

# Cuadernos de Desarrollo Económico

# 38

Información económica de  
las industrias creativas  
y culturales en Bogotá

**Cristian Gonzalez Guerrero**  
**Nohora Margarita Sánchez**



ALCALDÍA MAYOR  
DE BOGOTÁ D.C.

**BOGOTÁ**  
**MEJOR**  
PARA TODOS

# **CUADERNOS DE DESARROLLO ECONÓMICO**

## **CUADERNO No. 38**

### **Información económica de las industrias creativas y culturales en Bogotá**

Cristian Gonzalez Guerrero  
Nohora Margarita Sánchez

**SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO**

**DIRECCIÓN DE ESTUDIOS  
DE DESARROLLO ECONÓMICO**

**SUBDIRECCIÓN DE ESTUDIOS ESTRATÉGICOS**

**Bogotá, D.C.  
Abril 2018**

**Secretaría de Desarrollo Económico**

Alcaldía Mayor de Bogotá

**Enrique Peñalosa**

Alcalde Mayor de Bogotá

**Juan Miguel Durán**

Secretario de Desarrollo Económico

**Mauricio Ospina Torres**

Subsecretario de Desarrollo Económico (e)

**Mauricio Ospina Torres**

Director de Estudios de Desarrollo Económico

**Anyela María Guerrero**

Subdirectora de Estudios Estratégicos (e)

**Yamile Leon Vargas**

Subdirectora de Información y Estadística

**Autores**

Cristian Gonzalez Guerrero

Nohora Margarita Sánchez

**Diseño Gráficas**

Erika Steer

**Diagramación**

Nicolay Villamarin

ISSN

2981-4790 (En línea)

Puede encontrar información adicional de este cuaderno en la página Web

<http://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co>

La Serie de Cuadernos de Desarrollo Económico es una publicación de la Secretaría de Desarrollo Económico de la Alcaldía Mayor de Bogotá. Los trabajos de la Serie de cuadernos son de carácter provisional; las opiniones y errores son responsabilidad exclusiva de los autores y no comprometen a la Secretaría de Desarrollo Económico ni a la Alcaldía Mayor de Bogotá. Todo el material está protegido por derechos de autor; su uso está permitido libremente siempre y cuando se realice la debida cita bibliográfica.

## RESUMEN

Este trabajo recopila y presenta información característica de las industrias creativas y culturales de Bogotá, analizando aspectos estructurales para 10 sectores de estas industrias, los cuales fueron seleccionados para un mapeo, a partir del cual se obtuvo información sobre la cantidad y ubicación de las empresas que producen bienes relacionados con estas actividades, los principales grupos de bienes comercializados en el mercado exterior y la relevancia productiva en términos de ingresos y empleo directo equivalente a tiempo completo generado por estos sectores.

## ABSTRACT

This report collects and presents information on the creative and cultural industries at the Bogotá level, analyzing structural aspects for the 10 sectors that have been defined for the mapping of this productive sector, within those sectors are highlighted the quantity and location of the companies that produce goods or services related to the creative and cultural industries, the main groups of trade goods and the productive relevance in terms of income and the employment (Full-Time Equivalent) generated by these sectors.



## Contenido

<b>RESUMEN</b>	<b>3</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>3</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>7</b>
<b>PRESENTACIÓN</b>	<b>9</b>
<b>CAPÍTULO I.</b>	<b>11</b>
<b>Aspectos conceptuales</b>	<b>11</b>
<b>CAPÍTULO II.</b>	<b>15</b>
<b>Marco Normativo</b>	<b>15</b>
<b>CAPÍTULO III.</b>	<b>19</b>
<b>Aspectos Económicos de las Industrias Creativas y Culturales a Escala Internacional</b>	<b>19</b>
<b>CAPÍTULO IV.</b>	<b>25</b>
<b>Aspectos económicos de las industrias creativas y culturales en Bogotá</b>	<b>25</b>
<b>4.1. El empleo en las industrias creativas y Culturales</b>	<b>27</b>
<b>4.2. El comercio exterior en las industrias creativas y culturales</b>	<b>30</b>
4.2.1. Importaciones de bienes culturales	31
4.2.2. Exportaciones de bienes culturales	35
<b>4.3. Producción fabril de las industrias creativas y culturales</b>	<b>41</b>
<b>4.4. El tejido empresarial de las industrias creativas y culturales</b>	<b>43</b>
4.4.1. Creación y propiedad intelectual	46
4.4.2. Diseño	48
4.4.3. Publicidad	50
4.4.4. Juegos y juguetes	52
4.4.5. Artes escénicas y espectáculos artísticos	54
4.4.6. Artes visuales	56
4.4.7. Música	58
4.4.8. Audiovisual y radio	60
4.4.9. Libros y publicaciones	63
4.4.10. Educación cultural	65

---

<b>CONCLUSIONES</b>	<b>69</b>
<b>GLOSARIO</b>	<b>71</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>73</b>
<b>ACRÓNIMOS</b>	<b>75</b>
<b>REFERENCIAS</b>	<b>77</b>

## INTRODUCCIÓN

Durante las últimas décadas se ha hecho un esfuerzo por demostrar la contribución de las industrias creativas y culturales –ICC– a la economía de cada país. A nivel mundial, distintas instituciones del orden público y privado centraron sus esfuerzos en generar informes y estudios técnicos que permitieran conocer, por primera vez, aspectos económicos y estructurales sobre la interrelación en el mercado de estas industrias, la relevancia de sus actividades en la producción local y regional, incluso, sobre su dinámica de crecimiento, así como a la generación de lineamientos para la formulación de política pública en materia cultural. Dentro de estos ejercicios se encuentra el Mapeo de Industrias Culturales en Bogotá y Soacha (2002) del British Council y el documento Impacto económico de las Industrias Culturales en Colombia (2003) del Convenio Andrés Bello.

El estudio de los sectores culturales ha recibido atención especialmente desde la Unesco y la Organización de los Estados Americanos -OEA-, así como desde el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo –PNUD–, el Banco Interamericano de Desarrollo –BID– y el Consejo Británico (British Council), entidades que compartieron un mismo fin: delimitar un marco común que permitiera la valoración y medición económica de la cultura.

Es importante señalar que el BID como organismo de cooperación internacional, sugirió la implementación de cuentas satélite de cultura en Latinoamérica, siendo el Convenio Andrés Bello –CAB– el que desarrolló la primera metodología de Cuenta Satélite de Cultura en el año 2008 y en 2009 lo publicó. (Cuentas satélites de cultura en Latinoamérica. Consolidación de un manual metodológico para la implementación)<sup>1</sup>. Vale resaltar que en sí mismo este ejercicio fue un punto de encuentro y construcción conjunta en la región.

Al interior del país, el Ministerio de Cultura y el Departamento Administrativo Nacional de Estadística –DANE–, como entidad rectora de las estadísticas en el país, concentraron esfuerzos con el fin antes señalado, logrando la creación de la Cuenta Satélite de Cultura para Colombia, que permitió generar para el país los primeros indicadores en términos de valor agregado y establecer, a partir de allí, su aporte al PIB para la serie 2005-2016, así como los empleos directos equivalentes a tiempo completo para los años 2007 a 2016.

---

<sup>1</sup> Esta metodología fue actualizada por el Convenio Andrés Bello –CAB– en 2015 bajo el nombre: Guía metodológica para la implementación de las Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica.

Para el caso del Distrito Capital, la Cuenta Satélite de Cultura nace como iniciativa de la Secretaría Distrital de Cultura Recreación y Deporte –SDCRD–, que se materializó en 2017 con la celebración del convenio interadministrativo de cooperación entre esta entidad y el DANE. Fruto del convenio se obtuvieron indicadores anuales para el periodo 2010-2016. Este proceso de implementación metodológica y generación de indicadores a escala local se cataloga como pionero en Latinoamérica.

Paralelo a lo anterior, el Distrito emprendió una segunda acción encaminada a conocer la distribución geográfica y principales características de las unidades económicas que se clasifican dentro de los sectores culturales. Esta iniciativa se denominó mapeo de las industrias creativas y culturales, cuyos resultados se darán a conocer durante el segundo semestre de 2018. Para la ejecución del mapeo se seleccionaron 10 sectores a partir de mesas de trabajo que se desarrollaron durante el primer semestre de 2017 y que estuvieron integradas por la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, la Cámara de Comercio de Bogotá, la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, el Instituto Distrital de las Artes –IDARTES– y la Universidad Nacional de Colombia.

El presente informe recopila y suministra información característica de las ICC a escala Bogotá, definiendo y analizando los aspectos estructurales de cada sector, entre los que se destaca la relevancia productiva en términos del empleo que se genera, lo anterior a partir de la Cuenta Satélite de Cultura de Bogotá. Igualmente, se presenta la ubicación de las empresas que producen bienes o servicios relacionados con las industrias creativas y culturales, para lo cual se tomó como insumo inicial las bases suministradas por Cámara de Comercio de Bogotá.

## PRESENTACIÓN

Este informe se divide en cuatro secciones. La primera de ellas da cuenta de los principales aspectos conceptuales de las Industrias Creativas y Culturales e incluye además una mención a los organismos internacionales pioneros en la medición de las mismas. En la segunda, se ofrece información acerca del marco normativo que en Colombia ha trazado el rumbo para las ICC, incluyendo la Ley Naranja que recientemente fue expedida y que tiene como objetivo fomentar las industrias creativas y culturales. La tercera sección se enfoca en los aspectos económicos a escala internacional, mostrando los más recientes resultados obtenidos a escala mundial y continental. En la última sección se presentan aspectos económicos de las industrias creativas ubicadas en Bogotá, desagregando información para 10 sectores de las ICC, entre los que se destaca el empleo, el comercio exterior y la ubicación geográfica de las empresas que los conforman.

Al final del documento se presentan las conclusiones.



## CAPÍTULO I.

### Aspectos conceptuales

El presente capítulo recopila los principales aspectos conceptuales relacionados con las Industrias Creativas y Culturales en el entorno económico, con el objeto de facilitar la aproximación técnica e interpretativa a este campo, así como delimitar el alcance del mismo. Es necesario precisar que el debate en torno a qué es cultura y cuáles son los productos culturales, derivó en la proliferación de conceptos y expresiones que abonaron el camino en el proceso de acercamiento a la medición económica de la cultura.

El término Economía Creativa es quizá uno de los más difundidos hoy en día en el ámbito económico y es atribuido a John Howkins, quien fuera el primero en mencionarlo en 2001; hace referencia a 15 industrias que van desde las artes hasta la ciencia y la tecnología. Se considera una interpretación bastante amplia ya que no solo incluye dentro de la economía creativa bienes y servicios culturales sino también se ocupa de manifestaciones creativas en ámbitos que no serían contemplados como culturales, y que se centran en la investigación y desarrollo.

Paralelo a esta expresión, se acuñó en el medio el de Industrias culturales,<sup>2</sup> que se refiere a la producción de bienes y servicios con un componente simbólico, atado y representativo del sector cultural. La Unesco fue una de las organizaciones internacionales que recurrió en mayor proporción al uso de este término, con el objeto de referirse conjuntamente a la industria editorial, los servicios de radio y cine, así como a la producción de televisión, entre otros. Es importante destacar que esta definición abarca desde los bienes y servicios intensivos en tecnología, hasta aquellos referidos exclusivamente a la producción que da cuenta de los aportes sociales y culturales. Ejemplo de estos aportes son la música y la producción que se realiza de manera artesanal. Respecto a estos últimos debe precisarse que gran parte de las unidades productivas dedicadas a esas actividades se caracterizan justamente por la baja proporción de contenido tecnológico en contraste con el alto contenido autóctono, reflejo de la cultura distintiva de una región en particular. Este es el caso típico observado en la producción cinematográfica de India o en la televisiva de México, incluso en la producción musical del Caribe colombiano, por mencionar tan solo algunos ejemplos.

---

2 El término Industrias Culturales fue acuñado por Theodor Adorno y Max Horkheimer, de la Escuela de Frankfurt, en la década de los 40.

Por otro lado, Industrias creativas<sup>3</sup> es un término de más reciente difusión y muy extenso en su definición, por el mismo se entiende como un conjunto productivo que incluye las industrias culturales, antes señaladas, así como aquellas que dependen de la innovación e incorporación de desarrollos tecnológicos, incluyendo distintos tipos de investigación y el desarrollo de software.

En este contexto, desde la óptica de los productores y creativos cobra especial relevancia velar porque se preserven los derechos de autor y en línea con ello, los sectores vinculados con la creación, producción y fabricación, interpretación o ejecución, radiodifusión, comunicación y exhibición, distribución y venta de obras, y otro material protegido, son los que propenden porque se garantice el reconocimiento y las rentas a los autores y creativos. La Organización Internacional de Propiedad Intelectual –OMPI–, perteneciente al sistema de Naciones Unidas, es la encargada de velar por los temas concernientes a la propiedad intelectual y una de sus metas es el promover la innovación y creatividad intelectual.

Paralelo a estos sectores productivos se encuentran las industrias interdependientes del derecho de autor, que se dedican a la producción y venta de equipos, y tienen entre sus funciones facilitar la creación, la producción o la utilización de obras y otro material protegido. También se identifican las denominadas industrias de apoyo, al interior de las cuales se ejecutan actividades que consisten en facilitar la radiodifusión, la comunicación, la distribución o la venta de obras y otro material protegido. Una de las características de estas industrias es que sus actividades no han sido incluidas en las industrias que dependen principalmente del derecho de autor.

La aproximación a estos sectores derivó posteriormente en la consolidación, desde Unesco (2010), de la expresión Industrias culturales y creativas –ICC–, interpretada como el “conjunto de sectores que tienen como objeto principal la creatividad, producción, comercialización, promoción y/o difusión de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial” (Unesco, 2010, p. 17).

De acuerdo con la Guía metodológica para la implementación de las Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica (2015), el campo cultural se entiende como “aquellas actividades humanas y sus manifestaciones cuya razón de ser consiste en la creación, producción, difusión, transmisión, consumo y apropiación de contenidos simbólicos relacionados a las artes y el patrimonio” (CAB, 2015, p. 41).

---

3 Las Industrias creativas “comprenden el ciclo de creación, producción y distribución de bienes y servicios que utilizan capital intelectual como su insumo primario. Las industrias creativas de hoy comprenden la interacción entre los subsectores tradicionales, aquellos de alto índice tecnológico y los orientados a la prestación de servicios” Informe sobre la economía creativa 2008.

Otra aproximación conceptual al campo creativo y cultural fue la expresión Economía Naranja, que se refiere a un conjunto de actividades que de manera encadenada permite que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual, según precisa el Banco Interamericano de Desarrollo –BID–. En este orden de ideas, La Economía Naranja integra las expresiones de economía cultural e industrias creativas, así como las áreas de soporte para la creatividad.

**Ilustración 1. Aproximaciones conceptuales a las Industrias Creativas y Culturales**



Fuente: Clasificación de las industrias creativas de la UNCTAD



## CAPÍTULO II. Marco Normativo

De la Declaración Universal de los Derechos Humanos, podemos retomar del artículo 27 que “1. Toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad, a gozar de las artes y a participar en el progreso científico y en los beneficios que de él resulten. [...]” (ONU, 1948); a partir de allí se concibe que este artículo propicia el reconocimiento cultural y económico de los creadores y demás agentes que intervienen en el proceso de producción. Las industrias creativas tienen una doble naturaleza: por una parte, sus productos (bienes o servicios) transmiten ideas, valores, modos de vida y contenidos simbólicos que reflejan el perfil espiritual de una comunidad, preservando así el sentido de pertenencia a su identidad; por otra, obedecen a las reglas económicas de la producción y el comercio y pueden llegar a ser poderosos motores de desarrollo económico y social. (Unesco, 2000).

A nivel nacional, la Constitución Política de Colombia de 1991 resalta la importancia de la diversidad cultural, específicamente en los Artículos 8, 70 y 71; estos dos últimos artículos fueron reglamentados por la Ley 397 de 1997 (Ley General de Cultura), modificada posteriormente por la Ley 1185 de 2011. De igual forma, el Consejo Nacional de Política Económica y Social –CONPES– señaló la política nacional para la promoción de las industrias culturales en el país, por medio del documento 3659 de 2010, la cual tiene como objetivo “aprovechar el potencial competitivo, aumentar su participación en la generación del ingreso y el empleo nacionales, y alcanzar elevados niveles de productividad”. (DNP, 2010).

Continuando con la normatividad, cabe señalar que el 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, tiene previsto en el artículo 19 del Capítulo II, “mejorar las oportunidades para el desarrollo a través de la cultura, la recreación y el deporte”. De hecho, establece como objetivo:

*Ampliar las oportunidades y desarrollar capacidades de los ciudadanos y agentes del sector con perspectiva diferencial y territorial, mediante un programa de estímulos, y alianzas estratégicas con los agentes del sector y las organizaciones civiles y culturales, programas de formación, de promoción de lectura y de escritura, la generación de espacios de conocimiento, de creación, de innovación, de ciencia y tecnología y de memoria, apropiación del conocimiento, el fortalecimiento del emprendimiento y la circulación de bienes y servicios y el fomento del buen uso del tiempo libre y la actividad*

*física, en horarios extendidos, con el propósito de promover todas las formas en que los ciudadanos construyen y hacen efectivas sus libertades culturales, recreativas y deportivas, en estrecho vínculo con la transformación cultural. (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2016, p. 167).*

El Plan de Desarrollo también aborda el sector de las TIC en el artículo 49, denominado Bogotá una ciudad digital, a través del cual determina como meta

*[...] que la ciudad cuente con una infraestructura de comunicaciones amigables con el espacio público y con el medio ambiente, donde sus habitantes se apropien de la Ciencia y la Tecnología de las Comunicaciones –TIC– con propósitos adicionales al esparcimiento, los cuales apunten a la educación, el emprendimiento, la innovación y a la corresponsabilidad en la creación de soluciones para los problemas de la ciudad. (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2016)*

Por medio de este programa se busca implementar el concepto de Ciudad Digital (Ciudad Inteligente) a través de la utilización de la tecnología y la innovación como herramientas base de desarrollo, así como potenciar el intercambio de conocimiento y experiencias entre ciudades, para que el ciudadano sea también innovador y contribuya al cambio de su ciudad, participe en el diseño de los servicios que requieren y para que se garantice un desarrollo digital en línea con la demanda que proviene de ellos mismos.

De igual forma el Plan de Desarrollo, Bogotá Mejor para Todos 2016-2020, contempla como estrategia, el desarrollo de la política de emprendimiento e industrias culturales y creativas, como impulsor de la calidad de vida, siendo éste, uno de los componentes del Primer pilar y eje transversal, denominado Igualdad y Calidad de Vida. Al interior de este pilar se señala que la política “reconocerá el importante quehacer del arte, la cultura y el deporte, y los distintos sectores allí contemplados, en la creación y producción de bienes y servicios, resultado de la gran diversidad que caracteriza a los territorios en la ciudad”.

En particular, el Plan de Desarrollo destaca a través del subcapítulo 4.1.11 denominado Mejores oportunidades para el desarrollo a través de la cultura, la recreación y el deporte, el gran potencial de las industrias culturales y creativas en Bogotá, razón por la cual propenderá por su dinamización, a partir de señalar que:

*[...] esta dimensión económica de la cultura no se ha desarrollado en la gestión pública como eje para el fortalecimiento del sector en la generación de empleo, en modelos económicos sostenibles, en emprendimiento y en procesos de creación e innovación. Es por lo anterior que la gestión pública*

*debe propender por la igualdad en la diversidad, reduciendo la exclusión cultural y reconociendo las culturas que construyen la ciudad, sus memorias y conocimientos, así como las formas múltiples que tienen los ciudadanos de ser libres (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2016, p.169).*

En su conjunto, el Plan de Desarrollo incorpora distintas líneas de acción o estrategias a implementar para dinamizar proyectos al interior del sector de las industrias culturales y creativas, tales como el desarrollo de la política de emprendimiento e industrias culturales y creativas, mencionada anteriormente,

*[...] el fortalecimiento organizacional y empresarial, alternativas de financiación, innovación para el emprendimiento, constitución de territorios y distritos culturales (clúster), investigación e información, circulación nacional e internacional y acceso a los contenidos culturales. (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2016, p.172).*

La primera de estas estrategias se materializó en 2017 a través de la promulgación de la Ley 1834, denominada Ley Naranja. La misma propende porque la cultura sea sujeto de análisis económico.

Por lo antes señalado, se precisa que las leyes y decretos que regulan actualmente a estos sectores son, entre otras:

**Tabla 1. Nomograma de las industrias creativas en Colombia**

Norma	Epígrafe
Constitución Política de Colombia	Artículos 7, 8, 10, 70, 71 y 72
Ley 14 de 1991	Normas sobre el servicio de televisión y radiodifusión nacional
Ley 9 de 1942	Por la cual se fomenta la industria cinematográfica en Colombia
Ley 98 de 1993	"Por medio de la cual se dictan normas sobre democratización y fomento del libro colombiano"
Ley 44 de 1993	Por medio de la cual se modifica la ley del 82 sobre derechos de autor
Ley 182 de 1995	Reglamentación del servicio de televisión y políticas para su desarrollo, Comisión Nacional
Decreto 460 de 1995	Por el cual se reglamenta el Registro Nacional del Derecho de Autor y se regula el Depósito Legal, acciones en competencia de la Unidad Administrativa Especial - Dirección Nacional del Derecho de Autor, con carácter único para todo el territorio nacional.
Decreto 853 de 1995	Día Nacional del Patrimonio Cultural.

Norma	Epígrafe
Ley 181 de 1995	"Por la cual se dictan disposiciones para el fomento del deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la educación física y se crea el sistema nacional del deporte".
Ley 397 de 1997	Ley General de Cultura. Modificada por la Ley 1185 de 2008, Plan Decenal de Cultura 2001 - 2010.
Decreto 358 de 2000	Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 397 de 1997 y se dictan normas sobre cinematografía nacional
Ley 594 de 2000	Ley de Archivos, que tiene por objeto establecer las reglas y principios generales que regulan la función archivística del país.
Ley 715 de 2001	Por la cual se dictan normas orgánicas en materia de recursos y competencias de conformidad con los artículos 151, 288, 356 y 357 (Acto Legislativo 01 de 2001) de la Constitución Política y se dictan otras disposiciones para organizar la prestación de los servicios de educación y salud, entre otros.
Conpes 3162 del 2002	Lineamientos para la sostenibilidad del Plan Nacional de Cultura 2001- 2010
Ley 814 De 2003	"Por la cual se dictan normas para el fomento de la actividad cinematográfica en Colombia". Reglamentada parcialmente por el Decreto Nacional 763 de 2009.
Decreto 1494 de 1998	Reglamentación de los consejos nacionales de las artes y la cultura.
Decreto 267 de 2002	Por el cual se integra el Consejo Nacional del Libro y la Lectura y se reglamentan sus funciones. Decreto 826 de 2003 modificadorio del decreto 267 de 2002
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.
Ley 1558 de 2012	Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 -Ley General de Turismo, la Ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones.
Acuerdo 645	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
Ley 1834 de 2017	Por medio del cual se fomenta la economía creativa Ley Naranja

## CAPÍTULO III.

### Aspectos Económicos de las Industrias Creativas y Culturales a Escala Internacional

En diciembre de 2015, Unesco publicó un informe sobre las industrias culturales y creativas a escala internacional, denominado Tiempos de cultura: El primer mapa mundial de las industrias culturales y creativas, en el cual participaron la Confederación Internacional de Sociedades de Autores y Compositores –CISAC– y la firma de consultoría internacional Ernst & Young –EY–, bajo la premisa de contribuir a la cultura y a la economía, destacando la función de los creadores de contenidos. De esta forma, el estudio se orientó a propender por la protección de las obras desarrolladas por estos, a fin de garantizar en primera instancia, sus derechos como autores y en segunda, que reciban una remuneración justa y equitativa con los recursos derivados de sus creaciones.

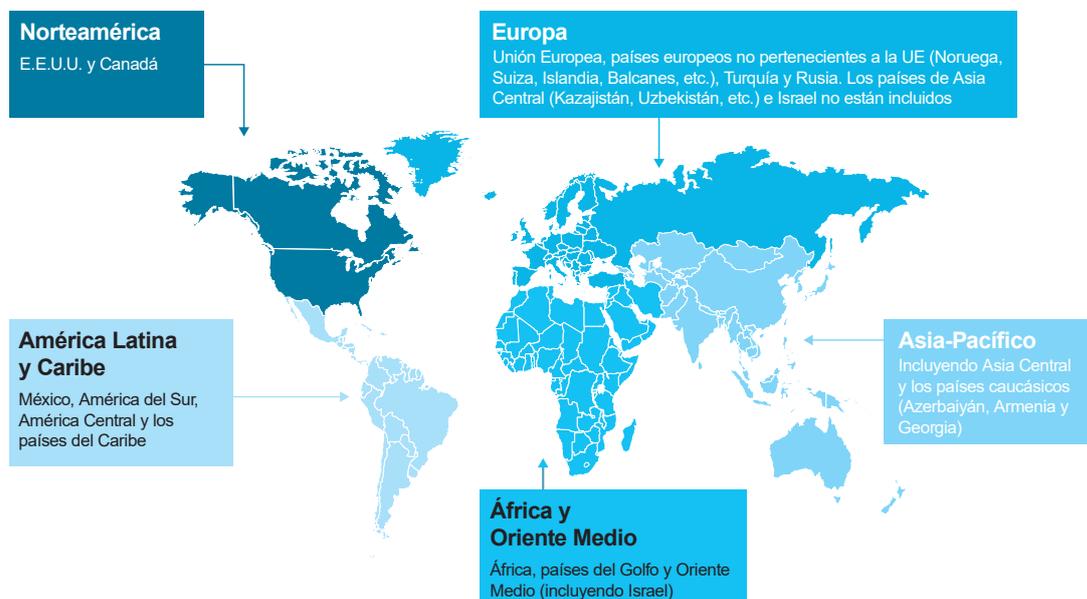
El estudio, liderado por Unesco, consolidó información con corte a 2013 llegando a concluir que las ICC generan anualmente alrededor del 3% del PIB mundial y ocupan aproximadamente el 1% de la población económicamente activa –PEA– del mundo (29,5 millones de empleos frente a 25 millones). (EY, 2015). Así mismo, el estudio recabó información representativa a escala nacional y efectuó consolidados a nivel continental, lo que permitió establecer que Asia Pacífico es el principal mercado para las ICC en el mundo, a partir de la generación del 43% del empleo y del 34% de los ingresos por ventas, especialmente de videojuegos y la floreciente industria cinematográfica, según indica la Organización Mundial de la Propiedad intelectual –OMPI–.

No obstante, las actividades de ICC tienen mayor relevancia económica en África y Oriente medio, región en la que representan alrededor del 11% del PIB. De hecho, en esta región del mundo representa tres veces el aporte económico que este mismo sector productivo registra en los demás continentes, de lo cual se colige que es un sector promisorio y estratégico para la economía de esa región.

Por su parte Latinoamérica concentra cerca del 6% de los ingresos generados por las ICC a nivel mundial y representa el 7% del total del personal ocupado por estas actividades de acuerdo con la información obtenida por la Unesco y la firma de consultoría EY. El acervo cultural y patrimonial de esta región, la proyectan como una de las más promisorias para crecer económicamente en campos creativos y culturales como lo son publicaciones, música, actividades culturales y patrimoniales, de la mano del turismo, toda vez que cuenta con 131 sitios considerados patrimonio mundial de la humanidad.

## Gráfico 1. Ingresos y empleo generado por las ICC a escala continental. 2013

Composición de las cinco regiones mundiales



Fuente: EY, Tiempos de cultura: El primer mapa mundial de las Industrias Culturales y Creativa. 2015

En ese contexto, Unesco y CISAC abogan para que en cada país se desarrollen herramientas jurídicas que promuevan y respalden los derechos de autor, acciones que bien pueden reflejarse positivamente en los ingresos de los creadores y en el crecimiento de las economías de todo el mundo.

Otro aspecto encontrado en el desarrollo del estudio se refiere a la relación existente entre las actividades creativas y el empleo de los jóvenes, pues identifica que éstas contribuyen de manera significativa; de hecho, el estudio pudo establecer que los sectores de las ICC suelen emplear a más gente con edades comprendidas entre los 15 y 29 años que cualquier otro sector económico. Solo en Europa, cerca del 19,2% del empleo total asociado a las ICC corresponde a jóvenes con estas edades, mientras que, a escala general, el 18,6% del total de los empleos generados por la economía de esta región del mundo correspondió a jóvenes.

Lo anterior pone de manifiesto que las iniciativas creativas se desarrollan en mayor proporción de la mano de las nuevas generaciones y en ese sentido, es de gran provecho para las economías incentivar el talento, promover la innovación y poner a disposición de los jóvenes herramientas que les permita catapultar sus ideas a

escenarios productivos concretos.

Con relación a la participación laboral de la mujer en las ICC, tanto Unesco como CISAC develaron que estas actividades económicas son más receptivas en comparación con las industrias tradicionales, toda vez que facilitan los escenarios para que en efecto se concrete la interacción laboral indistintamente del género.

En el contexto mundial de las ICC, Colombia se posiciona como uno de los países más destacados en sectores como literatura, periodismo, música o televisión, fortalezas que lo ubican como el cuarto país en importancia al interior de América Latina y el Caribe, tanto por producir como por exportar contenidos culturales, después de México, Brasil y Argentina. De igual manera, Colombia se destaca en el mapa mundial de las ICC como líder en el reconocimiento de los derechos de autor y por fomentar las expresiones artísticas y culturales.

A nivel internacional, como se señaló anteriormente, Colombia sobresale en el panorama internacional como uno de los pioneros en la implementación de herramientas para la medición de las ICC. En conjunto con Argentina, Canadá y Chile, fue uno de los primeros en América en producir información de cultura a partir de la Cuenta Satélite de Cultura desde las cuentas nacionales, garantizando comparabilidad y precisión, a partir de la implementación de la metodología contemplada en la Guía metodológica para la implementación de las Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica del Convenio Andrés Bello.

La actual, es una época de transición internacional entre la medición convencional de cultura que se limitaba al seguimiento desde la óptica del consumo de bienes y servicios culturales, a la valoración de la creación y la protección intelectual. Las estadísticas publicadas por el Ministerio de Cultura y el Convenio Andrés Bello, señalan que las ICC representaron en 2003 el 3,3% del Producto Interno Bruto -PIB- de Colombia y generaron 1,1 millones de empleos, cifra que representó alrededor del 5% del total de ocupados en el país (21.048.193 personas en 2003), destacándose por encima de sectores económicos tradicionales como son café o minería. (Ministerio de Cultura, 2013),

La contribución de las industrias culturales y creativas al PIB en cada país varía dependiendo del apoyo que actualmente reciben desde el sector gubernamental, así como del desarrollo y arraigo obtenido por los demás sectores económicos que se posicionan como líderes en cada economía. En Colombia, por ejemplo, representan cerca del 3,3% del PIB y en países como Chile o Bolivia alrededor del 2%, según estableció el Banco Interamericano de Desarrollo –BID– en el estudio sectorial titulado

La Economía Naranja: Una oportunidad infinita (BID, 2013), mientras en economías como Brasil y Estados Unidos su participación está alrededor del 10%. (Unesco-CISAC, 2015).

Desde la óptica sectorial, se precisa que los tres mayores generadores de empleo a escala mundial son los sectores culturales de artes visuales (6,4 millones de empleos), música (3,6 millones) y libros (3,4 millones), sin embargo, los mayores generadores de ingresos son televisión (21%), artes visuales (17,3%) y prensa (15,7%). (Unesco-CISAC, 2015). Aunque cine, música y radio son sectores culturales muy dinámicos y altamente generadores de ingresos en economías como España, México, India o China, en general se posicionan como los sectores con menor participación en la generación de ingresos al interior de las industrias culturales y creativas, según observó el estudio antes citado (Ver tabla 2).

**Tabla 2. Ingresos y empleo generado por las ICC según sector. 2013**

Sectores de las Industrias culturales y creativas	Ingresos (miles de millones US)	Distr. Porc. (%) ingresos	Empleo (millones)	Distr. Porc. (%) empleo
Televisión	474	21,0%	3,3	11,2%
Artes visuales	389	17,3%	6,4	21,7%
Prensa	354	15,7%	2,7	9,2%
Publicidad	282	12,5%	1,8	6,1%
Arquitectura	218	9,7%	1,6	5,4%
Libros	140	6,2%	3,4	11,5%
Artes escénicas	121	5,4%	3,2	10,8%
Juego	94	4,2%	0,6	2,0%
Cine	73	3,2%	2,4	8,1%
Música	63	2,8%	3,6	12,2%
Radio	45	2,0%	0,5	1,7%
<b>Total</b>	<b>2.253</b>	<b>100,0%</b>	<b>29,5</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: EY, Tiempos de cultura: El primer mapa mundial de las Industrias Culturales y Creativa. 2015

Tanto el estudio de Unesco y CISAC como el del BID, identificaron que artes visuales, música y libros son los sectores culturales que generan más empleo en el contexto mundial, aunque existe subvaloración laboral ya que tiende a remunerarse en menor escala en estas actividades. En este orden de ideas, el reto para todo país continúa siendo facilitar y estimular la reproducción del capital intelectual, a lo que prosigue, mantenerlo y fortalecerlo.

Desde el ángulo del comercio exterior de bienes y servicios, también se advierte la dinámica y relevancia de las ICC para las economías del mundo. De acuerdo con información de la Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo –UNCTAD–, entre 2002 y 2011 las exportaciones de este sector aumentaron 134%,

y en los años siguientes hasta 2016, mantuvieron un crecimiento acelerado sosteniendo una tasa de variación anual cercana a 125%.<sup>4</sup> Si en el mercado internacional se considerara el cúmulo de bienes y servicios ofertados por las ICC como una mercancía, la misma se posicionaría como la quinta más transada a escala mundial después de los combustibles, equipos electrónicos de comunicación, computadores y vehículos, conclusión que derivó del estudio antes señalado. (BID, 2014).

Sin embargo, como señala el BID, en el mercado internacional, la provisión de bienes y servicios creativos pareciera obedecer a lógicas comerciales distintas a las que rigen a los bienes y servicios tradicionales, toda vez que las etapas contracíclicas o de crisis financiera internacional poco han afectado este mercado; por ejemplo, las ICC encontraron en el internet un canal especial de comercialización y distribución, especialmente para los servicios de entretenimiento entre los que se clasifican los videojuegos y las películas. (BID, 2014).

En general, los bienes y servicios culturales son altamente transables y renovables, y en sí mismos, son un valor simbólico intangible que supera a su valor de uso (BID, 2014). Ambas condiciones ponen de manifiesto que la oferta de las ICC está un paso adelante de la oferta de bienes y servicios convencionales, bien sea por su menor impacto sobre el medio ambiente (comparativamente hablando) o por el amplio estímulo sobre la creatividad y la innovación.

Para el caso de América Latina y el Caribe, las ventas externas de bienes y servicios culturales representaron alrededor del 2,5% de las exportaciones realizadas por la región entre 2010 y 2013, oferta constituida principalmente por Productos de diseño; servicios personales, culturales y recreativos (creencias, valores, costumbres, entre otros<sup>5</sup>); servicios de Arquitectura (arquitectura corporativa, interiorismo, diseño de planos y elaboración de presupuestos, entre otros); y Bienes de artes visuales (grabado, escultura, pintura o muralismo son algunos de los más representativos)<sup>6</sup>, lo anterior de acuerdo con el BID y Unesco-CISAC.

En cuanto a Colombia, de acuerdo con la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales –DIAN–, en 2016 las ventas externas de bienes y servicios culturales fueron de US\$ 34 millones en 2016, lo significó un aumento con relación al 2007,

---

4 Análisis desarrollado a partir de la información publicada en Trade Map y de los estudios llevados a cabo por el Oxford Economics en *The Economic Impact of the Creative Industries in the Americas* (2013), estudio pendiente de publicación, comisionado por la Organización de los Estados Americanos -OEA-, el Banco Interamericano de Desarrollo -BID- y el British Council.

5 Según estadísticas de la Organización Mundial del Comercio -OMC-, actualmente se destacan como principales exportadores de servicios personales, culturales y recreativos Canadá, Turquía, Estados Unidos y Corea;

6 En lo atinente al comercio internacional de servicios, el Acuerdo General sobre Comercio de Servicios -GATS-, identifica varias modalidades de intercambio de estos, entre las que se destacan: Provisión transfronteriza, Producción y/o consumo con desplazamiento, la Producción y/o consumo con desplazamiento.

año en el que alcanzaron US\$2,8 millones, según información de la UNCTAD. Lo anterior sugiere que en el término de 10 años, las exportaciones de Colombia relacionadas con las ICC crecieron más de 10 veces, es decir, a tasas superiores a las calculadas para el promedio mundial 125%.

En su conjunto, los diferentes indicadores revisados señalan que las industrias culturales y creativas crecen rápidamente y a la fecha, comportan alta representatividad económica tanto en el mundo como a escala país. A lo anterior se agrega, que es en sí mismo un sector en constante transformación, innovándose y creándose a diario. Además, sus características lo hacen altamente transable y accesible, lo que es facilitado por el comercio electrónico.

## CAPÍTULO IV.

### Aspectos económicos de las industrias creativas y culturales en Bogotá

Disponer de información periódica y relevante sobre las principales variables económicas entorno al sector productivo de las industrias culturales y creativas para Bogotá, develó la necesidad de crear líneas de acción encaminadas a la generación de estadística básica que condujera a dimensionar en términos económicos las ICC, en particular, en cuanto a mercado laboral y a la estimación de la participación económica en el PIB de la capital, así como a conocer su distribución geográfica en la ciudad.

Para lograr el primer objetivo, el Distrito y el DANE implementaron la metodología de Cuenta Satélite de Cultura para Bogotá,<sup>7</sup> lo que permitió generar una herramienta que consolida información sectorial a nivel local, garantizando su comparabilidad con el contexto nacional e internacional, así mismo servirá de apoyo en la generación de políticas públicas. Los primeros frutos tras la creación de la Cuenta Satélite de Cultura para Bogotá –CSCB– fueron publicados recientemente por el DANE, desde la Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales, por medio de las Cuentas de Producción, Cuentas de Generación del Ingreso de las actividades culturales y de la oferta laboral para la serie anual 2010-2016 (cifras provisionales). Los resultados de esas publicaciones permiten hacer seguimiento al desempeño global de las ICC<sup>8</sup> en la capital del país.

Para el segundo objetivo (distribución geográfica en la ciudad), se proyectó el mapeo y caracterización de las ICC,<sup>9</sup> para lo cual la Secretaría Distrital de Cultura Recreación y Deporte y la Cámara de Comercio de Bogotá, accedieron a recursos económicos del Fondo Internacional para la Diversidad Cultural de UNESCO, lo que permitió que cinco sectores de las ICC fueran mapeados y caracterizados en la capital: artes escénicas, artes visuales, audiovisual y radio, libros y publicaciones y música, así como las entidades sin ánimo de lucro. Paralelo a esto, la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico –SDDE–, desde la Dirección de Estudios de Desarrollo Económico –DEDE–, con recursos propios recogió información para otros cinco sectores: creación-derechos de autor, publicidad, educación cultural, juegos y juguetes y diseño.

7 La Alcaldía Mayor de Bogotá, a través de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte suscribió en 2017 un convenio con el DANE, con la finalidad de “Aunar esfuerzos técnicos, humanos, logísticos, para la definición, construcción de la metodología y consolidación de resultados de la Cuenta Satélite de Cultura – Capítulo Bogotá”.

8 Si bien la Cuenta Satélite de Cultura tiene como objeto de estudio el campo cultural, hay un punto de encuentro con diferentes sectores y actividades económicas con otras investigaciones de las ICC.

9 Tomando la definición de la Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales EGEDA, Panorama Audiovisual Iberoamericano 2017, pág 351.

En ambos casos, la caracterización geográfica partió de la base de datos proporcionada por la Cámara de Comercio de Bogotá, que contiene información con corte al mes de agosto de 2017, para más de 15 mil unidades productivas. Desde las instituciones, la actividad de mapeo se orientó a depurar el directorio para lograr identificar las unidades productivas que estaban activas, así como a corroborar la actividad económica que desarrollaban, los datos de contacto y ubicación. Estas acciones estuvieron precedidas de la delimitación<sup>10</sup> y definición conceptual de los sectores constitutivos de las ICC, proceso a lo largo del cual se establecieron 10 sectores objeto de medición (ver ilustración 2).

### Ilustración 2. Sectores culturales de las industrias creativas en Bogotá



Fuente: ODEB

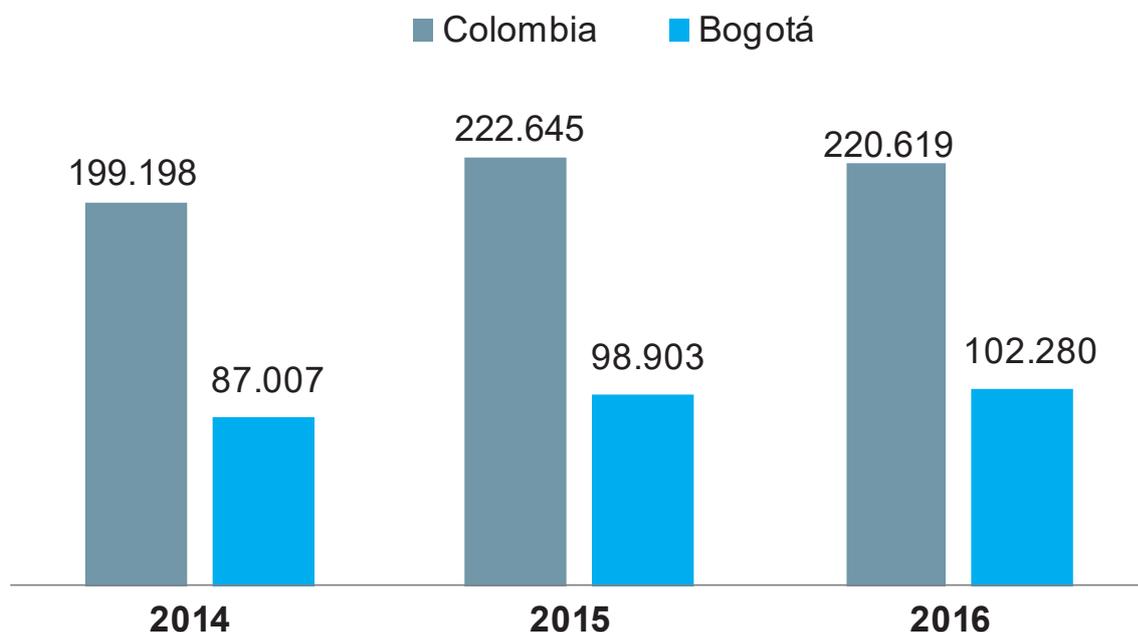
10 Para la delimitación de este ejercicio se realizó un cruce entre las actividades económicas de la Cuenta Satélite de Cultura de Bogotá, los Clústeres de Cámara de Comercio de Bogotá y la Estrategia de Especialización Inteligente.

En 2016, los segmentos culturales de Artes escénicas, Audiovisual, Libros y publicaciones y Música de Bogotá, generaron \$2,6 billones de pesos (valores constantes de 2010) en términos de valor agregado, de acuerdo con la información publicada por la CSCB, cifra que de acuerdo a las estimaciones efectuadas por el Observatorio de Desarrollo Económico de Bogotá - ODEB - equivale al 1,3% del Producto Interno Bruto - PIB - producido por la capital ese mismo año. Adicionalmente, el ODEB estimó que Bogotá produjo el 50% del valor agregado generado a escala nacional por los cuatros segmentos culturales antes mencionados

#### 4.1. El empleo en las industrias creativas y Culturales

Con relación a la medición del empleo generado por las ICC de la capital, el equipo de la CSCB implementó una metodología de trabajo y análisis por medio de la cual determinó que era relevante medir la intensidad del factor trabajo utilizado en los distintos procesos productivos para reflejarlos posteriormente en términos de la jornada laboral establecida legalmente en el país, es decir, estandarizar el número total de empleos directos con una media de 48 horas semanales, esto es, identificar los trabajos equivalentes a tiempo completo –TETC–. A partir de este proceso, se estimó que el total de empleos directos equivalentes a tiempo completo, en adelante EDETC, en las industrias culturales y creativas de Bogotá fue de 102.280 para el año 2016, siendo la ciudad que a escala nacional concentra la mayor proporción de este tipo de empleos (EDETC). De hecho, durante 2016, cuatro de cada diez de estos fueron generados en la capital del país, según se establece a partir de la información publicada por la CSCB y la matriz de trabajo que consolidan la Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales y el Ministerio de Cultura para los sectores culturales, como se observa en la gráfica 2.

**Gráfico 2. Empleos directos equivalentes a tiempo completo generados por el campo cultural, en Colombia y Bogotá, 2014 – 2016**



Fuente: DANE, DSCN-Matriz de trabajo de la Cuenta Satélite de Cultura para nacionales y Boletín técnico de CSCB para Bogotá, cálculos ODEB

Según sector o segmento cultural, educación cultural y patrimonio material es el mayor generador de empleos directos (EDET) en las ICC. Durante 2016, este sector concentró el 32% de los puestos de trabajo estimados en la ciudad, seguido en importancia por los sectores de diseño publicitario y actividades audiovisuales.<sup>11</sup>

En el último año, el total de empleos directos (EDET) que se generaron en actividades relacionadas con las ICC en Bogotá se incrementó en 3,4% respecto a 2015. Sectorialmente, se registró aumento en las actividades audiovisuales y de educación cultural y patrimonio material, con variaciones de 25,9% y 11,6%, respectivamente (ver tabla 3).

11 TETC- El indicador de puestos de trabajo equivalente a tiempo completo (en inglés, Full-Time Equivalent) es una media económica que permite aproximarse al número promedio de trabajadores que se desempeñaron laboralmente durante el año objeto de observación. Se obtiene como la relación entre el total de horas trabajadas por varios trabajadores o empleados a tiempo parcial, por la cantidad de horas de un período laboral completo, en este, caso un año. Este indicador permite estandarizar el rendimiento temporal de los trabajadores a tiempo parcial para poder llevar a cabo comparaciones.

**Tabla 3. Oferta laboral del campo cultural\*. Trabajo equivalente a tiempo completo - TETC, por segmentos del campo cultural**

Segmentos del Campo Cultural	2014	2015	2016	Var. Porc. (%) - 16/15
Libros y publicaciones, Juegos y juguetes	8.709	8.450	7.702	-8,9
Audiovisuales	8.783	17.375	21.872	25,9
Diseño**	25.269	28.251	28.254	0,0
Artes visuales, música, artes escénicas, Creación	15.270	15.543	11.762	-24,3
Educación Cultural y Patrimonio material	28.976	29.285	32.690	11,6
Total ocupados	87.007	98.903	102.280	3,4

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

\* La oferta laboral incorpora empleo asalariado e independiente, calculado por la Cuenta Satélite de Cultura para Bogotá – CSCB

\*\* Solo incluye empleo de diseño publicitario/Publicidad

La información publicada por CSCB permitió conocer la distribución de empleos directos de los sectores culturales en Bogotá según categoría ocupacional. En este sentido, durante 2016 siete de cada diez correspondieron a asalariados, aumentando en ocho puntos porcentuales respecto a la proporción establecida en 2014. En forma complementaria, la proporción de independientes disminuyó, como se aprecia en la gráfica 3.

Si bien la CSCB proporciona información de la oferta laboral en Bogotá, es necesario precisar que, para el sector de Diseño, la información corresponde a publicidad, medida esta última bajo el código 7430 de la Clasificación Internacional Industrial Uniforme de Actividades Económicas -CIIU- Revisión 3.1 adaptada para Colombia. En razón a que el Convenio Andrés Bello (2015) contempla para el sector Diseño subsectores no medidos a la fecha (arquitectónico, industrial, gráfico, textil, moda, joyas y web). El Observatorio de Desarrollo Económico de Bogotá –ODEB– estimó dicha información partiendo de la estructura planteada por la Matriz de trabajo y las tablas correlativas entre CIIU 3,1 y CIIU 4. Así, para 2016 el total de la oferta laboral cultural de Bogotá se estimó en 114.580 EDETC, de los cuales, cerca de 12.300 corresponden a los subsectores antes mencionados.

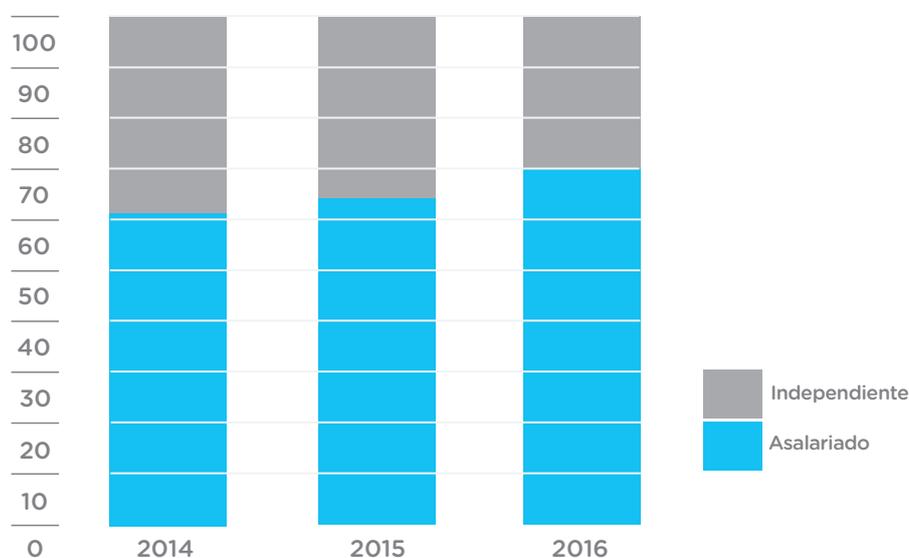
La CSCB también permitió establecer el total de empleos directos (EDETC) asalariados para cada sector cultural. Al respecto, el ODEB agregó la estimación de asalariados en el sector Diseño en 9.100 (EDETC), integrado por los subsectores arquitectónico, industrial, gráfico, textil, moda, joyas y web (ver tabla 5).

El mayor número de empleos directos asalariado (EDETC) en las ICC se concentró en tres sectores: educación cultural y patrimonio material; audiovisual y radio; y

diseño publicitario (publicidad), representando el 76,8% de los puestos de trabajo que se desempeñaron en estas industrias durante 2016.

Entre 2014 y 2016 aumentó en 19.423 el número asalariados en las ICC de la capital, denotando mayor estabilidad y calidad en los empleos generados por la ciudad en estos sectores productivos.

**Gráfico 3. Desagregación del empleo en las ICC de Bogotá según categoría ocupacional. 2014 - 2016**



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

A partir del número de empresas y de empleos directos generados sectorialmente, se determinó que en las industrias creativas y culturales las empresas ocupan en promedio menos de 10 personas, sin tener en cuenta el sector de educación cultural. Al incluirlo, el promedio asciende a la cifra de 22 personas ocupadas en los 10 sectores.

**Tabla 4. Total de ocupados asalariados en cada sector de ICC de Bogotá. Participación porcentual y variación 2014 y 2016**

Descripción	2014	2016	Part. Porc. (%) - 16	Var. Porc. (%) - 16/14
Libros y publicaciones	4.967	4.892	6,1	-1,5
Juegos y juguetería	1.649	1.624	2,0	-1,5
Audiovisual y radio	5.958	17.905	22,3	200,5
Diseño publicitario / Publicidad	15.910	17.688	22,0	11,2
Artes visuales	655	827	1,0	26,2
Artes escénicas y espectáculos artísticos	527	664	0,8	26,0

Creación y propiedad intelectual	811	1.024	1,3	26,2
Música	361	455	0,6	26,2
Educación Cultural y Patrimonio material	22.584	26.066	32,5	15,4
Total ICC (publicado DANE)	53.422	71.145	88,7	33,2
Diseño*	7.400	9.100	11,3	23,0
Total ICC (incluyendo Diseño*)	60.822	80.245	100,0	31,9

Fuente: DANE, DSCN-Matriz de trabajo, de la Cuenta Satélite de Cultura, cálculos ODEB

\* Subsectores estimados por ODEB (arquitectónico, industrial, gráfico, textil, moda, joyas y web)

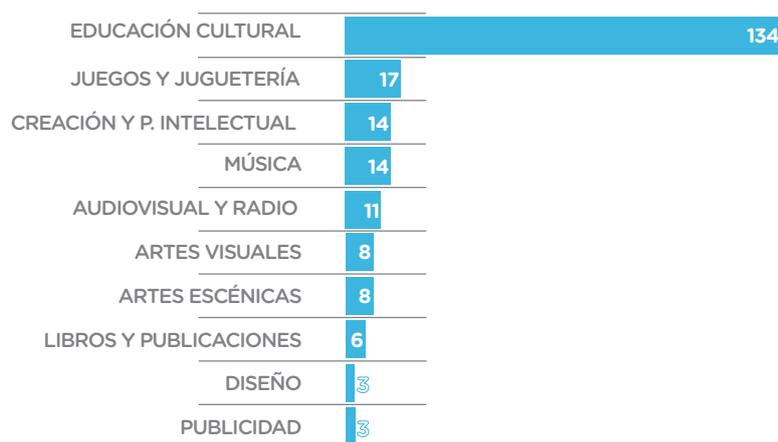
Es relevante señalar que el sector educación comprende todas las empresas que se dedican a la prestación del servicio en los niveles de primera infancia, preescolar, básica, media, superior y educación para el trabajo y el desarrollo humano –IETDH–. Así mismo este sector comprende la educación formal y aquella que se imparte en establecimientos que no se ajustan a la estructura de niveles, es por ello, que el número de ocupados en el mismo es superior a la media estimada para estas industrias.

## 4.2. El comercio exterior en las industrias creativas y culturales

Es relevante analizar la evolución del comercio exterior de las industrias creativas y culturales en Bogotá, toda vez que esto permite determinar cuáles son los sectores de las ICC que más contribuyen con sus ventas en el exterior, así como los sectores que demandan mayor cantidad de bienes del extranjero para llevar a cabo sus actividades económicas. De igual forma es interesante identificar los principales países de origen de los bienes importados, el destino de los bienes vendidos en el exterior y los principales productos bogotanos demandados por las economías extranjeras. Lo anterior permitirá mostrar la relevancia de cada sector cultural en el mercado internacional.

Para la elaboración de este análisis, el ODEB estimó las cifras a partir de los datos disponibles de comercio exterior de bienes en el DANE. Es importante aclarar que las cifras de exportaciones e importaciones de servicios de las industrias culturales y creativas no están disponibles para Bogotá, toda vez que la información recabada por el DANE corresponde al total nacional. Adicionalmente, la información disponible no permite clasificar el comercio exterior de servicios para los sectores de las industrias culturales y creativas.

**Gráfico 4. Promedio de personas ocupadas en las industrias creativas y culturales de Bogotá. 2016**



Fuente: DANE, DSCN-Matriz de trabajo, de la Cuenta Satélite de Cultura, cálculos ODEB

#### 4.2.1. Importaciones de bienes culturales

Las importaciones bogotanas de bienes asociados a las industrias creativas y culturales disminuyeron entre 2015 y 2016 en 14,7%, al pasar de US\$207.710 millones CIF en 2015 a US\$177.222 millones CIF en 2016. El total de los bienes que ingresaron a la capital como importaciones de las ICC se distribuyeron en cinco de los diez sectores objeto de estudio (ver tabla 6). Al sector de Juegos y juguetes correspondió el mayor porcentaje del valor total de bienes comprados en el exterior, con un 55%. Este sector fue también el que más contribuyó en la caída de las importaciones de las ICC en el año 2016, restando 8,1 puntos porcentuales (p.p.), seguido de libros y publicaciones, que representó el 31% del total de las importaciones y restó 4,5 p.p. a la variación calculada para el periodo.

**Tabla 5. Importaciones bogotanas de ICC según sector cultural (Miles de US - CIF) 2015 y 2016**

Sector	Valor importaciones 2015	Valor importaciones 2016	Distrib. Porc. (%) '16	Variac. Porc. (%) '16/'15	Contribución en p.p
Música	34.880	25.024	14%	-28,3	-2,1
Juegos y juguetes	103.456	97.429	55%	-5,8	-8,1
Libros y publicaciones	68.279	54.187	31%	-20,6	-4,5
Audio visual	2	3	0,002%	55,4	-0,0
Artes visuales	1.095	579	0,3%	-47,1	-0,1
Total	207.710	177.222	100%	-14,7	-14,7

Fuente: DIAN – Legiscomex, Cálculos ODEB

El sector de música representó el 14% de las compras y los sectores de audiovisuales y artes visuales participaron tan solo con el 0,3% de las importaciones de la capital.

Según partida arancelaria, Juguetes y rompecabezas (P.A 9503), Libros, folletos e impresos similares (P.A 4901) y Artículos para juegos de sociedad (P.A 9504), son los grupos homogéneos de bienes que concentran los mayores porcentajes de las compras realizadas en el exterior desde Bogotá, como se aprecia en la tabla 7. En conjunto, estos tres grupos representaron el 80% del valor de las compras efectuadas en 2016.

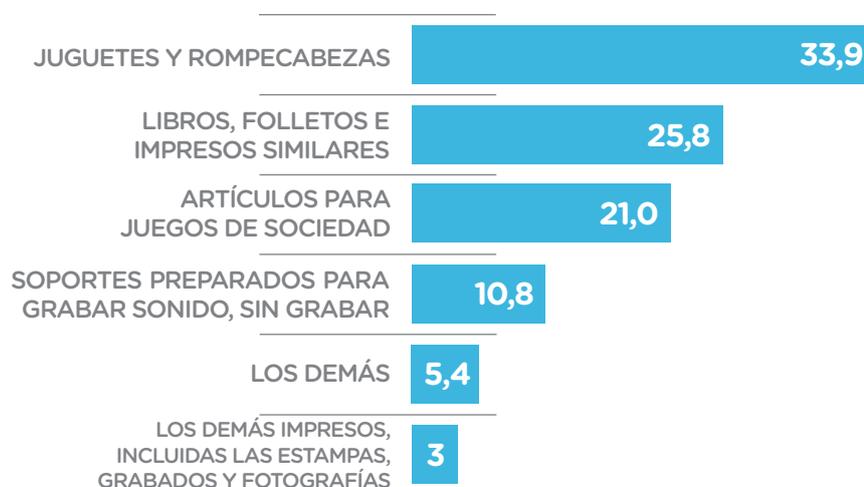
**Tabla 6. Importaciones bogotanas de ICC según partida arancelaria. (Miles de US - CIF) 2015 y 2016**

Cód. partida	Descripción	2015	2016	Variac. Porc. (%) '16/'15	Distrib. Porc. (%) '16
9503	Juguetes y rompecabezas	67.923	60.143	-11,5	33,9
4901	Libros, folletos e impresos similares	54.063	45.701	-15,5	25,8
9504	Artículos para juegos de sociedad	35.533	37.286	4,9	21,0
8523	Soportes preparados para grabar sonido, sin grabar	27.794	19.088	-31,3	10,8
4911	Los demás impresos, incluidas las estampas, grabados y fotografías	7.469	5.354	-28,3	3,0
4902	Diarios y publicaciones periódicas	4.274	1.660	-61,2	0,9
9207	Instrumentos musicales con amplificación electrónica	1.823	1.445	-20,7	0,8
9209	Partes y accesorios de instrumentos	1.305	1.436	10,0	0,8
9205	Instrumentos musicales de viento	1.285	1.165	-9,4	0,7
9206	Instrumentos musicales de percusión	961	731	-23,9	0,4
4908	Calcomanías de cualquier clase.	545	697	27,8	0,4
9202	instrumentos musicales de cuerda	717	673	-6,1	0,4

Cód. partida	Descripción	2015	2016	Variac. Porc. (%) '16/'15	Distrib. Porc. (%) '16
4903	Álbumes o libros de estampas y cuadernos para dibujar o colorear, para niños.	833	392	-52,9	0,2
9201	Pianos, incluso automáticos y demás instrumentos con teclado.	840	317	-62,2	0,2
	Los demás	2.346	1.134	-51,7	0,6
	<b>Total Importaciones</b>	<b>207.710</b>	<b>177.222</b>	<b>-14,7</b>	<b>100,0</b>

Fuente: DIAN – Legiscomex, Cálculos ODEB

### Gráfico 5. Principales grupos de productos de las ICC importados desde Bogotá. 2016



Fuente: DIAN – Legiscomex, Cálculos ODEB

China es el mayor proveedor de bienes asociados a las ICC, bienes demandados por Colombia y Bogotá (ver tabla 8) en el mercado exterior. China participó como proveedor del 37,3% de las compras realizadas por Bogotá a escala internacional de este tipo de bienes. Desde Estados Unidos provino el 25% de los bienes transados en el exterior, destacándose este país como el segundo mayor mercado de compra para Bogotá. Al comparar la compra nacional de bienes de las ICC en el extranjero con el total de compras realizadas desde Bogotá se perciben diferencias en el orden de los socios comerciales, así como en la tendencia del valor de las compras. De hecho, para el total nacional se presentó crecimiento de las compras entre 2015 y 2016, mientras que para Bogotá disminuyó 14,7%.

**Tabla 7. Importaciones bogotanas de ICC según país de origen. (Miles de US - CIF) 2015 y 2016**

Cód. país	País de origen	2015	2016	Variac. Porc. (%) '16/'15	Distrib. Porc. (%) '16
215	China	79.084	66.031	-16,5	37,3
249	Estados Unidos	46.949	44.373	-5,5	25,0
245	España	16.773	14.579	-13,1	8,2
493	México	11.187	10.433	-6,7	5,9
628	Reino Unido	6.819	5.358	-21,4	3,0
072	Austria	5.806	4.732	-18,5	2,7
247	Eslovenia	3.422	3.019	-11,8	1,7
023	Alemania	3.212	2.909	-9,4	1,6
149	Canadá	5.419	2.117	-60,9	1,2
455	Malasia	1.909	1.757	-7,9	1,0
365	Indonesia	2.204	1.710	-22,4	1,0
589	Perú	969	1.696	75,0	1,0
275	Francia	1.293	1.226	-5,2	0,7
855	Vietnam	777	1.198	54,1	0,7
	Los demás	21.887	16.083	-26,5	9,1
	<b>Total Importaciones</b>	<b>207.710</b>	<b>177.222</b>	<b>-14,7</b>	<b>100,0</b>

Fuente: DIAN – Legiscomex, Cálculos ODEB

Estados Unidos se destaca en el contexto internacional como el principal exportador de juguetes, siendo el origen del 31,3% del total de las compras de estos productos a nivel mundial, mientras que Colombia se ubica en la posición 49 a escala mundial con ventas que se cuantificaron para 2016 en US\$101,9 millones, estando por debajo de naciones latinoamericanas como México, país con un valor comercializado ocho veces mayor respecto al de Colombia (US\$810.535 millones), como se aprecia en la tabla 9. Entre los productos de mayor comercialización internacional se encuentran productos como triciclos, patines y muñecos con figura de humanos.

**Tabla 8. Principales países exportadores de juguetes y rompecabezas (P.A 9503 del S.A). 2016**

Posición escalafón mundial	País exportador	Valor US\$ miles	Part. Porc. (%)
1	Estados Unidos	14.584.943	31,3
2	Alemania	2.980.254	6,4
3	Reino Unido	2.878.962	6,2
4	Francia	2.106.646	4,5
5	Hong Kong, China	2.022.035	4,3
6	Japón	1.996.230	4,3
16	México	810.535	1,7

Posición escalafón mundial	País exportador	Valor US\$ miles	Part. Porc. (%)
26	Chile	268.222	0,6
30	Brasil	227.422	0,5
49	Colombia	101.976	0,2
	Mundial	46.666.698	100,0

Fuente: UN Comtrade, disponible en página Web. Consulta Diciembre de 2017

#### 4.2.2. Exportaciones de bienes culturales

En el 2016 las exportaciones de las industrias creativas y culturales a nivel nacional ascendieron a US\$38,8 millones, lo que significó una reducción de 10.8% frente a 2015 cuando fueron de 43.494.191 millones. Bogotá lideró las ventas al exterior con US\$ 34.3 millones, cifra que representó el 88,5% del total de las ventas de ICC en el mercado exterior para 2016. Entre 2015 y 2016, las exportaciones de Bogotá se contrajeron 17,3%, principalmente por la menor demanda externa de libros, folletos e impresos (P.A 4901) desde México y Ecuador, y en segunda instancia, por la menor compra de soportes grabados para reproducir sonido (P.A 8523) desde Ecuador, Guatemala y México. A escala nacional se evidencio una reducción de 10,8%, principalmente por el menor ritmo de ventas realizadas desde Bogotá, Norte de Santander, Cundinamarca y Santander, como se aprecia en la tabla 9.

En contraste, se destaca el incremento en las ventas registradas desde los departamentos de Atlántico y Nariño. En el primero de estos, asociadas al mayor volumen de ventas de libros, folletos e impresos (P.A 4901), así como diarios y publicaciones periódicas (P.A 4902). En el caso de Nariño, con la mayor demanda externa de impresos con estampas, grabados y fotografías (P.A 4911), estos últimos, dirigidos principalmente a Panamá (98%).

**Tabla 9. Exportaciones de ICC según departamento y distribución porcentual 2016, Dólares FOB**

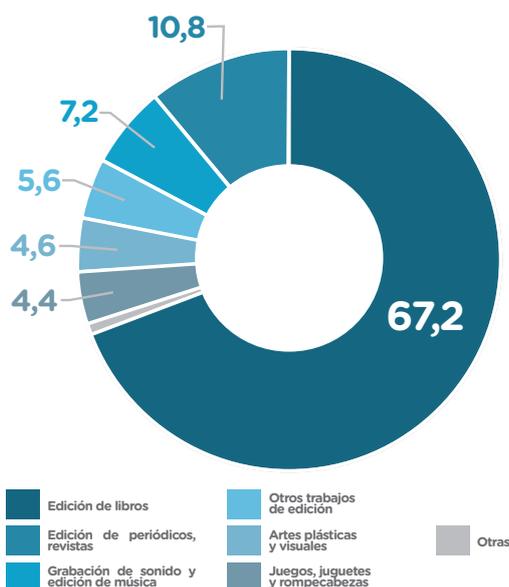
Departamento	2015	2016	Variación '16 / '15	Distrib. Porc. 2016
Bogotá	41.547.351	34.369.928	-17,3	88,5
Atlántico	397.270	2.645.547	565,9	6,8
Bolívar	680.959	882.831	29,6	2,3
Valle	356.218	406.983	14,3	1,0
Antioquia	200.012	310.266	55,1	0,8
Norte de Santander	187.342	137.027	-26,9	0,4
Cundinamarca	108.688	4.546	-95,8	0,0
Nariño	16.156	58.547	262,4	0,2

Departamento	2015	2016	Variación '16 / '15	Distrib. Porc. 2016
Santander	195	7	-96,4	0,0
Total	43.494.191	38.815.681	-10,8	100,0

Fuente: DIAN – Legiscomex, Cálculos ODEB

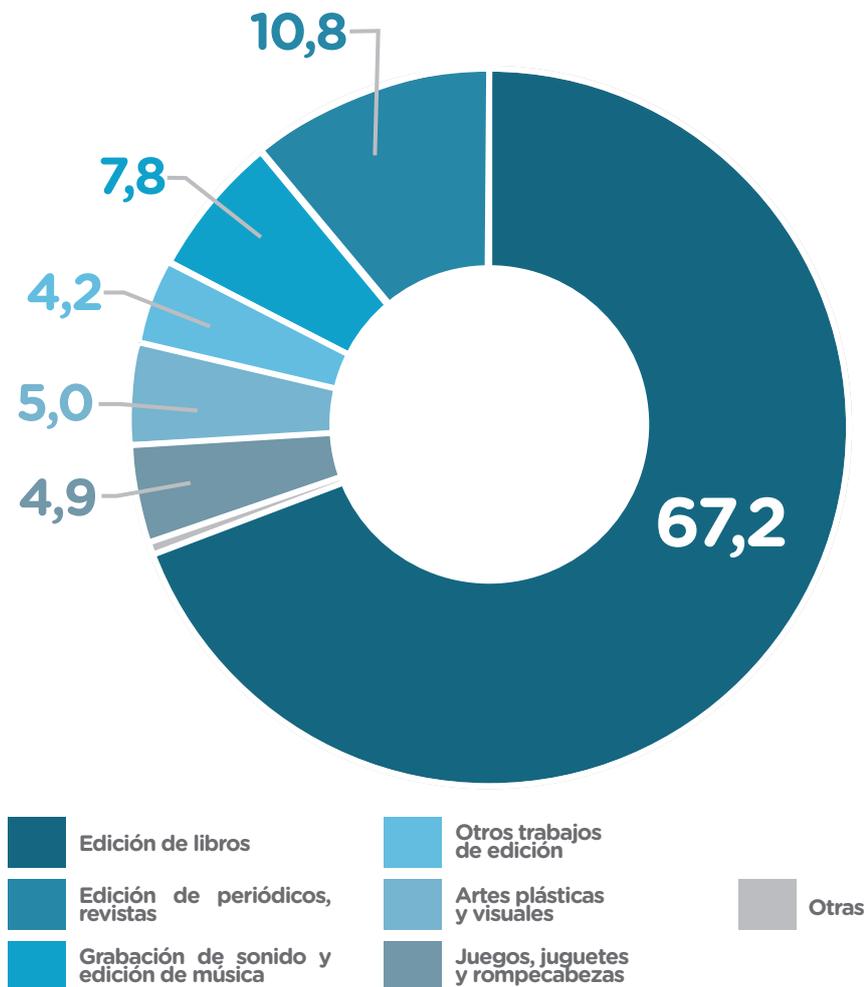
Al analizar las exportaciones según la clasificación CIIU Rev 4 a.c, se identificó que: edición de libros es el sector líder, el cual representó el 67,2% del total de las ventas en 2016, tanto a nivel nacional como en Bogotá. De hecho, la estructura de las ventas al exterior de Bogotá se asemeja a la nacional. La representatividad en las exportaciones presenta pequeñas variaciones pero el orden de los sectores se mantiene (ver gráficas 6 y 7). La edición ya sea de libros, periódicos, otros trabajos de edición, revistas y música es recurrente en las exportaciones, esta actividad representa cerca del 94% del total exportado por las ICC a nivel nacional y Bogotá, posicionándose así, como una actividad que da muestras de una fuerte vocación exportadora, y se posiciona como líder dentro de las industrias creativas y culturales.

**Gráfico 6. Exportaciones colombianas de ICC según clasificación CIIU Rev 4 a.c 2015 y 2016**



Fuente: DIAN – Legiscomex, Cálculos ODEB

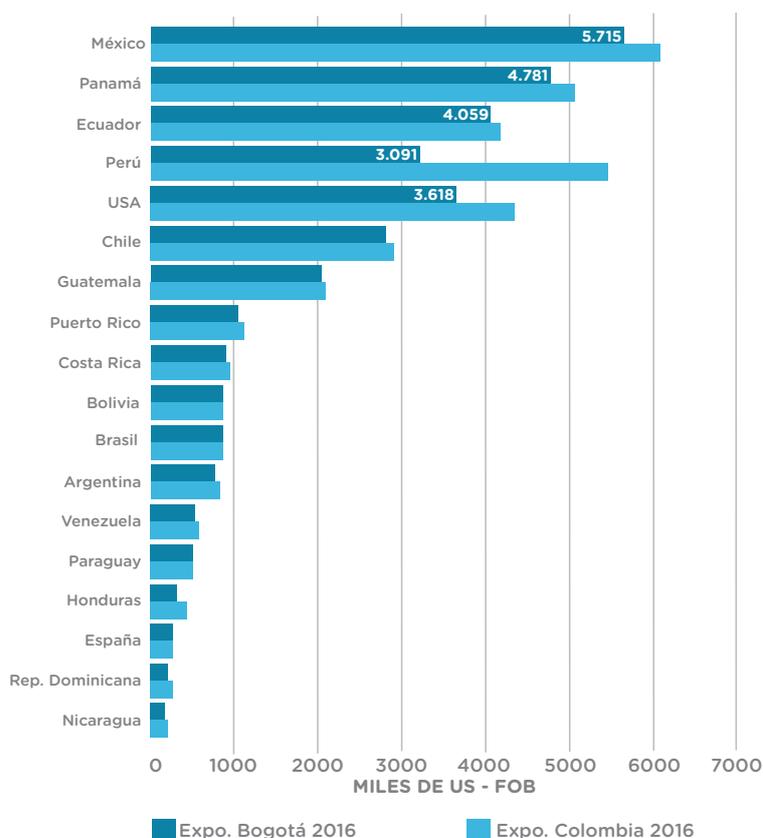
**Gráfico 7. Exportaciones bogotanas de ICC según clasificación CIU Rev 4 a.c 2015 y 2016**



Fuente: DIAN – Legiscomex, Cálculos ODEB

Los países de América fueron el principal destino de las exportaciones de las ICC de Bogotá y Colombia durante 2016, siendo México el destino que demandó mayor cantidad de bienes culturales desde Bogotá, con US\$5,7 millones, seguido de Panamá con US\$4,8 millones y Ecuador US\$4,1 millones, como se aprecia en la gráfica 8. España se destaca como el único país de Europa al cual llegaron exportaciones de las ICC colombianas y bogotanas, para el la nacional representaron el 0,9% del total de las ventas externas y para la capital el 1,1%.

**Gráfico 8. Exportaciones colombianas y bogotanas de ICC según país de destino. Miles de US FOB. 2016**



Fuente: DIAN – Legiscomex, Cálculos ODEB

Es importante señalar que las exportaciones nacionales y de Bogotá tienen un comportamiento similar, siendo la capital la ciudad que más aporta, al generar el 90% del total de las ventas externas del país.

Las ventas de Libros, folletos e impresos son el principal rubro transado por el país en el mercado exterior con relación a las ICC, sin embargo, Colombia se posiciona en el entorno internacional en el escalafón 38 de los principales oferentes de este grupo de bienes (ver tabla 11), de acuerdo con las estadísticas consolidadas por Naciones Unidas a través de UN Comtrade. A escala mundial los países que lideran el mercado de estos productos son Reino Unido y Estados Unidos, no obstante, si se acota el análisis a la región de América Latina y el Caribe, sobresalen México y Colombia. Es importante destacar, que las ventas de México son cuatro veces las de Colombia.

**Tabla 10. Principales países exportadores de libros, folletos e impresos (P.A 4901 del S.A). 2016**

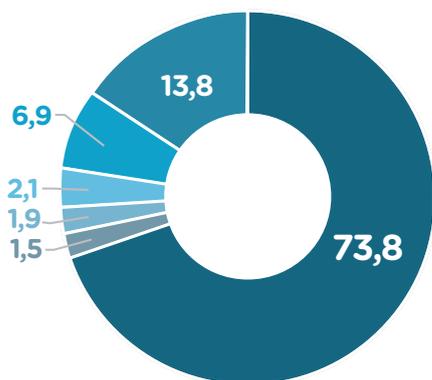
Posición escalafón mundial	País exportador	Valor US FOB \$ miles	Part. Porc. (%)
1	Reino Unido	2.401.955	15,5
2	Estados Unidos	2.362.071	15,2
3	Alemania	1.506.767	9,7
4	Hong Kong, China	1.159.810	7,5
5	China	1.070.862	6,9
6	Polonia	808.865	5,2
18	México	160.940	1,0
38	Colombia	36.241	0,2
43	Argentina	26.087	0,2
46	Perú	22.326	0,1
	Mundial	15.493.952	100,0

Fuente: UN Comtrade, disponible en página Web. Consulta Diciembre de 2017

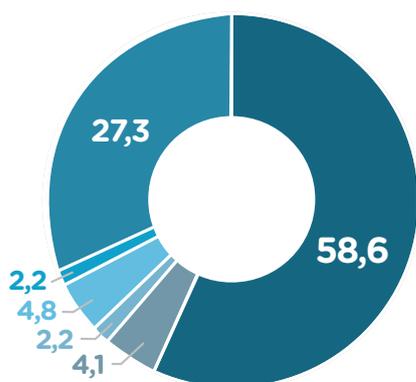
En el caso de México, los libros, folletos e impresos (P.A 4901) representaron el 73,8% del total de las compras realizadas desde ese país a Colombia durante 2016, respecto a los bienes relacionados con las ICC. Esa misma partida arancelaria representó en Panamá el 58,6% y el 86,9% para Ecuador. Es importante destacar que, al realizar un análisis más extenso, incluyendo los 10 principales grupos de productos exportados por Colombia, se evidencia una clara tendencia hacia la concentración de las ventas externas en dos grupos de bienes, sin importar el país de destino: libros, folletos e impresos, seguido de soportes para grabar sonido. En general, estas dos partidas arancelarias representan más del 80% de las ventas de las ICC hacia cada país de destino, como se observa en la gráfica 9.

**Gráfico 9. Principales países de destino de las exportaciones de ICC desde Colombia. 2016**

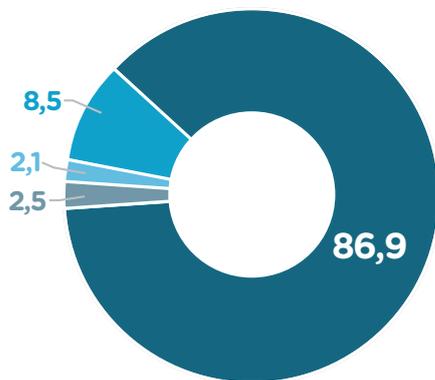
**EXPO - MÉXICO**



**EXPO - PANAMÁ**



**EXPO - ECUADOR**



Fuente: DIAN – Legiscomex, Cálculos ODEB

De hecho, el 84% de las ventas externas de bienes de ICC desde Colombia están representadas en tres partidas arancelarias: Libros, folletos e impresos, Diarios y publicaciones periódicas y Soportes para grabar sonido, según se detalla en la tabla 11. Estos mismos grupos de productos concentraron el 85,2% del total de las ventas externas de Bogotá en 2016.

De acuerdo con la información provista por DIAN-Legiscomex, Bogotá es el principal proveedor para el mercado externo de bienes de los sectores culturales. Durante los últimos dos años la capital del país generó el 92,2% de las exportaciones registradas, participación que decreció ligeramente a 88,5% en 2016 (ver tablas 9 y 11).

**Tabla 11. Exportaciones de ICC según principales partidas arancelaras en Colombia y Bogotá. 2015 y 2016**

Partida	Descripción de partida	Colombia	Distrib. Porc. (%) Colombia	Bogotá	Distrib. Porc. (%) Bogotá	Part. Bogotá / Colombia
4901	Libros, folletos e impresos	54.758	66,5	50.564	66,6	92,3
4902	Diarios y publicaciones periódicas	8.875	10,8	8.222	10,8	92,6
8523	Soportes para grabar sonido	5.940	7,2	5.885	7,8	99,1
4911	Impresos como estampas, grabados y fotografías	3.809	4,6	3.141	4,1	82,5
9703	Obras originales de estatuaria o escultura	2.277	2,8	2.245	3,0	98,6
9503	Juguetes y rompecabezas	2.135	2,6	1.933	2,5	90,6
9701	Pinturas y dibujos a mano	1.428	1,7	1.427	1,9	99,9
9504	Juegos de sociedad	1.512	1,8	1.281	1,7	84,7
Las demás	Las demás	1.576	1,9	1.220	1,6	77,4
	<b>Total</b>	<b>82.310</b>	<b>100,0</b>	<b>75.917</b>	<b>100,0</b>	<b>92,2</b>

Fuente: DIAN – Legiscomex, Cálculos ODEB

### 4.3. Producción fabril de las industrias creativas y culturales

En Colombia la Encuesta Anual Manufacturera –EAM–<sup>12</sup> del DANE recaba información sobre la producción fabril de distintos grupos homogéneos de productos, organizados estadísticamente bajo los preceptos establecidos por la Clasificación Central de Productos CPC versión 2 adaptada para Colombia y la Clasificación CIIU Rev. 4 adaptada para Colombia. Esta encuesta permite un acercamiento a la producción de bienes relacionados con los sectores culturales de Juegos y juguetería y Libros y publicaciones.

<sup>12</sup> La Encuesta Anual Manufacturera EAM, es una operación estadística dirigida a establecimientos productivos que emplean 10 o más personas

En la tabla 11 se presentan las principales variables del sector fabril, referido a la manufactura de actividades de impresión y servicios relacionados. En total, 453 establecimientos productivos realizaron acciones fabriles en Colombia durante 2016, de los cuales el 49,7% se ubica en Bogotá. Este tipo de unidades productivas constituyen el 7,7% del total de establecimientos de la capital del país y el 5,5% de los de Colombia.

De acuerdo con la EAM, a escala nacional, un total de 22.092 personas estuvieron ocupadas por este sector fabril, en establecimientos que emplearon 10 o más personas; las empresas dedicadas a esta labor en Colombia generaron durante 2016 \$1,3 billones de pesos correspondientes a valor agregado, de los cuales el 46,7% fue provisto por empresas bogotanas (ver tabla 12).

**Tabla 12. Principales variables manufactureras de las Actividades de Impresión y servicios relacionados. Colombia y Bogotá. 2016 Millones de pesos**

Variable	Colombia	Part. Porc (%) en el total nacional	Bogotá	Part. Porc (%) en el total de la ciudad	Part. Porc (%) Bogotá / Colombia
Número establecimientos	453	5,4	225	7,7	49,7
Personal Ocupado	22.092	3,0	10.426	5,2	47,2
Producción Bruta	3.090.511	1,3	1.543.424	4,0	49,9
Valor agregado	1.326.607	1,5	619.548	4,0	46,7
Total activos	2.332.132	1,5	1.548.101	4,9	66,4

Fuente: DANE , EAM

Entre los principales grupos homogéneos fabricados a escala nacional se encuentran los catálogos y folletos, cuadernos plastificados y las tarjetas plásticas litografiadas. De estas últimas, en 2016 el 50% de las ventas realizadas por la industria se destinaron al mercado exterior (ver anexo 1).

De acuerdo con la EAM, en Colombia se registró un total de 24 establecimientos productivos, distintos a los comercializadores, 54,2% de ellos con sede en Bogotá. A estos, se vincularon de manera formal 2.321 personas. Los bienes manufacturados por esta línea económica tan solo representaron el 0,1% de la producción bruta fabril del país, y el 0,2% en Bogotá. Lo anterior evidencia que la fabricación de este tipo de bienes no es relevante en el país.

**Tabla 13. Principales variables manufactureras de la fabricación de juegos, juguetes y rompecabezas. Colombia y Bogotá. 2016 Millones de pesos**

Variable	Colombia	Part. Porc (%) en el total nacional	Bogotá	Part. Porc (%) en el total de la ciudad	Part. Porc (%) Bogotá / Colombia
Número establecimientos	24	0,3	13	0,4	54,2
Personal Ocupado	2.321	0,3	600	0,3	25,9
Producción Bruta	169.170	0,1	40.045	0,1	23,7
Valor agregado	94.677	0,1	24.371	0,2	25,7
Total activos	51.432	0,0	23.857	0,1	46,4

Fuente: DANE , EAM

#### 4.4. El tejido empresarial de las industrias creativas y culturales

Según la información recabada por el ODEB a partir de la base de Cámara de Comercio de Bogotá –CCB–, se determinó que 11.110 empresas de la capital hacen parte de los 10 sectores constitutivos de las industrias creativas. Cerca del 55% de las empresas pertenecen a los sectores de publicidad y diseño, el 45% restante se distribuye en los 8 sectores complementarios, entre los que se destacan audiovisual y radio, libros y publicaciones con el 25% del total del tejido empresarial de las industrias creativas de la capital. En la tabla 15 se muestra la distribución porcentual de las unidades productivas que integran los sectores culturales en Bogotá, así mismo se observa concentración en los sectores de publicidad (48%), Audiovisual y radio (15%) y Libros y publicaciones (10%) (ver tabla 15 y gráfica 10).

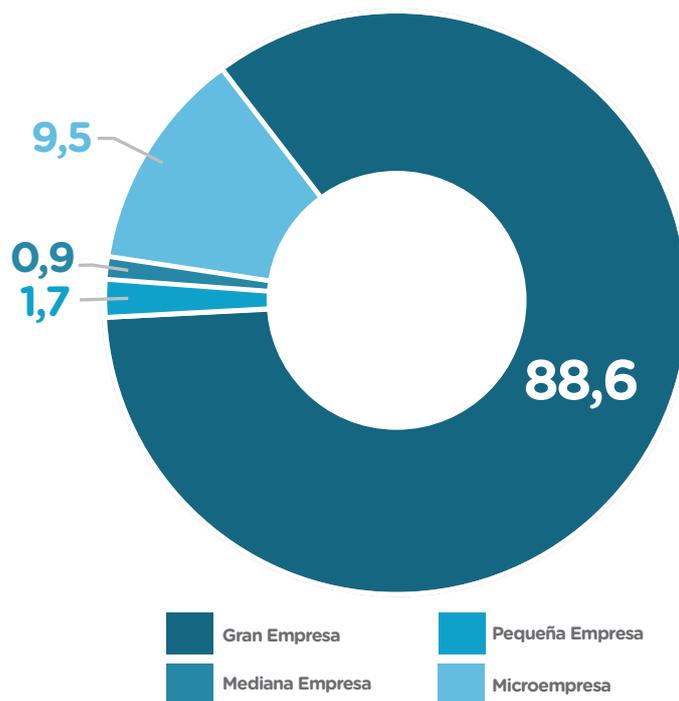
En cuanto a tamaño, la mayoría de las unidades productivas que conforman las industrias creativas corresponden a microempresas, las cuales representan el 88,3% del total. En importancia le siguen las pequeñas empresas con 9,5%. En este orden de ideas, más del 95% de las empresas de Bogotá son Mipymes, característica que comparte con la estructura de las industrias creativas identificada a escala mundial, escenario en el cual se identificó que la mayor parte de las unidades empresariales que se clasifican como ICC, emplean entre una y cinco personas.

**Tabla 14. Número de empresas que conforman los sectores de las industrias creativas y culturales en Bogotá. Participación porcentual. Agosto de 2017**

Sector cultural	Total Empresas	Part. Porc. (%)
Artes escénicas y espectáculos artísticos	448	4%
Artes visuales	328	3%
Audiovisual y radio	1.663	15%
Libros y publicaciones	1.128	10%
Música	648	6%
Creación- derechos de autor	564	5%
Diseño	799	7%
Educación cultural	98	1%
Juegos y juguetería	98	1%
Publicidad	5.336	48%
<b>Total</b>	<b>11.110</b>	<b>100%</b>

Fuente: CCB, agosto 2017. Cálculos ODEB

**Gráfico 10. Distribución porcentual de las empresas que conforman las industrias creativas y culturales en Bogotá según tamaño. Agosto 2017**



Fuente: CCB, agosto 2017. Cálculos ODEB

La estructura del tejido empresarial en cada sector cultural presenta particularidades que se reflejan a escala general en la mayor participación de las micro y pequeñas empresas, como se refirió anteriormente. En los sectores culturales de libros y publicaciones, y juegos y juguetería, sobresale la mayor representatividad relativa de las medianas empresas al interior de los mismos, como se aprecia en la tabla 15.

**Tabla 15. Distribución porcentual de las empresas bogotanas de las ICC según sector por tamaño. Agosto 2017**

Sector cultural	Gran empresa	Mediana empresa	Microempresa	Pequeña empresa
Artes escénicas y espectáculos artísticos	0,0	0,0	94,9	5,1
Artes visuales	0,0	1,2	93,0	5,8
Audiovisual y radio	0,7	2,0	86,6	10,6
Libros y publicaciones	0,9	4,5	81,6	12,9
Música	0,3	1,2	91,7	6,8
Creación- derechos de autor	0,2	0,7	95,0	4,1
Diseño	0,0	0,8	93,6	5,6
Educación cultural	0,0	0,0	96,9	3,1
Juegos y juguetería	0,0	3,1	86,7	10,2
Publicidad	0,5	1,6	87,4	10,5
Total	0,5	1,7	88,3	9,5

Fuente: CCB, agosto 2017. Cálculos ODEB

Es importante señalar que el comercio electrónico se ha convertido en un aliado estratégico para estos sectores económicos y culturales cuya oferta se constituye principalmente de servicios como la música, el diseño o la publicidad, por cuanto facilita la interacción entre compradores y oferentes, menguando barreras de acceso como tiempo y distancia. Así mismo, facilita a toda unidad empresarial, indistintamente de su tamaño, participar de este canal.

De acuerdo con el Tercer estudio de transacciones no presenciales de e-commerce realizado por el Observatorio económico de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico –CCCE– en 2016, las ventas online de este país aumentaron 64% entre 2014 y 2015 (CCCE, 2016), dinámica que se sostuvo entre 2015 y 2016, según confirmó la empresa de consultoría Blacksip, por medio del estudio de mercado minorista que llevó a cabo en colaboración con Nielsen y Facebook. Adicionalmente, Blacksip cuantificó el mercado online de Colombia en cerca de 21 millones de consumidores que acceden a las redes frecuentemente.

La CCCE identificó recientemente que el medio de pago de mayor uso en Colombia es la tarjeta de crédito con una penetración de 92%, porcentaje que para Bogotá aumenta a 94%, teniendo en cuenta que es la ciudad que concentra la mayor

proporción de tarjetahabientes. El estudio denominado Transacciones Digitales: eCommerce + Recaudo Colombia 2016 y primer semestre de 2017, de la CCCE, concluyó que los grupos de bienes y servicios de mayor demanda por canales electrónicos son muebles y artículos de decoración, los cuales concentran poco más de la mitad de los ingresos por ventas realizadas. La demanda de servicios culturales como espectáculos artísticos (conciertos, teatro y eventos deportivos) también registra mayor dinámica en los últimos años, representando cerca del 15% del valor del total de las transacciones. (CCCE, 2017).

A continuación, se ahondará en las características de cada uno de los 10 sectores que conforman las ICC en Bogotá, análisis descriptivo que se acompaña de imágenes georreferenciadas de dispersión territorial de las unidades productivas clasificadas en cada sector cultural.

#### 4.4.1. Creación y propiedad intelectual

La creación y propiedad intelectual representa el 3% de las empresas que conforman las industrias creativas y culturales. Este sector en Bogotá está compuesto por 564 empresas, agrupadas en cinco subsectores, como se precisa en la tabla 16.

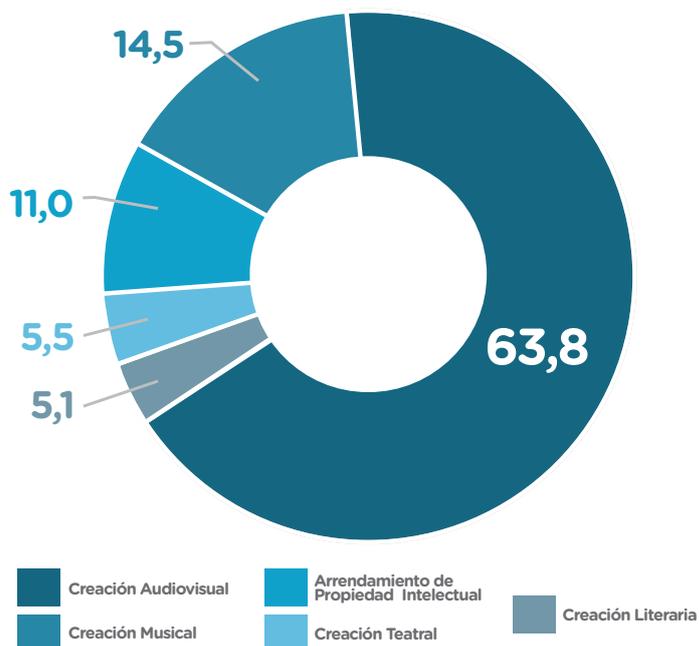
**Tabla 16. Composición del sector Creación y propiedad intelectual en Bogotá. 2017**

Descripción	Grande y mediana	Microempresa	Pequeña empresa	Total general
Arrendamiento de propiedad intelectual	5	50	7	62
Creación audiovisual		351	9	360
Creación literaria		28	1	29
Creación musical		79	3	82
Creación teatral		28	3	31
Total	5	536	23	564

Fuente: CCB, agosto 2017. Cálculos ODEB

La creación audiovisual representa el 63,8% del sector, con 351 microempresas y 9 pequeñas. Las actividades que realizan estas unidades productivas son principalmente creación de contenidos para medios de comunicación audiovisual. Este sector no incluye el funcionamiento de las salas de cine, por cuanto su negocio es reproducir, películas mas no crearlas.

**Gráfico 11. Distribución porcentual de Creación y Propiedad Intelectual, según subsector en Bogotá. Agosto 2017**



Fuente: CCB, agosto 2017. Cálculos ODEB

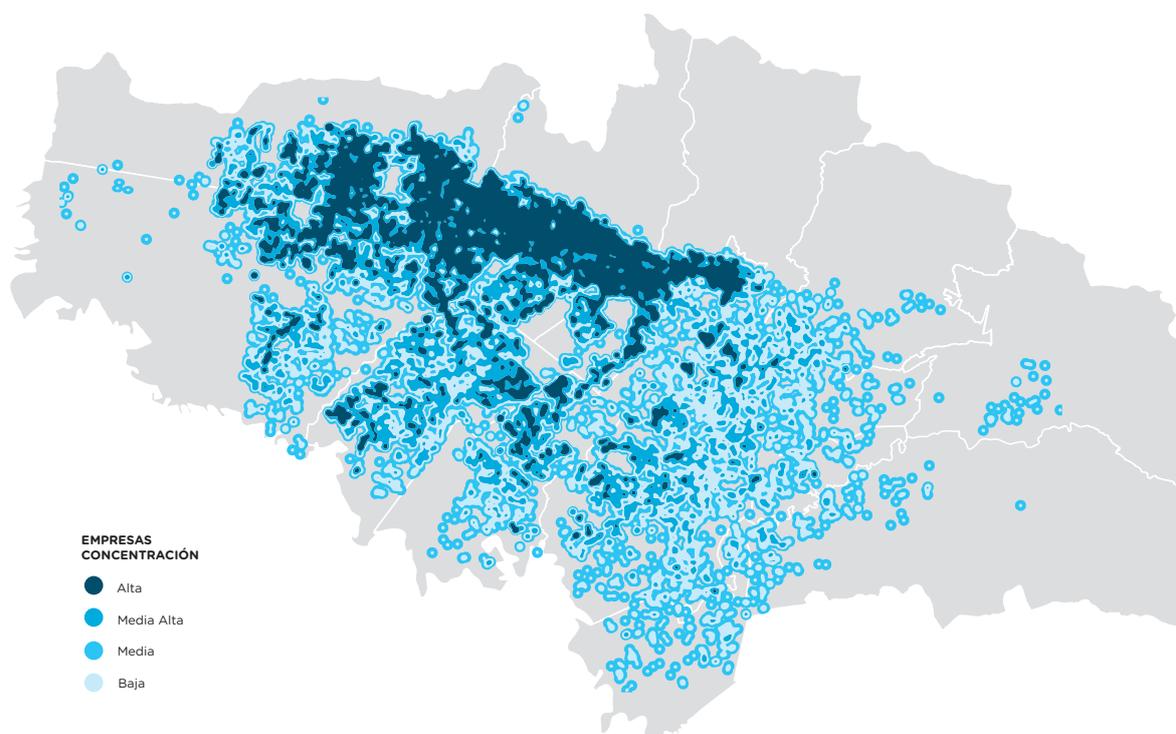
El subsector de creación musical lo integran 82 empresas que representan el 14,5% del sector. Las actividades que desempeñan estas unidades productivas se refieren a composición musical, en relación con la concepción de una pieza musical. No incluye grabación de sonido y música.

Arrendamiento propiedad intelectual y derechos de autor representan el 11% del sector y lo componen 62 empresas; no incluye las obras protegidas por derechos de autor o software.

Para los fines de esta investigación la Creación literaria se entiende como la generación de nuevas ideas o conceptos, o de nuevas asociaciones entre ideas y conceptos ya conocidos, elaborados por escritores de todos los temas (CIU. Rev. 4 A.C). Las empresas asociadas a esta actividad representan el 5,1% del total del sector con 29 empresas.

La creación teatral, entendida como las actividades de elaboración y adaptación de contenidos en la rama del arte escénico, previos a la ejecución o montaje, relacionados con la actuación y representación de historias (CIU. Rev. 4 A.C), está integrado por 31 empresas que representan el 5,5% del sector.

**Mapa 1.      Dispersión geográfica de las empresas que conforman la Creación y propiedad intelectual en Bogotá. 2017**



Fuente: CCB, agosto 2017. Cálculos ODEB

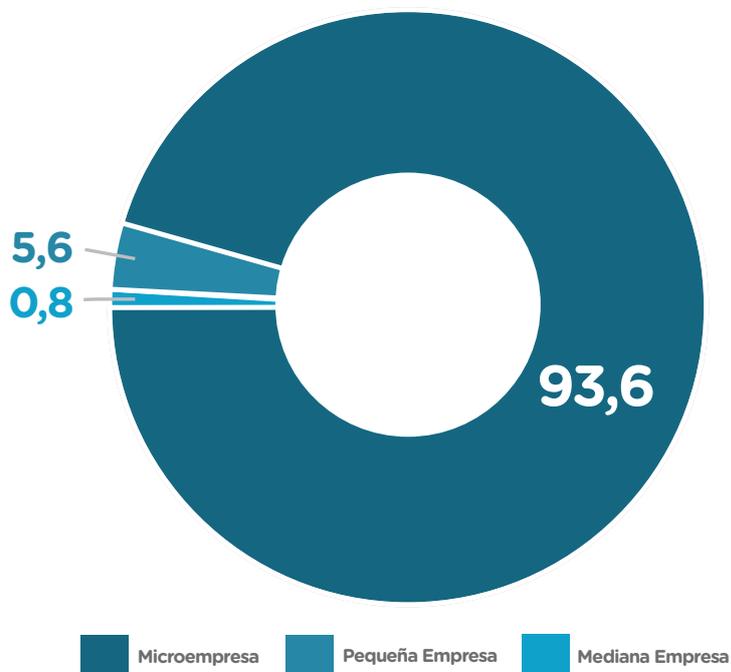
Con relación a su ubicación geográfica, cuatro localidades concentran el 70% de las empresas de este sector destacándose Chapinero y Usaquén como se aprecia en el mapa 1, en tanto que las 10 localidades que se ubican al sur de la capital concentran el 7,6%. El análisis geoespacial con un radio de acción de 200 metros permitió establecer que Chapinero es la zona de la ciudad donde existe mayor densidad de este tipo de empresas.

#### 4.4.2. *Diseño*

El sector de Diseño está conformado por 779 empresas que representan 7% de las unidades productivas de las industrias creativas y culturales -ICC- de la capital, siendo este el sector más relevante en número de empresas. Para los fines de esta investigación el diseño incluye, prendas de vestir, telas, calzado, joyas, muebles y otros artículos de decoración interior, de moda, así como el diseño industrial, es decir, creación y desarrollo de diseños y especificaciones que optimizan la utilización y las actividades de los diseñadores gráficos. (CIIU. Rev 4. AC).

En este sector se destaca la oferta de artículos artesanales y aquellos con grabados, pinturas y terminaciones elaboradas a mano. El canal principal de comercialización a través del cual se distribuye este grupo de productos es el comercio minorista, según estudios de mercado realizados por los principales gremios de comerciantes y productores del país, entre ellos, Fenalco y Andi.

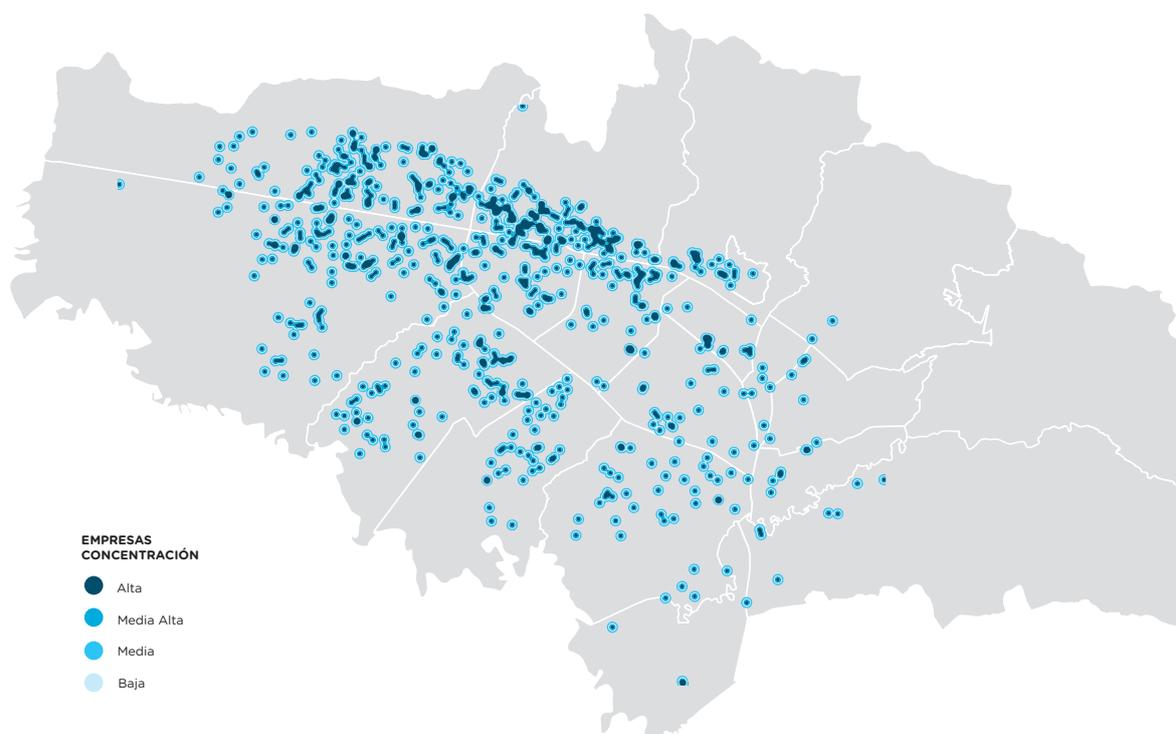
**Gráfico 12. Distribución porcentual del sector de Diseño según tamaño de empresa en Bogotá. 2017**



Fuente: CCB, agosto 2017. Cálculos ODEB

Estas empresas se concentran principalmente en tres localidades: Suba con 19,2%, Usaquén que concentra el 18,6% y Chapinero que representa el 17%, de acuerdo con la información provista por Cámara de Comercio de Bogotá.

**Mapa 2.      Dispersión geográfica de las empresas dedicadas a Diseño en Bogotá**



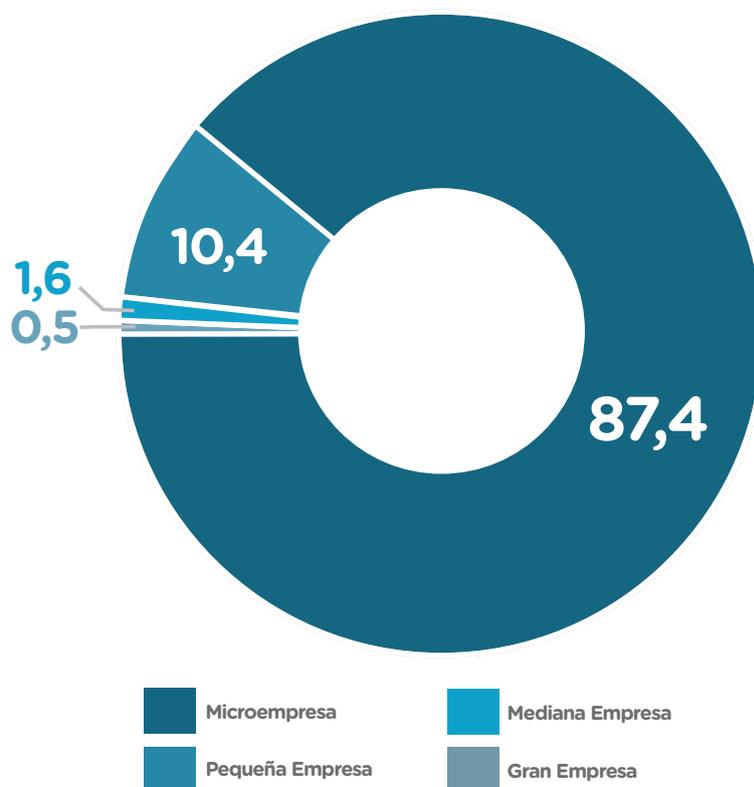
Fuente: CCB, agosto 2017. Cálculos ODEB

#### 4.4.3. *Publicidad*

Este sector entendido como el suministro de servicios de publicidad mediante recursos propios o por subcontratación, incluye los servicios de asesoría, servicios creativos, producción de material publicitario y utilización de medio de difusión (CIU Rev 4. A.C). Está conformado por 5.336 empresas. Según el número de unidades productivas, es el sector cultural más representativo entre los 10 objeto de estudio de esta investigación. De acuerdo con la información de empresas identificadas como activas al interior de este segmento económico, cinco de cada 10 empresas de las industrias creativas y culturales de Bogotá hacen parte de este sector.

Con relación al tamaño de las empresas, priman las microempresas representando el 87,4%, del total de las empresas que conforman este sector; las pequeñas empresas constituyen la décima parte del total de unidades productivas identificadas (ver gráfica 13).

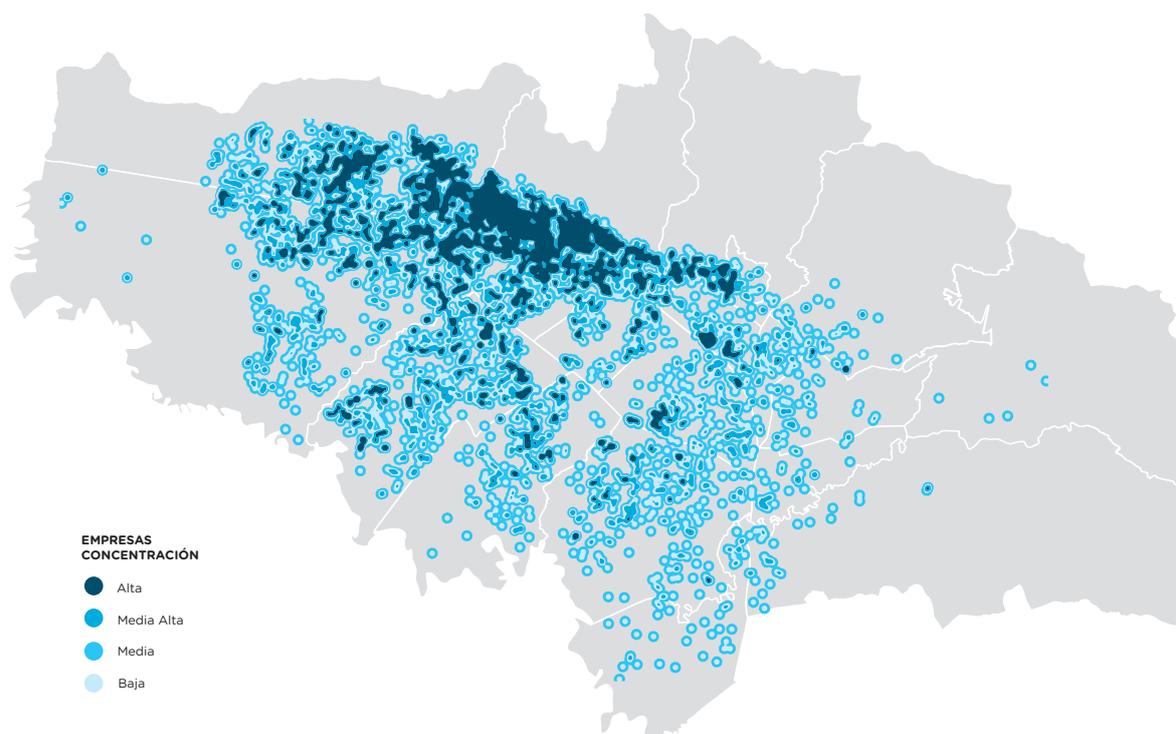
**Gráfico 13. Distribución porcentual del sector de publicidad según tamaño de empresa en Bogotá. 2017**



Fuente: CCB, agosto 2017. Cálculos ODEB

Adicionalmente se encontró que el 54% de las unidades productivas que ofrecen servicios de publicidad se concentran en las localidades de Suba, Usaquén y Chapinero. El 46% restante se distribuye entre las otras 16 localidades, excluyendo a Sumapaz.

**Mapa 3. Dispersión geográfica de las empresas dedicadas a Publicidad en Bogotá 2017**



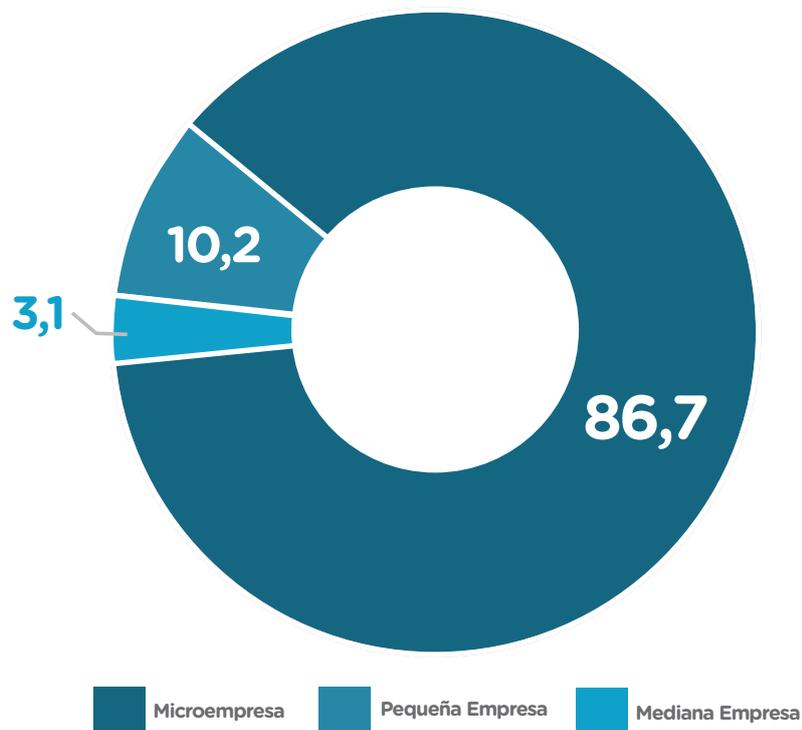
Fuente: CCB, agosto 2017. Cálculos ODEB

#### 4.4.4. *Juegos y juguetes*

Este sector comprende la fabricación de diversos productos de entretenimiento como los rompecabezas e incluso juegos electrónicos como vehículos para niños. También incluye las mesas para juegos, entre las que se encuentran las mesas de billar o de casino. Actualmente son 167 empresas las que conforman este segmento productivo en Bogotá y entre las líneas de productos homogéneos que manufacturan se encuentran los juegos sociales: cartas, naipes, parques, rana, entre otros.

De acuerdo con la información proporcionada de CCB con corte al mes de agosto de 2017, en Bogotá no se encuentran registradas empresas grandes que se dediquen a este renglón productivo. El 86,7% de las empresas activas son microempresas, el 10,2% pequeñas empresas y el 3,1% restante corresponde a medianas empresas, como se aprecia en la gráfica 14.

**Gráfico 14. Distribución porcentual del sector de Juegos y juguetes según tamaño de empresa en Bogotá. 2017**



Fuente: CCB, agosto 2017. Cálculos ODEB

Las empresas dedicadas a la manufactura de este tipo de bienes se ubican en mayor número en Teusaquillo, localidad que participa con el 13,3% del total de unidades activas registradas en CCB. A esta localidad le siguen en representatividad Engativá con 12,5%, Chapinero con el 11,7% y Usaquén que aglutina el 10,9%. Estas cuatro localidades agrupan cerca del 50% de las empresas de este sector, como puede apreciarse en el mapa 4.

**Mapa 4. Dispersión geográfica de las empresas especializadas en la manufactura y venta de juegos y juguetes en Bogotá. 2017**



Fuente: CCB, agosto 2017. Cálculos ODEB

#### 4.4.5. Artes escénicas y espectáculos artísticos

Los espectáculos en vivo y las actividades teatrales conforman el sector cultural de artes escénicas y espectáculos artísticos. El seguimiento a estas actividades se efectúa desde la óptica de la clasificación industrial internacional de las actividades económicas CIIU Rev. 4 a.c, en las clases 9008 y 9006 respectivamente, pertenecientes a la sección R – Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación.

Las actividades teatrales para los fines de este documento se entienden como la producción para el público o audiencia, de representaciones de coreografías, pantomimas, representaciones históricas u obras teatrales, que pueden realizarse por parte de grupos teatrales, compañías artísticas o actores independientes. (CIIU. Rev 4. A.C.). Actividades conexas como manejo de escenografía, equipos de iluminación, sonido y montaje, así como las actividades de maquillaje y producción, son parte integral de este sector productivo y son generadoras de ingresos y empleo especializado. Es pertinente resaltar que las actividades de los productores de espectáculos en vivo se incluyen en este sector, al igual que las actividades circenses, los títeres, zarzuela y ópera, entre otros.

**Tabla 17. Composición del sector de Artes escénicas y espectáculos artísticos en Bogotá. 2017**

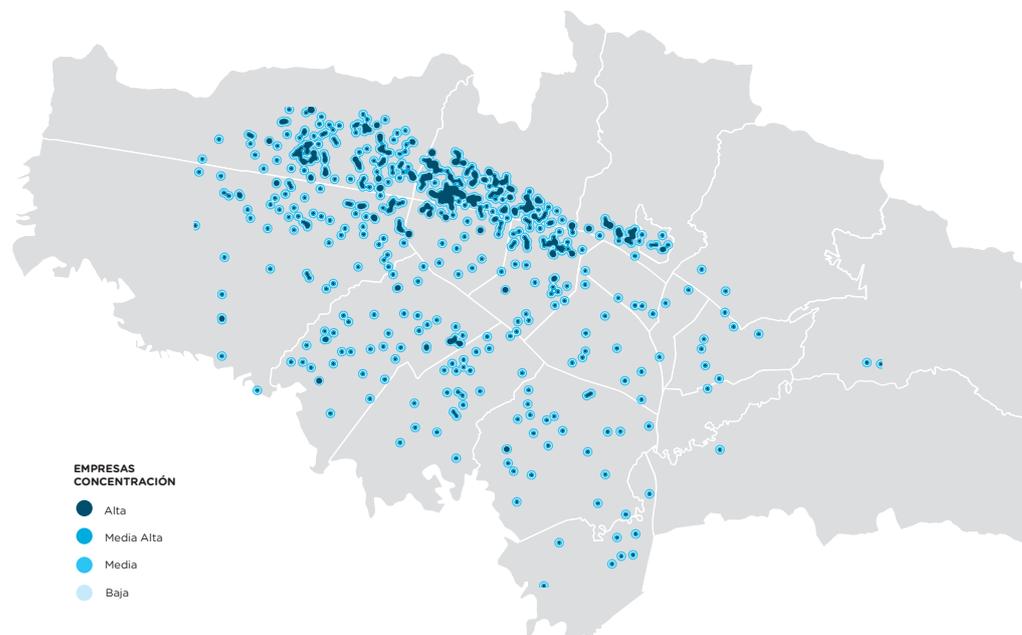
Descripción	Microempresa	Pequeña empresa	Total general
Actividades Teatrales	307	17	324
Otras actividades de espectáculos en vivo	118	6	124
Total	425	23	448

Fuente: CCB, agosto 2017. Cálculos ODEB

A partir de la base de la CCB se identificaron 448 unidades productivas activas en este sector cultural. El 96,6% de las mismas son microempresas y el restante 3,4% son pequeñas empresas.

Las localidades de Chapinero, Usaquén y Suba concentran cerca del 60% de los establecimientos dedicados a las artes escénicas y espectáculos artísticos, siendo Chapinero la más representativa, con el 27% de los establecimientos, entre los que se destacan la Fundación Jaime Manzur, el Teatro Libre, el Teatro del Gimnasio Moderno y el tradicional Teatro Santa Fe (ver mapa 5).

**Mapa 5. Dispersión geográfica de las empresas dedicadas a la prestación de servicios de Artes escénicas y espectáculos artísticos en Bogotá. 2017**



Fuente: CCB, agosto 2017. Cálculos ODEB

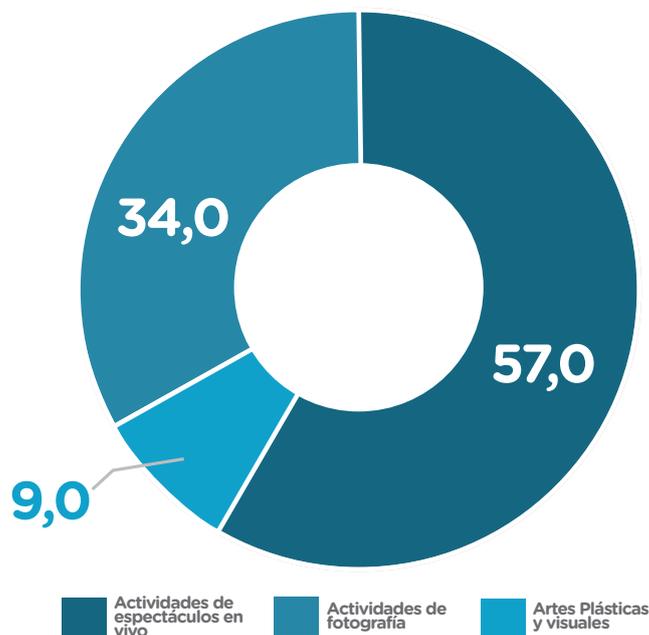
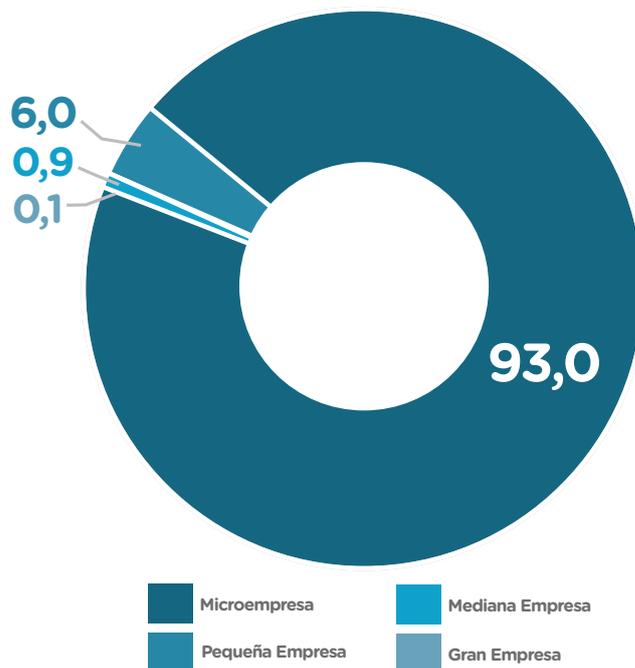
#### 4.4.6. Artes visuales

El sector cultural de Artes visuales en la capital del país está conformado por un total de 328 empresas, entre las que se incluye aquellas dedicadas a la realización de obras de arte como son las esculturas o bustos y la restauración de las mismas. Así mismo se incluye en este sector las unidades productivas que se dedican a la prestación de servicios de curaduría, performance, grabado y elaboración de caricaturas. Esta tipificación de empresas es clasificada con el código 9005 de la CIIU Rev. 4 a.c y en Bogotá, las unidades empresariales dedicadas a estas actividades representan el 20% del total de empresas activas en este sector.

Las actividades de fotografía comercial y la destinada a usuarios no comerciales (instituciones, publicitaria, aérea o editorial) se consideran parte integral del sector cultural de artes visuales. El seguimiento a estas actividades se lleva a cabo por medio de la Clasificación CIIU Rev 4 a.c – 7420. Según la información provista por la CCB, un total de 261 empresas desempeñan estas actividades en la capital del país, representando el 80% del total de unidades económicas constitutivas del sector de artes visuales (ver gráfica 15).

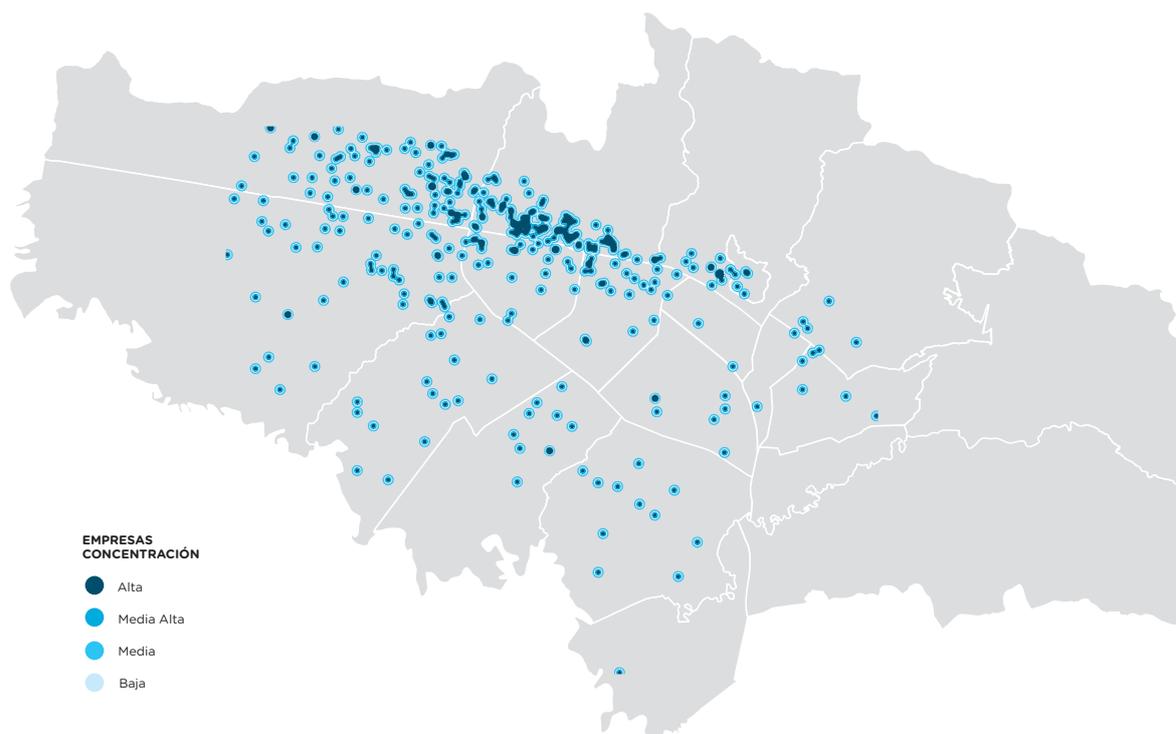
Con relación al tamaño de las empresas, 93% corresponden a pequeñas y 6% a microempresas. En las bases de Cámara de Comercio de Bogotá no existe registro de grandes empresas asociadas a este campo cultural.

**Gráfico 15. Distribución porcentual de las empresas del sector de Artes visuales según tamaño y subsector CIU Rev. 4 a.c en Bogotá. 2017**



Fuente: CCB, agosto 2017. Cálculos ODEB

**Mapa 6. Dispersión geográfica de las empresas especializadas en las Artes visuales en Bogotá. 2017**



Fuente: CCB, agosto 2017. Cálculos ODEB

En lo referente a la distribución geográfica, se destaca que una de cada cuatro unidades productivas se ubica en Chapinero (26%). Otras localidades que concentran un porcentaje representativo de empresas catalogadas en el sector de artes visuales son Usaquén (20%) y Suba (15%).

#### 4.4.7. Música

El sector de la música comprende, de acuerdo a Clasificación CIIU Rev 4 a.c, todas las actividades relacionadas con la producción y posproducción de música en vivo. Las unidades que se dedican a estas actividades pueden ser titulares de los derechos de autor o actuar como administradoras de los derechos de propiedad en nombre de los titulares. Así mismo, incluye la fabricación de instrumentos musicales de todo tipo: cuerda, percusión, viento así como sus partes y piezas.

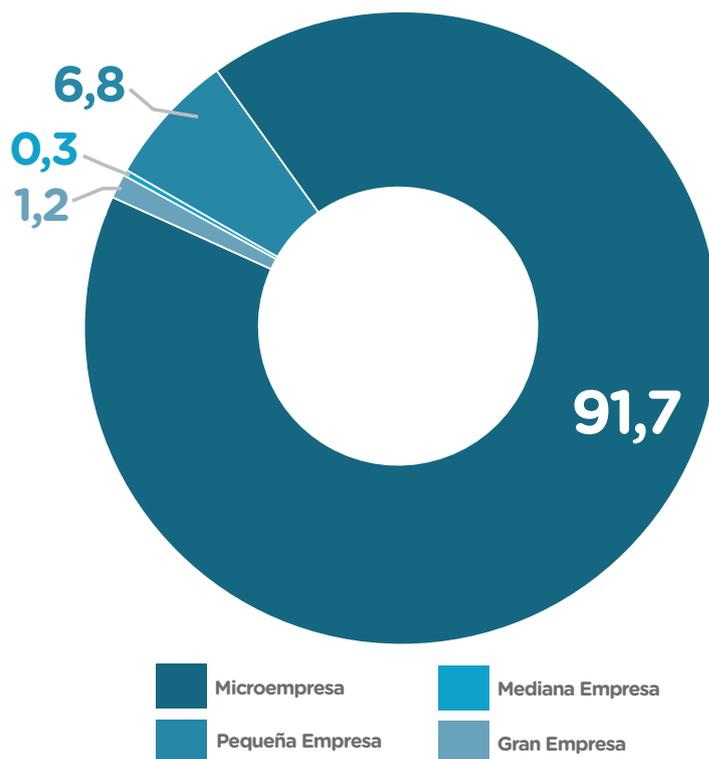
**Tabla 18. Composición subsectorial de Música según tamaño en Bogotá. 2017**

Sector	Gran empresa	Mediana empresa	Microempresa	Pequeña empresa	Total general
Actividades de Grabación de sonido y edición de música	1	1	175	19	196
Fabricación de instrumentos musicales			12		12
Actividades de espectáculos en vivo	1	7	407	25	440
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>8</b>	<b>594</b>	<b>44</b>	<b>648</b>

Fuente: CCB, agosto 2017. Cálculos ODEB

A la fecha, un total de 648 empresas se desempeñan en el sector de música en Bogotá. De estas, el 30,2% de las unidades productivas activas se dedican al desarrollo de actividades de grabación de sonido y edición de música (ver tabla 18). Según tamaño, el 91,7% de las empresas corresponden a micro y 6,8% a pequeñas empresas.

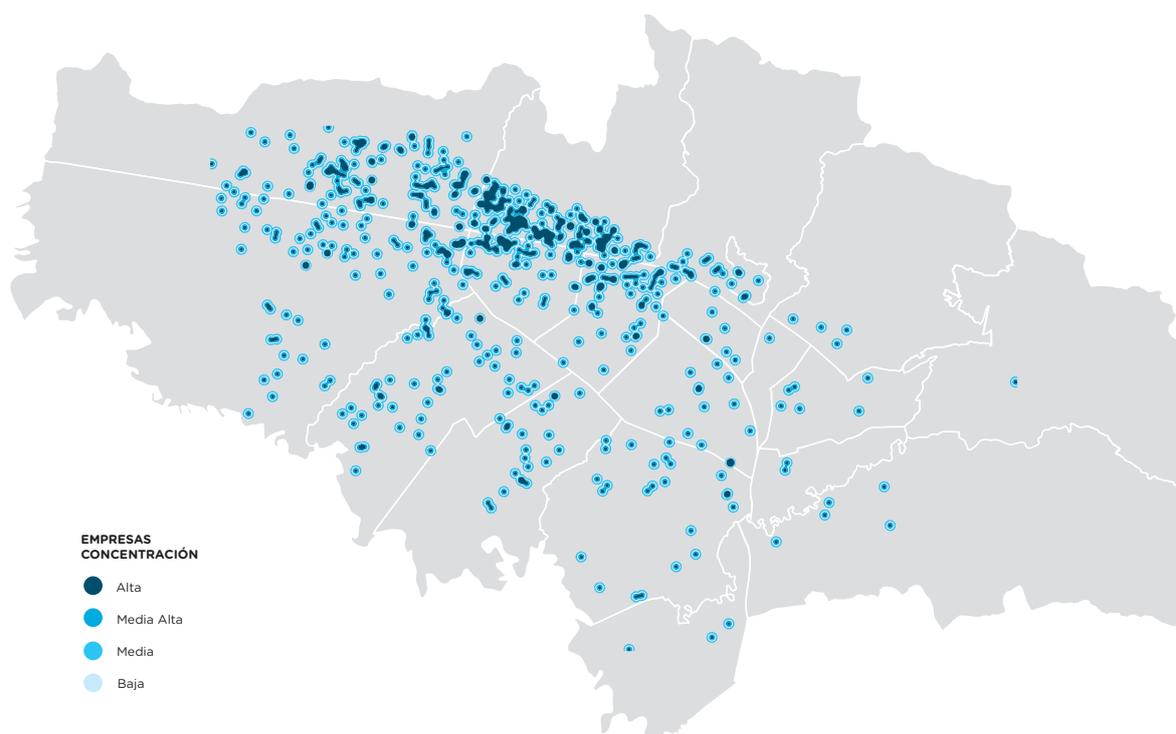
**Gráfico 16. Distribución porcentual de las empresas dedicadas a la producción y comercialización de Música según tamaño en Bogotá. 2017**



Fuente: CCB, agosto 2017. Cálculos ODEB

El 56% de las unidades económicas que desarrollan actividades relacionadas con producción o postproducción de música o elaboración de instrumentos musicales se encuentran ubicadas principalmente en las localidades de Chapinero, Usaquén y Suba, entorno a los sectores conocidos como Parque de la 93, Zona Rosa y el centro de Usaquén, como se aprecia en el mapa 7.

**Mapa 7. Dispersión geográfica de las empresas especializadas en Música en Bogotá. 2017**



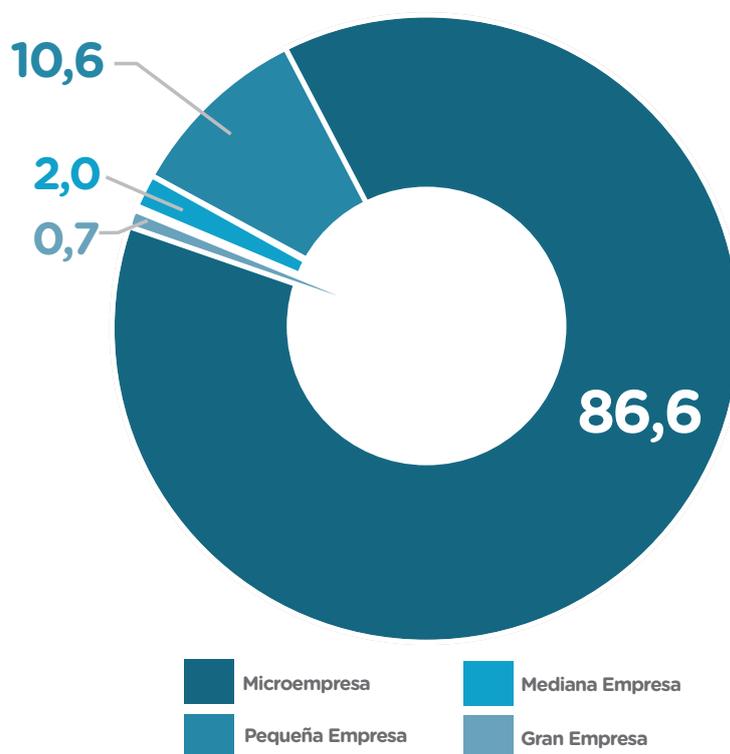
Fuente: CCB, agosto 2017. Cálculos ODEB

#### 4.4.8. Audiovisual y radio

Quizá el sector cultural más denso al interior de las ICC es Audiovisual y radio, el cual incluye un gran número de actividades que se desarrollan en torno al cine y la televisión. Abarcan desde la producción cinematográfica, de telenovelas y cuñas comerciales, hasta la comercialización de los mismos. En este grupo se incluyen las actividades de agencias noticiosas, las de apoyo a la producción y edición y la compra-venta de derechos de distribución. Todo este agregado de actividades productivas se clasifica bajo el código CIIU Rev. 4 a.c 591, grupo denominado: Actividades de producción de películas cinematográficas, video y producción de programas, anuncios y comerciales de televisión. (CIIU. Rev 4. A.C.).

El sector audiovisual y radio representa el 15% del total de empresas que hacen parte de las industrias creativas y culturales en Bogotá, con un total de 1.663 unidades productivas. De estas, el 86,6% corresponde a microempresas y 10,6% a pequeña empresa.

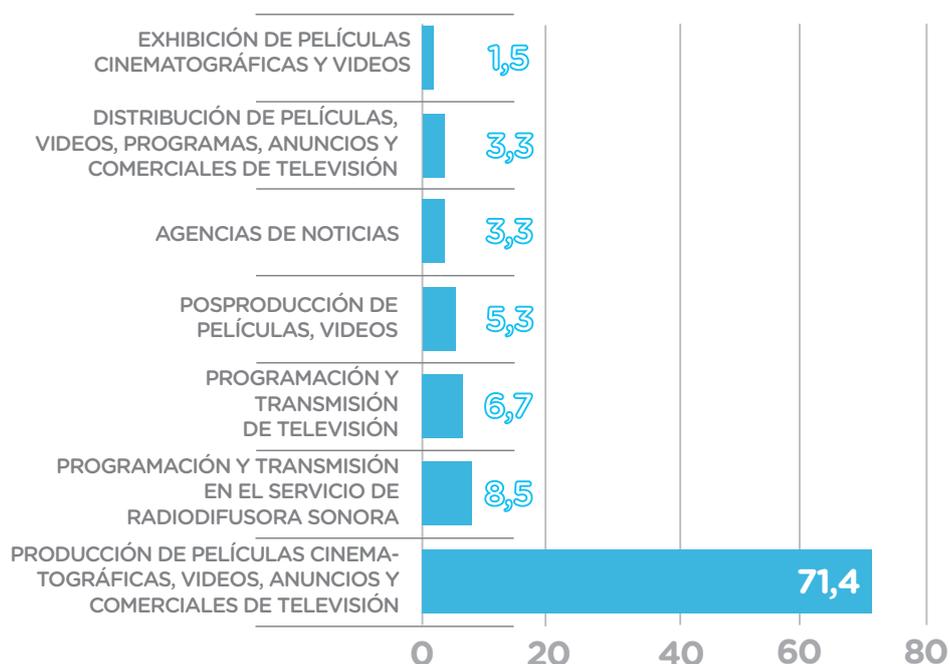
**Gráfico 17. Distribución porcentual de las empresas especializadas en servicios Audiovisuales y radio según tamaño en Bogotá. 2017**



Fuente: CCB, agosto 2017. Cálculos ODEB

La producción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión, son la mayor representatividad en el campo cultural de Audiovisuales y Radio, con 71,4% de las empresas que se desempeñan en estas actividades.

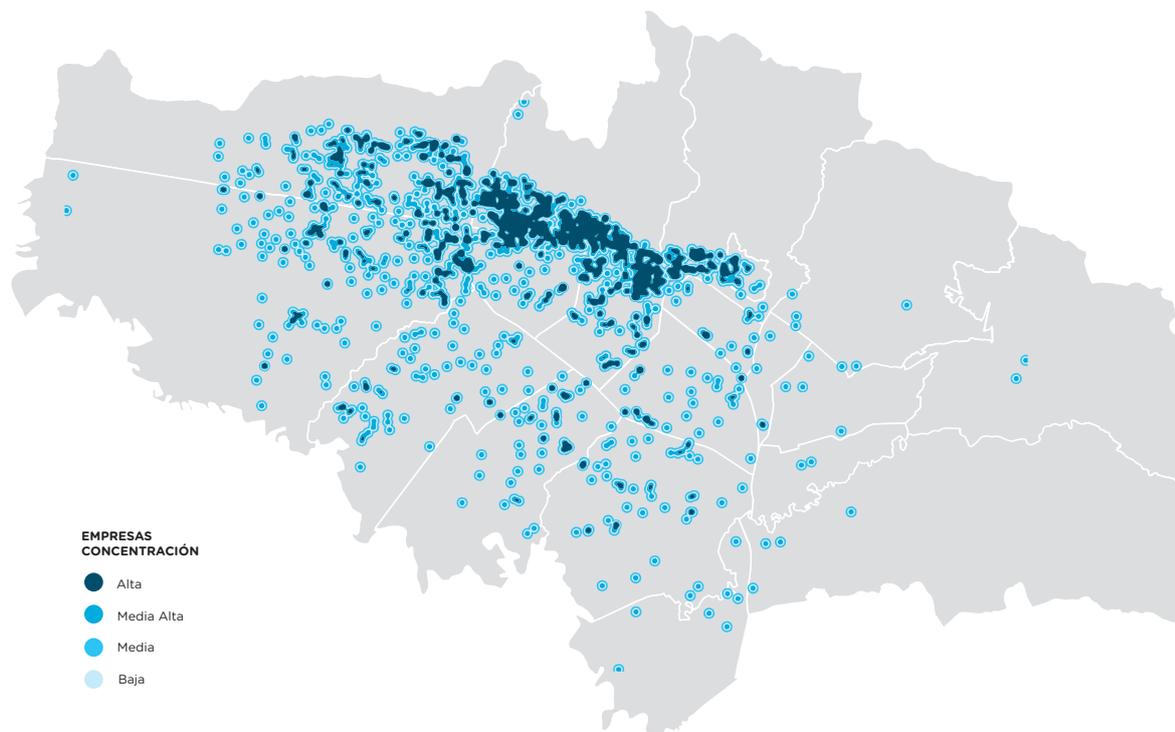
**Gráfico 18. Distribución porcentual de las empresas especializadas en servicios Audiovisuales y radio según subsector en Bogotá. 2017**



Fuente: CCB, agosto 2017. Cálculos ODEB

Cuatro localidades concentran el 70% de las unidades productivas que realizan actividades relacionadas con este sector: Chapinero 30,57%, Usaquén 14,77%, Suba 12,81% y Teusaquillo 12,8%. Las localidades que se encuentran al sur de la capital tienen poca representatividad por este sector y en la mayoría de los casos, estas localidades representan menos del 1% del sector. De hecho, 11 localidades ubicadas entre el sur y el occidente de la ciudad concentran tan solo el 12% del total.

**Mapa 8. Dispersión geográfica de las empresas especializadas en la prestación de servicios Audiovisuales y radio en Bogotá. 2017**



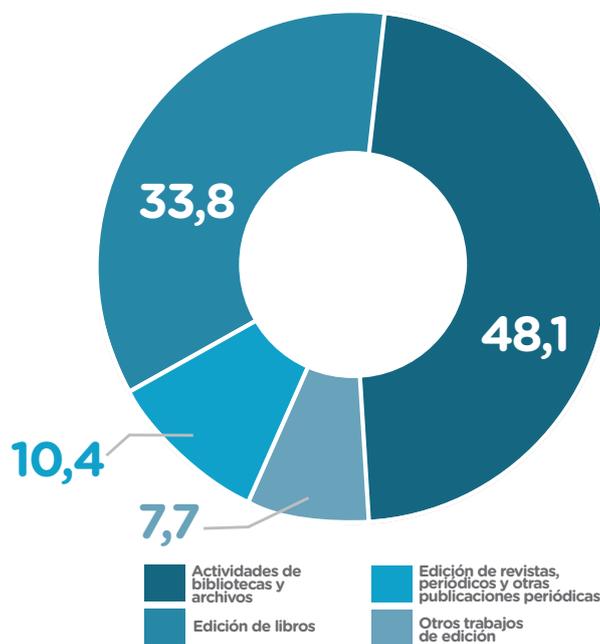
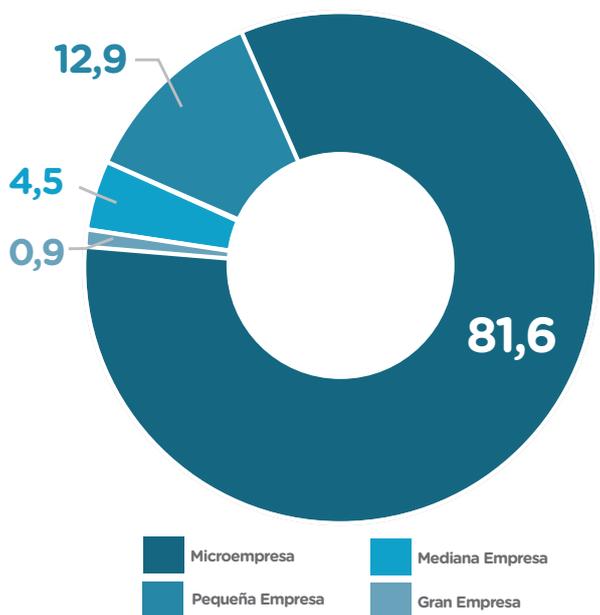
Fuente: CCB, agosto 2017. Cálculos ODEB

#### 4.4.9. Libros y publicaciones

Los libros, publicaciones, edición de fascículos y otras publicaciones periódicas, constituyen el campo cultural de libros y publicaciones. En este sector se incluyen tanto los formatos impresos como los audiolibros y formatos digitales, excluyendo los directorios telefónicos, compilaciones de jurisprudencia o los vademécums farmacéuticos. El grupo de actividades productivas objeto de observación se encuentran codificadas por la CIIU Rev. 4 a.c en el grupo 581 y 910; este último comprende exclusivamente catálogos de colecciones, el servicio de bibliotecas y archivo fotográfico, así como los archivos abiertos al público en general.

Hoy en día se contabilizan en la capital un total de 1.128 empresas activas, lo que representa el 10% del tejido productivo de ICC de Bogotá. De este total de empresas, 48% se especializan en la edición de libros, 33,8% ofrecen servicios de edición de revistas y publicaciones periódicas. Según tamaño, ocho de cada diez empresas activas en la ciudad se clasifican como microempresas y un 12,9% como pequeñas unidades productivas.

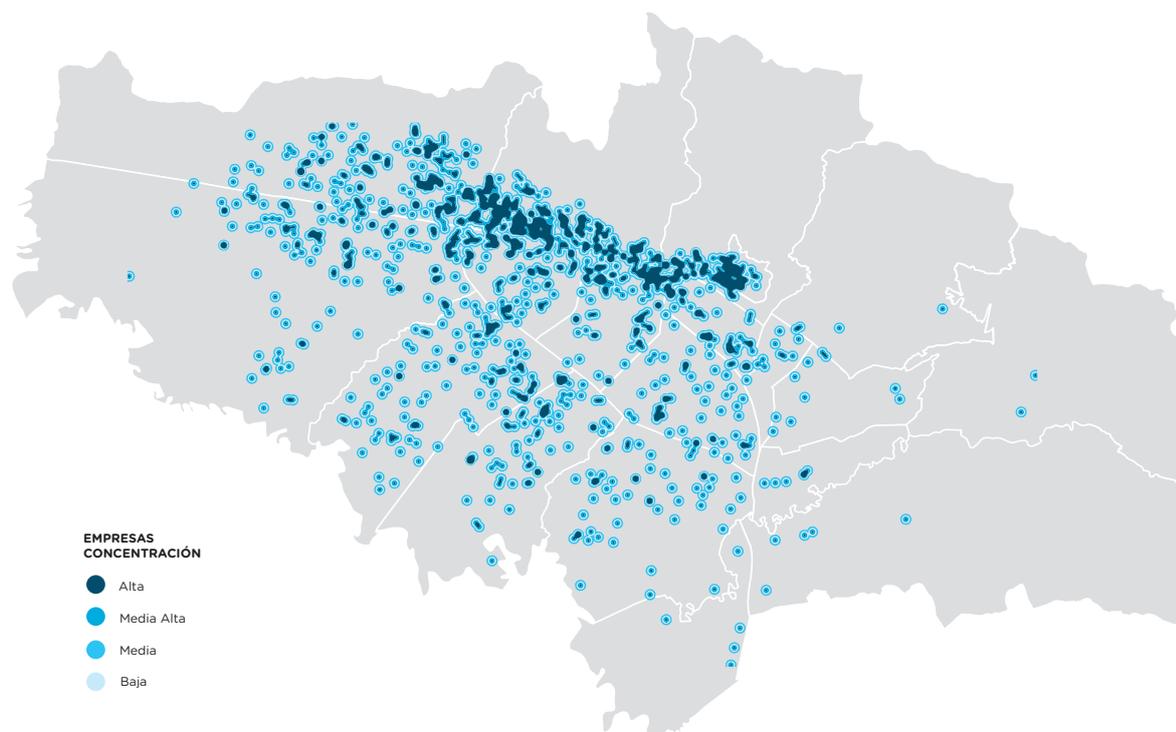
**Gráfico 19. Distribución porcentual de las empresas especializadas en la producción y/o comercialización de libros según tamaño y subsector en Bogotá. 2017**



Fuente: CCB, agosto 2017. Cálculos ODEB

De acuerdo con la ubicación geográfica, Chapinero y Usaquén congregan la tercera parte del total de unidades productivas. También se destacan Suba y Teusaquillo, localidades donde se concentra un 25% adicional de empresas.

**Mapa 9. Dispersión geográfica de las empresas especializadas en la producción y/o comercialización de libros en Bogotá. 2017**



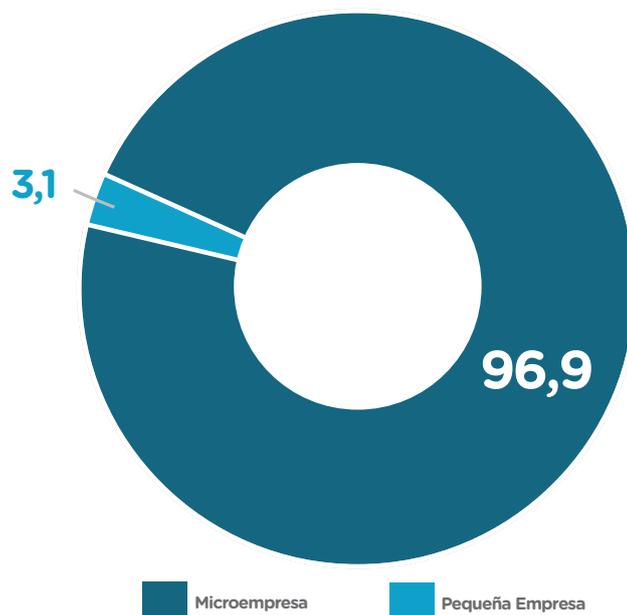
Fuente: CCB, agosto 2017. Cálculos ODEB

#### 4.4.10. Educación cultural

El décimo sector constitutivo de las industrias culturales hace referencia a la formación artística y hacen parte del mismo los establecimientos que comúnmente se conocen como academias o escuelas artísticas y que se dedican a la enseñanza teatral, dancística y musical, con fines recreativos o de afición personal. Este tipo de enseñanza no se considera formal, aunque la educación impartida es estructurada. El seguimiento de este tipo de actividades económicas se lleva a cabo a partir de la clase CIIU Rev. 4 a.c 8553 Enseñanza cultural. (CIIU. Rev.4. A.C).

En Bogotá se encuentran registradas 98 escuelas y academias artísticas, clasificada según sus activos principalmente como microempresas.

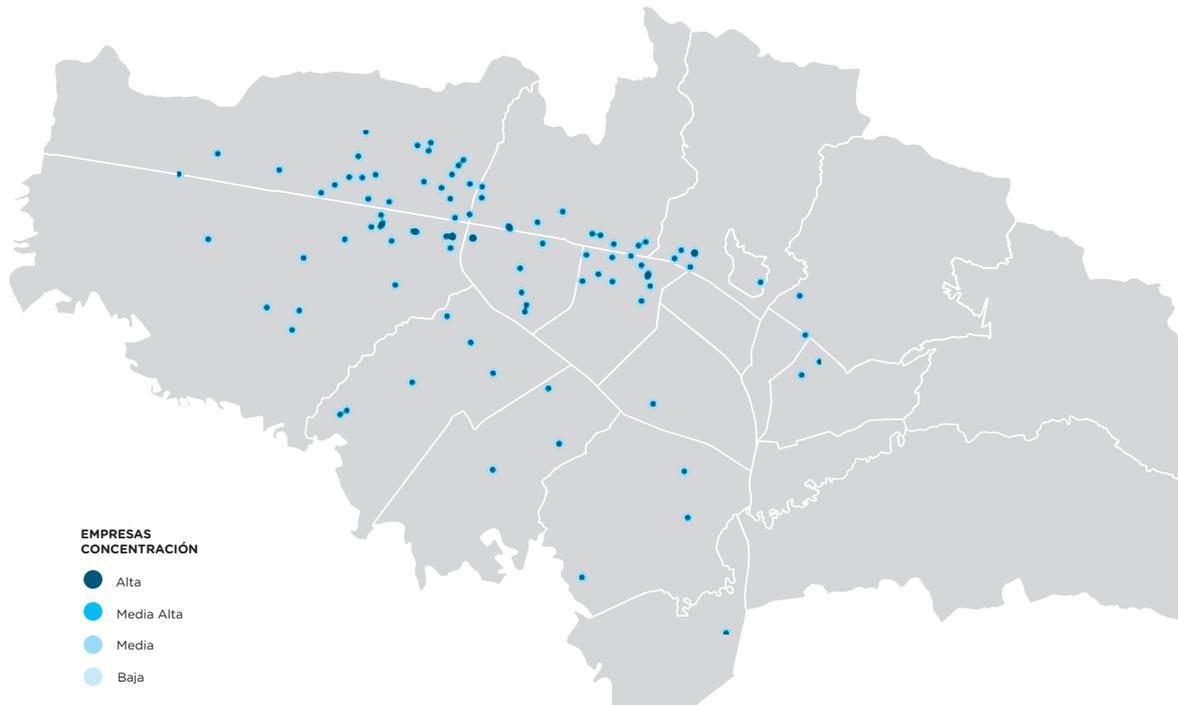
**Gráfico 20. Distribución porcentual de las empresas especializadas en formación artística según tamaño en Bogotá. 2017**



Fuente: CCB, agosto 2017. Cálculos ODEB

Las localidades de Chapinero, Usaquén, Suba y Teusaquillo representan cerca del 67% de las empresas que realizan actividades relacionadas con el sector de enseñanza cultural. Por otro lado cuatro localidades de la capital no tienen presencia de unidades productivas que se desempeñen en esta actividad: Los Mártires, Ciudad Bolívar, Tunjuelito y Usme.

**Mapa 10. Dispersión geográfica de las empresas especializadas en formación artística en Bogotá. 2017**



Fuente: CCB, agosto 2017. Cálculos ODEB

## CONCLUSIONES

A escala mundial las empresas que desarrollan actividades relacionadas con las industrias creativas impactan positivamente la economía a través de la generación de ingresos y la demanda de empleo calificado, según determinó Unesco. Con corte a 2013, las empresas clasificadas dentro de los sectores creativos y culturales concentraron cerca del 3% de los ingresos totales generados globalmente y representaron el 1% de la Población económicamente activa, mientras que, en América Latina estos porcentajes se estimaron en 6% del PIB y 7% del total de personal ocupado.

Los estudios realizados por Unesco y CISAC develaron que la participación laboral de la mujer en las ICC tiende a ser superior que en otros escenarios laborales o sectores económicos, precisando, que las actividades económicas contenidas en las ICC son más receptivas en comparación con las industrias tradicionales, porque facilitan los escenarios para que en efecto se concrete la interacción laboral indistintamente del género.

En el contexto mundial de las ICC, Colombia se posiciona como uno de los países más destacados en sectores como literatura, periodismo, música o televisión, fortalezas que lo ubican como el cuarto país en importancia al interior de América Latina y el Caribe, tanto por producir como por exportar contenidos culturales, después de México, Brasil y Argentina. A la fecha, el acervo cultural y patrimonial de los países de Latinoamérica proyecta a esta región como una de las más promisorias a escala internacional para el desarrollo de actividades económicas en torno a las artes creativas y culturales.

Haber determinado la relevancia económica de estos sectores productivos incentivó en distintos países el diseño de normatividad para favorecer las condiciones de creación y desarrollo de nuevas unidades económicas y fortalecer aquellas ya existentes. En el caso de Colombia, se materializó con la expedición de la Ley Naranja en marzo de 2017.

Es importante señalar que el comercio electrónico se ha convertido en un aliado estratégico para estos sectores económicos y culturales cuya oferta se constituye principalmente de servicios como la música, el diseño o la publicidad, ya que facilita la interacción entre compradores y oferentes, menguando barreras de acceso como tiempo y distancia. Asimismo, facilita a toda unidad empresarial, indistintamente de su tamaño, participar de este canal.

Bogotá concentra la mayor proporción de empresas de ICC registradas en el país.

Cerca del 55% de las unidades empresariales de este tipo que se ubican en la capital, pertenecen a los sectores culturales de publicidad y diseño; el 25% están registradas como empresas en los sectores audiovisuales y radio, y libros y publicaciones.

A partir de la información recabada por la Cámara de Comercio de Bogotá –CCB–, el Observatorio de Desarrollo Económico pudo determinar que la mayoría de las empresas que hacen parte de las industrias creativas y culturales en la capital son Mipymes. De hecho, 95% de las unidades productivas se clasificaron como micro o pequeñas empresas.

El análisis de la distribución geográfica de las unidades empresariales registradas en Cámara de Comercio de Bogotá permitió identificar que Chapinero y Usaquén son las localidades donde se concentra el mayor número de empresas que se desempeñan en actividades creativas y culturales.

Con relación al comercio exterior, la capital ha generado alrededor del 90% del total de las exportaciones nacionales de bienes asociados a los sectores culturales. La edición de libros, periódicos, otros trabajos de edición, revistas y música, representan del 94% del total exportado por las ICC a nivel nacional y Bogotá. Esta actividad da muestras de una fuerte vocación exportadora y se posiciona como líder dentro de las industrias creativas y culturales.

En cuanto a las importaciones, China y Estados Unidos son los principales mercados de compra de productos asociados a los sectores culturales y creativos. Juegos y juguetes es el grupo homogéneo de bienes que se demanda en mayor proporción desde Bogotá al mercado internacional y se destaca China como el principal proveedor de este tipo de artículos.

A la fecha, la información de comercio exterior refleja la dinámica de oferta y demanda de bienes, sin embargo, las ICC conllevan un alto componente de servicios, razón por la cual se recomienda para futuros estudios, propender por la articulación de actividades con otras entidades con el objetivo de identificar los principales servicios demandados en el exterior y establecer el valor de las exportaciones e importaciones de servicios referidos a las ICC.

Distintas acciones impulsadas por la Administración Distrital han permitido conocer a mayor profundidad las características, fortalezas y necesidades del campo cultural en la capital del país. Entre estas se destacan el convenio celebrado entre la Secretaría Distrital de Cultura Recreación y Deporte y el Dane para la generación de la Cuenta Satélite de Cultura de Bogotá y el mapeo de los sectores culturales,

emprendido por las Secretarías Distritales de Desarrollo Económico y Cultura. Estos esfuerzos derivarán en el diseño e implementación de acciones de política pública que permitan de una parte, potencializar el sector cultural y de otro, incentivar el consumo de bienes y servicios culturales.

De igual forma, la información que se obtenga a partir de Cuenta Satélite de Cultura de Bogotá y el mapeo permitirá el diseño y cálculo de indicadores que faciliten el seguimiento y evaluación de política.

Una vez concluya el proceso de mapeo de las industrias culturales y creativas en Bogotá, se obtendrá información relevante que permita conocer desde la distribución geográfica de las unidades económicas hasta el perfil ocupacional de las personas vinculadas en los distintos campos culturales analizados.



## GLOSARIO

<b>Asalariado:</b>	personas que por medio de un acuerdo formal o informal trabajan para una unidad institucional residente y perciben remuneración por su trabajo (basada en el tiempo de trabajo dedicado o en algún indicador objetivo de la cantidad de trabajo realizado).
<b>Campo Cultural:</b>	Aquellas actividades humanas y sus manifestaciones cuya razón de ser consiste en la creación, producción, difusión, transmisión, consumo y apropiación de contenidos simbólicos relacionados con las artes y el patrimonio.
<b>Cuenta Satélite de Cultura (CSC):</b>	se define como un sistema de información estadística focalizado sobre las actividades y productos culturales. Su objetivo es reunir en las Cuentas de Producción, los BOU, el Cuadro de Empleo y el Cuadro del Gasto y la Financiación del Gasto, la información más completa y consistente sobre el Sector Cultura. La Cuenta Satélite de Cultura para Bogotá es un marco contable coherente y sistemático, derivado del de las Cuentas Nacionales, dispuesto en cuadros cuyas entradas están interrelacionadas, y que presenta información detallada del funcionamiento y de las características económicas de la Cultura (Boletín técnico Cuenta Satélite de Cultura Bogotá 2015-2016p).
<b>Cultura (definición amplia):</b>	abarca los rasgos, creencias, convenciones, formas de convivencia, costumbres, imaginarios, sistemas de valores y prácticas simbólicas colectivas e individuales que prevalecen en un grupo (Boletín técnico Cuenta Satélite de Cultura – Bogotá 2015-2016p).
<b>Empleo:</b>	trabajo efectuado a cambio de pago. También se refiere al número de personas bajo un régimen de autoempleo o empleo remunerado.
<b>Producción:</b>	actividad económica por medio de la cual un productor utiliza insumos para obtener productos, bien sea bienes o servicios finales. (SCN 2008).

- Puestos de trabajo:** contrato explícito o implícito entre una persona y una unidad institucional para realizar un trabajo a cambio de remuneración, durante un periodo definido o hasta nuevo aviso.
- Trabajo:** conjunto de actividades humanas, remuneradas o no, que producen bienes o servicios en una economía, o que satisfacen las necesidades de una comunidad o proveen los medios de sustento necesarios para los individuos.
- Trabajo equivalente a tiempo completo:** mide la intensidad del factor trabajo utilizado en un proceso productivo y es expresado en términos de la jornada normativa. Se calcula dividiendo el total de horas efectivamente trabajadas durante el año por el promedio anual de horas legalmente trabajadas en puestos de trabajo de tiempo completo (48 horas semanales para Colombia).

**ANEXOS**

**Anexo 1. Principales grupos homogéneos de productos manufacturados de las ICC en Colombia. 2015. Millones de pesos**

Código C.P.C. Versión 2	Grupos homogéneos de productos	Unidad de medida	Cantidad Producida	Valor de Producción	Cantidad vendida	Valor de Ventas	Valor de las ventas al exterior	Part. Porc. Ventas al exterior / total de ventas
3262003	Catálogos, folletos y otras impresiones publicitarias	Millares	25.498.050	229.363	25.475.753	227.374	7.529	3,3
3270109	Cuadernos escolares plastificados o no (sin espiral)	Millares	156.319	194.026	151.211	183.467	15.506	8,5
3269010	Tarjetas plásticas litografiadas	Millares	68.871	86.573	67.055	86.576	43.485	50,2
3261001	Billetes de banco sin emitir	Millares	1.083.200	79.801	1.083.200	79.801	-	0,0
3262004	Volantes publicitarios a una o varias tintas	Millares	12.633.878	47.051	12.627.071	46.502	66	0,1
3270110	Cuadernos escolares plastificados con espiral	Millares	66.511	42.647	66.713	42.143	5.239	12,4
3262002	Carteles y avisos	Millares	308.735	25.990	316.977	25.948	-	0,0
3270105	Talonarios para facturas y similares	Millares	940.160	23.386	939.776	22.276	-	0,0
3262001	Carteles litografiados –afiches–	Millares	928.167	22.104	918.399	21.771	98	0,4
3253001	Tarjetas en papel impresas	Millares	7.101.434	17.733	6.942.367	17.558	-	0,0
3229101	Libros científicos y técnicos, impresos	Millares	57.034	16.858	58.420	9.323	430	4,6
3241002	Revistas impresas publicadas menos de cuatro veces por semana	Millares	166.430	16.785	169.534	14.554	612	4,2
3262007	Vallas, avisos y otros similares elaborados en material textil	Número	77.150	12.551	77.150	12.551	-	0,0
3270102	Agendas y similares con cubierta de cuero	Millares	25.168	10.550	25.269	10.128	1.930	19,1
3270101	Libretas y análogos	Millares	178.874	9.372	178.669	8.923	895	10,0
3263002	Calendarios y almanaque	Millares	307.997	6.421	309.309	6.283	1	0,0
3229906	Libros publicados en fascículos, folletos, hojas sueltas e impresos similares	Millares	8.476	6.081	8.942	6.471	179	2,8
3230002	Revistas impresas publicadas cuatro o más veces por semana	Millares	61.444	5.676	61.294	5.662	-	0,0
3270103	Agendas y similares con cubierta de material plástico	Millares	30.976	5.339	37.839	5.370	603	11,2
3270106	Talonarios para recibos y similares	Millares	64.613	5.127	76.598	5.387	-	0,0
3263001	Calcomanías	Millares	398.490	5.112	32.152	2.652	98	3,7
3270104	Libros para teneduría de contabilidad	Millares	1.054	4.805	1.041	4.705	322	6,8
3269008	Artículos en screen	Número	-	4.667	-	4.667	-	0,0
3229903	Libros temáticos diversos, impresos	Millares	5.777	3.925	5.898	4.321	-	0,0
3269007	Hologramas	Millares	45.136	2.575	41.291	2.356	1.449	61,5
3221001	Libros escolares impresos	Millares	6.084	1.450	8.731	1.503	-	-
3262005	Avisos de material plástico	Número	58.547	1.327	80.449	1.413	-	-

Código C.P.C. Versión 2	Grupos homogéneos de productos	Unidad de medida	Cantidad Producida	Valor de Producción	Cantidad vendida	Valor de Ventas	Valor de las ventas al exterior	Part. Porc. Ventas al exterior / total de ventas
3229202	Libros (cuadernos) para dibujar y colorear, impresos	Millares	170.874	1.208	179.932	1.281	-	-
3229905	Fotonovelas, historietas, horóscopos y juegos de azar, publicados en fascículos, folletos, hojas sueltas e impresos similares	Millares	2.738	1.070	2.738	1.070	-	-
3270108	Libros en blanco	Número	6.087	889	6.556	894	-	-
3229902	Libros religiosos impresos	Millares	249	850	249	850	-	-
3261004	Papel sellado	Millares	14.148	848	14.317	874	-	-
3229901	Libros de arte y literatura, impresos	Millares	532	546	532	546	-	-
3262006	Carteles en screen	Millares	620	509	620	509	-	-
3269003	Boletería para teatro, rifas, etc.	Millares	14.695	232	14.772	312	-	-
3230001	Periódicos impresos publicados cuatro o más veces por semana	Millares	260	80	260	80	-	-
3269001	Billetes para lotería	Millares	35	25	34	25	-	-
3241001	Periódicos impresos publicados menos de cuatro veces por semana	Millares	26	20	26	20	-	-
3222002	Libros de mapas y láminas didácticas, impresas	Millares	301	20	301	20	-	-
3223001	Directorios telefónicos y similares, impresos	Millares	6	9	6	9	-	-
3254001	Cromos y estampas	Millares	50	6	50	6	-	-
3252001	Partituras manuscritas o impresas, incluso con ilustraciones o encuadernadas	Millares	5	6	5	6	-	-

Fuente: DANE , EAM

## ACRÓNIMOS

<b>BID:</b>	Banco Interamericano de Desarrollo
<b>CAB:</b>	Convenio Andrés Bello
<b>CCB:</b>	Cámara de Comercio de Bogotá
<b>CCCE:</b>	Cámara Colombina de Comercio Electrónico
<b>CISAC:</b>	Confederación Internacional de Sociedades de Autores y Compositores
<b>CONPES:</b>	Consejo Nacional de Política Económica y Social
<b>CSC:</b>	Cuenta satélite de cultura
<b>CSCB:</b>	Cuenta satélite de cultura de Bogotá
<b>DANE:</b>	Departamento Administrativo Nacional de Estadística
<b>DIAN :</b>	Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales
<b>GATS :</b>	Acuerdo General sobre Comercio de Servicios
<b>ICC:</b>	industrias creativas y culturales
<b>MINTIC:</b>	Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones
<b>ODEB:</b>	Observatorio de Desarrollo Económico de Bogotá
<b>OEA:</b>	Organización de los Estados Americanos
<b>OMPI:</b>	Organización Mundial de la Propiedad intelectual
<b>PIB:</b>	Producto interno bruto
<b>PNUD:</b>	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
<b>SDDE:</b>	Secretaría Distrital de Desarrollo Económico
<b>TETC:</b>	Trabajos equivalentes a tiempo completo
<b>UNCTAD:</b>	Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo
<b>UNESCO:</b>	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura Bibliografía



## REFERENCIAS

Alcaldía Mayor de Bogotá. (2016). Plan de Desarrollo Económico, Social, Ambiental y de Obras Públicas para Bogotá D.C 2016-2020 “Bogotá Mejor para Todos”. Acuerdo 645 de 2016 Concejo de Bogotá D.C. (2018). Recuperado de <http://www.bogotajuridica.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=66271>

EY. (2015). Tiempos de cultura: El primer mapa mundial de las Industrias Culturales y Creativas. París. Recuperado de [www.worldcreative.org/wp-content/uploads/2016/03/EYCulturalTimes2015\\_ES\\_Download.pdf](http://www.worldcreative.org/wp-content/uploads/2016/03/EYCulturalTimes2015_ES_Download.pdf)

BID. (2007). Industrias Culturales de Latinoamérica y el Caribe: retos y oportunidades. Septiembre de 2007.. Recuperado de. <http://services.iadb.org/wmsfiles/products/Publications/1156165.pdf>

BID. (2013). La Economía Naranja: Una oportunidad infinita. Ciudad Washington. Recuperado de <https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/3659/La%20economia%20naranja%3A%20Una%20oportunidad%20infinita.pdf?sequence=4>

BID. (2014). El impacto económico de las industrias creativas en las Américas.. Recuperado de <https://www.iadb.org/es/noticias/comunicados-de-prensa/2014-01-16/impacto-economico-de-las-industrias-creativas%2C10735>

Cámara Colombiana de Comercio Electrónico. (2016). Tercer estudio de transacciones no presenciales de e-commerce.. Recuperado de <https://www.ccce.org.co/noticias/la-camara-colombiana-de-comercio-electronico-presenta-el-tercer-estudio-de-transacciones-no>

Cámara de Comercio de Bogotá. (2017). Base de datos Empresas y Establecimientos.

Cámara Colombiana de Comercio Electrónico. (2017). Transacciones Digitales: eCommerce + Recaudo Colombia 2016 y primer semestre de 2017.. Recuperado de <https://ccce.org.co/biblioteca/4deg-estudio-de-transacciones-digitales-ecommerce-recaudo-colombia-2016-y-primer-semester>

Convenio Andrés Bello. (2015). Guía metodológica para la implementación de las Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica. Bogotá. Recuperado de [http://convenioandresbello.org/cuenta\\_satelite/actualizacion-de-la-metodologia](http://convenioandresbello.org/cuenta_satelite/actualizacion-de-la-metodologia)

Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas. (2012). CIIU. Rev. 4. A.C.

Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas. (2016). Encuesta Anual Manufacturera. Recuperado de [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/eam/boletin\\_eam\\_2016.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/eam/boletin_eam_2016.pdf)

Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas. Alcaldía Mayor de Bogotá, Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. (2017). Cuenta Satélite de Cultura.

Departamento Nacional de Planeación. (2010). Documento CONPES 3659: Política Nacional para la Promoción de las Industrias Culturales en Colombia. Bogotá.

Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales EGEDA. (2017). Panorama Audiovisual Iberoamericano.

Ministerio de Cultura de la República de Colombia. (2013). Diagnóstico Cultural de Colombia Hacia la construcción del Índice de Desarrollo Cultural. Bogotá.

Ministerio de Desarrollo Económico. (2008). La Economía Creativa Local: El Comercio Exterior Argentino De Bienes Y Servicios Creativos. Buenos Aires. Recuperado de <https://robertoigarza.files.wordpress.com/2008/11/rep-la-economia-creativa-local-el-comercio-exterior-de-bienes-y-servicios-creativos-pic-2008.pdf>

Organización de Naciones Unidas. (1948). Declaración de los Derechos Humanos.. Recuperado de [https://www.ohchr.org/EN/UDHR/Documents/UDHR\\_Translations/spn.pdf](https://www.ohchr.org/EN/UDHR/Documents/UDHR_Translations/spn.pdf)

Organización para la educación, la ciencia y la tecnología y CISAC. (2015). Tiempos de cultura: El primer mapa mundial de las industrias culturales y creativas. Recuperado de <http://es.cisac.org/Universidad-CISAC/Biblioteca/Estudios-y-guias/Tiempos-de-cultura-El-primer-mapa-mundial-de-las-Industrias-Culturales-y-Creativas>

Observatorio de Comercio Electrónico de Colombia - Cámara Colombiana de Comercio electrónico. (2017). Cuarto Estudio de Transacciones Digitales: eComerce + Recaudo Colombia 2016 y primer semestre de 2017. Bogotá.

Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD. (2013). Informe sobre la economía creativa.. Recuperado de <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013-es.pdf>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la ciencia y la cultura. (2000). Cultura, comercio y globalización. Preguntas y respuestas. Bogotá. Recuperado de <http://CULTURA,%20COMERCIO%20Y%20GLOBALIZA%20CION.pdf>

UNESCO. (2010). Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas. España. Recuperado de <https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/220384s.pdf>

### **Bases consultadas**

Cámara de Comercio de Bogotá – CCB, base empresarial con corte a agosto 2017

DANE, EAM. Grupos homogéneos de productos CPC V.2.0 a.c

DIAN – Legiscomex, importaciones y exportaciones de Colombia y Bogotá con corte a diciembre de 2016.







