ferias internacionales en las que se participe - Incrementar en número la participación en ferias internacionales para la música	Ministerio de Cultura – Cámara de Comercio – Proexport – Ministerio de Relaciones Exteriores – Ministerio de Comercio - Sector privado -
Desarrollo de infraestructura idónea, en comunicaciones y escenarios para la música	- Construcción de escenarios para el desarrollo de presentaciones en vivo - Disminuir la brecha digital	Ministerio de Cultura, Gobierno Nacional y Departamental, DNP, sector privado, IDRD

Fuente: Elaboración propia, a partir de los grupos focales, encuestas y entrevistas realizadas por el CEDE de La Universidad de Los Andes (2010)

1.2.2.5 Sector Audiovisual

El subsector Audiovisual es sector más organizado dentro de las industrias culturales y creativas y sobre el cual se han desarrollado más acciones por parte del Gobierno. Sin embargo, es necesario seguir desarrollando las acciones que van dirigidas primordialmente al fortalecimiento de apoyos financieros, protección de Derechos de Autor, creación, desarrollo y promoción de nuevos bienes y servicios ofrecidos dentro del sector y fortalecimiento de la demanda nacional. A continuación se presentarán las principales acciones para éste sector.

Acción 1: Ajustar la Ley del cine.

- a. Proyecto que permita modificar los topes a la inversión en proyectos cinematográficos establecidos en la ley, y otros ajustes que permitan recuperar la asistencia al cine nacional.

Acción 2: Fortalecimiento de programas antipiratería.

- a. Fortalecer y estimular los actuales programas antipiratería, con lo cual se pueda endurecer la regulación respectiva.
- b. Sensibilizar a la población en la protección de los derechos de autor.

Acción 3: Diseño de estímulos tributarios.

- a. Crear estímulos tributarios que permitan fortalecer las ventas de servicios de producción, y ser más competitivos.
- b. Crear estímulos tributarios que favorezcan la inversión en infraestructura (estudios de producción, mejoras en equipos), inversión en talento humano e inversiones en fortalecimiento empresarial.
- c. Revisar los límites de inversiones con descuento tributario establecidos por la Ley del Cine. Lo anterior, con el fin de mejorar las inversiones de las producciones.

Acción 4: Generación de canales de circulación.

- a. Incrementar las salas de exhibición, en sitios estratégicos y donde la oferta de salas sea baja.

A partir de las acciones y actividades antes mencionadas, se presenta en el cuadro 1.6 un resumen de las principales acciones orientadas hacia el mejoramiento y fortalecimiento del subsector.

Cuadro 1.6. Resumen acciones y actividades en el sector audiovisual

Acción	Actividades	Entidades Participantes
Ajustar la Ley del cine	- Proyecto que permita modificar los topes a la inversión en proyectos cinematográficos establecidos en la ley, y otros ajustes que permitan recuperar la asistencia al cine nacional.	Ministerio de Cultura, Fondo de Desarrollo Cinematográfico y entidades relacionadas
Fortalecimiento de programas antipiratería	- Fortalecer y estimular el desarrollo/cumplimiento de programas antipiratería - Sensibilizar a la población en la protección de Derechos de Autor	Convenio antipiratería, sector privado, sociedad civil
Diseñar estímulos tributarios	- Crear estímulos tributarios en: i) El fortalecimiento de las ventas de servicios de producción, tanto nacionales como internacionales, ii) El desarrollo de inversiones en infraestructura, talento humano y fortalecimiento empresarial. - Revisar los límites de inversiones con descuento tributario establecidos por la Ley del Cine.	Ministerio de Cultura, Ministerio de Hacienda

Acción	Actividades	Entidades Participantes
Canales de circulación	- Incrementar el número de salas de exhibición	Sector privado

Fuente: Elaboración propia, a partir de los grupos focales, encuestas y entrevistas realizadas por el CEDE de La Universidad de Los Andes (2010)

2 PROYECTOS PARA EL SECTOR DE INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS

Una vez identificados los principales limitantes del sector de las industrias culturales y creativas a nivel general, se elaboró una propuesta de las actividades y acciones, tanto a nivel macro como micro, que deberían llevarse a cabo para dar solución a las problemáticas más representativas; y así, avanzar en el fortalecimiento y consolidación del sector cultural.

Para dar seguimiento al presente estudio, y considerando los resultados de la investigación, este capítulo describe una propuesta de los proyectos específicos que requiere el sector de las industrias culturales y creativas, para dar solución a la problemática general que se presenta en la actualidad, los cuales limitan el desarrollo, crecimiento y proyección en el mercado nacional e internacional.

Otro de los aspectos desarrollados en este capítulo se trata de la descripción del esquema de ejecución de tales proyectos, para que se lleven a cabo y sean ejecutados. En este sentido, este capítulo se desarrolla en dos secciones, la primera describe los cinco proyectos de importancia para el sector de las industrias culturales y creativas y la segunda presenta la forma de cómo se deben gestionar dichos proyectos para llevarse a cabo.

2.1 Proyectos del sector de Industrias Culturales y Creativas

En el capítulo anterior se identificaron y describieron las principales problemáticas del sector de industrias culturales y creativas, las cuales se agruparon en cuatro grandes componentes: i) Política Pública, ii) Promoción del sector, iii) Capital Humano y vi) Organización e Integración del sector. Estas problemáticas fueron identificadas en los grupos focales, entrevistas, encuestas, y demás fuentes secundarias, como los principales limitantes del sector.

Siguiendo esta línea, se presentan a continuación cinco proyectos específicos (*de los cuales, tres proyectos están relacionados con la política pública, la promoción y desarrollo del sector y la organización e integración; y dos proyectos están relacionados con el capital humano: oferta y demanda*) que deberían desarrollarse en el sector de las industrias culturales y creativas (en el corto, mediano y largo plazo), así como las entidades que deberían participar.

Proyecto 1: Definición de la política pública del sector y subsectores culturales

Se requiere que la promoción, desarrollo y sostenibilidad del sector y subsectores de las industrias culturales y creativas éste avalado por el Plan Nacional de Desarrollo, que tenga un marco normativo definido, y que se determine cuál debería ser la estrategia de desarrollo a seguir.

Considerando que Colombia no es competitiva en la *creación de conocimientos* (esta estrategia es para países desarrollados), ni en la producción de tecnologías (ésta es desarrollada por países intensivos en mano de obra a bajo costo), se considera que el país tiene una gran oportunidad en la *generación de contenidos*, junto con el *desarrollo de maquila* (visto desde el ámbito artístico). Lo anterior, aprovechando las fortalezas en capital humano y en los bajos costos en producción respecto a otros países (cine, televisión, libro, etc.).

- Acciones en el corto plazo:
 - Definir para donde se quiere dirigir el sector: 1) creación de conocimiento, 2) generación de contenidos, 3) producción de tecnología.
 - Articular la política de desarrollo con el Conpes de las Industrias Culturales.
 - Creación de líneas de crédito para el financiamiento del sector.

- Acciones en el mediano plazo:
 - Crear los mecanismos, incentivos y fortalecer la autogestión para la generación de contenidos y el desarrollo de maquila en los subsectores de ventaja comparativa: cine, publicidad, música, artes escénicas, entre otros.

- Acciones en el largo plazo:
 - Diseñar políticas para generar la sostenibilidad: incluir en el Plan Nacional de Desarrollo y Plan de Desarrollo Distrital.
 - Garantizar la participación del sector privado en el desarrollo del sector.
 - Revisar los objetivos definidos en el documento de Visión Colombia 2032.

- La problemática que se resuelve con este proyecto es:
 - Claridad en la estrategia de desarrollo y definición de una política pública sectorial.
 - Desarrollo de líneas de crédito para el sector.
 - Altos costos de transacción (especialmente en los trámites de constitución de nueva empresa y en los trámites requeridos para exportar los bienes y servicios culturales).

Proyecto 2: Creación de un Fondo de Fomento para el sector

Los limitantes al acceso de fuentes de financiación del sector, a través de la banca comercial, hacen necesario la creación de un Fondo de Fomento sectorial, con el fin de dar solución a la problemática financiera de las industrias culturales y creativas, además de gestionar la promoción y el impulso de las empresas del sector.

- Acciones en el corto plazo:
 - Diseño y exposición de motivos de la ley para la creación del Fondo de Promoción de las Industrias Culturales y Creativas: definición del origen de los recursos propios (contribución a la boletería y subvenciones cruzadas) y externos (responsabilidad social empresarial, recursos del presupuesto distrital, nacional, entre otras).
- Acciones en el mediano plazo:
 - Proyecto de Ley y aprobación de la Ley para la creación del Fondo de Promoción de las Industrias Culturales y Creativas.
- Acciones en el largo plazo:
 - Operativización del Fondo de Promoción de las Industrias Culturales y Creativas.
- La problemática que se resuelve con este proyecto es:
 - Creación de un Fondo para la promoción y desarrollo del sector, y
 - Desarrollo de mecanismos de estímulos sectoriales.

Proyecto 3: Programa de articulación entre la formación artística y educación básica

No hay conocimiento del arte y no existe una política para generar demanda sostenible por el arte.

- Acciones en el corto plazo:
 - Diseño del programa de capacitación artística implementado desde la educación primaria y secundaria, con miras a formar demanda.
- Acciones en el mediano plazo:
 - Establecer el programa dentro de los planes de educación básica primaria y secundaria.

- Acciones en el largo plazo:
 - Evaluar resultados y perfeccionar el programa de capacitación y articulación educativa.
- La problemática que se resuelve con este proyecto es:
 - Crear una demanda sostenida por las diferentes manifestaciones del arte.

Proyecto 4: Capacitación en Emprendimiento Empresarial

Es necesario seguir impulsando la autogestión de las empresas del sector de las industrias culturales y creativas a través de los programas en emprendimiento empresarial, como los que en la actualidad desarrolla la Cámara de Comercio de Bogotá.

- Acciones en el corto plazo:
 - Fortalecer el programa de capacitación empresarial que en la actualidad se está desarrollando.
- Acciones en el mediano plazo:
 - Mantener el fortalecimiento del programa de capacitación empresarial.
- Acciones en el largo plazo:
 - Evaluar los resultados del programa de Emprendimiento Empresarial, y realizar los ajustes que sean necesarios.
- La problemática que se resuelve con este proyecto es:
 - La baja capacidad y conocimiento por parte de los empresarios del sector cultural de cómo hacer empresa.

Proyecto 5: Organización y articulación de redes intra e inter sectoriales

La desarticulación y falta de organización del sector, enfocada hacia el cumplimiento de objetivos comunes, impide el crecimiento y fortalecimiento del sector.

- Acciones en el corto plazo:

- Fortalecimiento de las Industrias Culturales y Creativas, con el fin de identificar los elementos articuladores del sector y lograr representatividad del sector. Para esto, se deberá fortalecer el papel que juega la Coalición Regional de Servicios (CRS) dentro de la articulación de las políticas del sector.
- Acciones en el mediano plazo:
 - Definir lineamientos y crear las entidades de agremiación intersectoriales.
- Acciones en el largo plazo:
 - Seguir garantizando y fortaleciendo la agremiación inter e intra sectorial por medio del papel de la CRS.
- La problemática que se resuelve con este proyecto es:
 - Desarticulación del sector.
 - Alto nivel de dispersión al interior de cada subsector y entre los diferentes subsectores.

Descritos los proyectos para las industrias culturales y creativas, se presenta en el cuadro 2.1 un resumen de los cinco (5) proyectos para el sector.

Cuadro 2.1. Resumen de proyectos para el sector de industrias culturales y creativas

Proyecto	Entidades responsables	Plazo		
		Corto Plazo	Mediano Plazo	Largo Plazo
Definición de la Política Pública del sector y subsectores culturales	CRS, Ministerios, agremiaciones, Banca Privada	<ul style="list-style-type: none"> - Definir para donde se quiere dirigir el sector - Articulación de la política de desarrollo con el Conpes - Líneas de crédito 	<ul style="list-style-type: none"> - Crear mecanismos, incentivos, y fortalecer la autogestión para la generación de contenidos y maquila 	<ul style="list-style-type: none"> - Diseñar políticas para generar sostenibilidad - Garantizar participación del sector privado - Revisar objetivos de Visión Colombia 2032
Creación de un Fondo de Promoción de las Industrias Culturales y Creativas	CCB, DNP, CRS, MinHacienda, MinCultura, MinComercio, agremiaciones	<ul style="list-style-type: none"> - Diseño y exposición de motivos de la ley para la Creación del Fondo de Promoción de las Industrias Culturales y Creativas 	<ul style="list-style-type: none"> - Proyecto de ley y aprobación de la ley para la creación del Fondo de Promoción de las Industrias Culturales y Creativas 	<ul style="list-style-type: none"> - Ejecución del Fondo de Promoción de las Industrias Culturales y Creativas
Programa de articulación entre la formación artística y educación básica	CRS, MinCultura, MinEducación, colegios, agremiaciones	<ul style="list-style-type: none"> - Diseño del programa de capacitación artística, con miras a formar demanda. 	<ul style="list-style-type: none"> - Establecer el programa dentro de los programas de básica primaria y secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> - Evaluar resultados y perfeccionar el programa de capacitación y

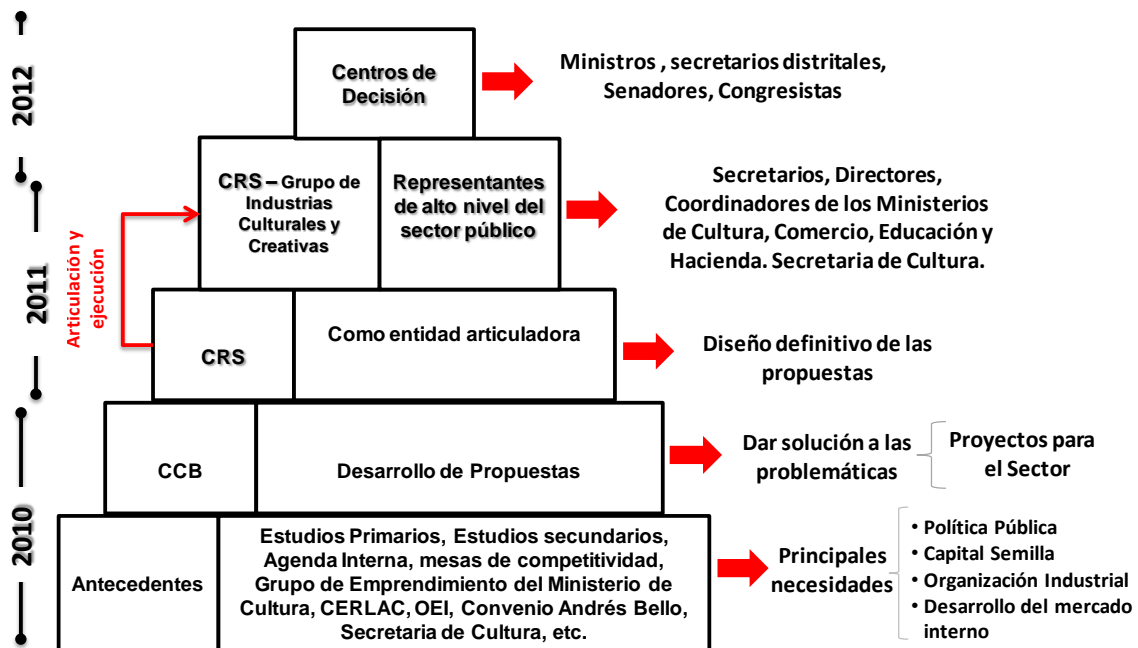
				articulación educativa.
Capacitación en Emprendimiento Empresarial, técnico y tecnológico de los artistas	CCB, MinCultura, SENA, agremiaciones, sector privado, Universidades	- Fortalecer el programa de capacitación empresarial	- Seguir fortaleciendo el programa de capacitación empresarial.	- Evaluar los resultados del programa de Emprendimiento Empresarial
Organización y articulación de redes intra e inter sectoriales	CRS, CCB, sector privado	- Fortalecimiento de las Industrias Culturales y Creativas junto a la CRS	- Definir lineamientos y crear las entidades de agremiación intersectoriales	- Garantizar y fortalecer la agremiación inter e intra sectorial.

Fuente: Elaboración propia.

2.2 Esquema de ejecución de los proyectos

Descritos los proyectos para el sector de las Industrias Culturales y Creativas, es necesario desarrollar el esquema para la operación de éstos. La figura 2.1 muestra el esquema de ejecución de los proyectos descritos en la sección anterior.

Figura 2.1. Esquema de ejecución de los proyectos de las Industrias Culturales y Creativas



Fuente: Elaboración propia.

En la parte inferior de la figura se encuentran algunos de los estudios/investigaciones antecedentes a la actual investigación, los cuales sirven de referencia para la comprensión del sector de las industrias culturales y creativas. De los antecedentes consultados se identificó la existencia de cuatro (4) problemas principales en el sector: 1) No hay una política definida, 2) Existe un limitado acceso a los recursos financieros para invertir en el sector, 3) Persiste una desorganización en el sector, y 4) No hay desarrollo del mercado interno.

Los problemas identificados fueron complementados y validados por el presente estudio, y a partir de éste se diseñaron: i) las acciones y actividades a nivel macro y micro y ii) cinco (5) proyectos que deberían desarrollarse en el sector de las industrias culturales y creativas. Lo anterior, para dar solución a los limitantes del sector.

En el tercer y cuarto escalón del esquema se presenta a la Coalición Regional de Servicios, en cabeza del grupo de las Industrias Culturales y Creativas, como la entidad que debería encargarse de liderar la formación de un grupo multidisciplinario para el diseño de las propuestas de los proyectos aquí presentados. Es necesario que una entidad con poder de convocatoria como esta lidere e impulse este tipo de iniciativas frente al sector privado y público, con el fin de garantizar el cumplimiento y ejecución de los objetivos definidos. De no ser así, y ante la actual desorganización del sector, sería imposible llevar a buen término cualquier tipo de proyecto e iniciativa en el sector.

En el diseño y discusión de las propuestas para los objetivos, es necesario que haya una comunicación directa con el sector público, para que tenga conocimiento de cuáles son los requerimientos, necesidades y proyecciones de desarrollo del sector, y así garantizar la “voluntad política” requerida en este tipo de iniciativas.

El quinto escalón del esquema muestra la participación decisiva del sector público para que se lleven a cabo las iniciativas desarrolladas por el sector privado, en cabeza de la CRS. Esto garantizará que las propuestas sean ejecutables y no se queden en “buenas intenciones”, como ha ocurrido con otras iniciativas en el sector y sobre las cuales recaen descalificaciones y descontentos del sector privado.

De impulsarse y desarrollarse estos proyectos, se darán nuevos lineamientos para el desarrollo del sector de industrias culturales y creativas y se dará solución a una parte de las problemáticas que aquejan al sector. Sin embargo, será importante hacer un seguimiento y evaluación de los resultados obtenidos, y realizar los respectivos ajustes de acuerdo a las necesidades del sector.