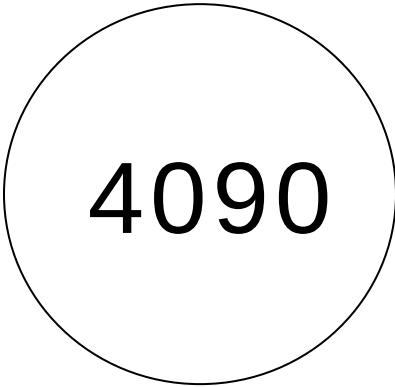


Documento CONPES

CONSEJO NACIONAL DE POLÍTICA ECONÓMICA Y SOCIAL
REPÚBLICA DE COLOMBIA
DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN



4090

POLÍTICA NACIONAL DE ECONOMÍA NARANJA: ESTRATEGIAS PARA IMPULSAR LA ECONOMÍA DE LA CULTURA Y LA CREATIVIDAD

Departamento Nacional de Planeación
Ministerio de Trabajo
Ministerio de Comercio Industria y Turismo
Ministerio de Educación Nacional
Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones
Ministerio de Cultura
Ministerio de Ciencia Tecnología e Innovación
Servicio Nacional de Aprendizaje
Instituto Colombiano de Crédito Educativo y Estudios Técnicos en el Exterior

Versión aprobada

Bogotá, D.C., 06 de junio de 2022

CONSEJO NACIONAL DE POLÍTICA ECONÓMICA Y SOCIAL CONPES

Iván Duque Márquez
Presidente de la República

Marta Lucía Ramírez Blanco
Vicepresidenta de la República

Daniel Palacios Martínez
Ministro del Interior

Marta Lucía Ramírez Blanco
Ministra de Relaciones Exteriores

José Manuel Restrepo Abondano
Ministro de Hacienda y Crédito Público

Wilson Ruíz Orejuela
Ministro de Justicia y del Derecho

Diego Andrés Molano Aponte
Ministro de Defensa Nacional

Rodolfo Enrique Zea Navarro
Ministro de Agricultura y Desarrollo Rural

Fernando Ruíz Gómez
Ministro de Salud y Protección Social

Ángel Custodio Cabrera Báez
Ministro del Trabajo

Diego Mesa Puyo
Ministro de Minas y Energía

María Ximena Lombana Villalba
Ministra de Comercio, Industria y Turismo

María Victoria Angulo González
Ministra de Educación Nacional

Carlos Eduardo Correa Escaf
Ministro de Ambiente y Desarrollo Sostenible

Susana Correa Borrero
Ministra de Vivienda, Ciudad y Territorio

Carmen Ligia Valderrama Rojas
Ministra de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones

Ángela María Orozco Gómez
Ministra de Transporte

Angélica María Mayolo Obregón
Ministra de Cultura

Guillermo Antonio Herrera Castaño
Ministro del Deporte

Tito José Crissien Borrero
Ministro de Ciencia, Tecnología e Innovación

Alejandra Carolina Botero Barco
Directora General del Departamento Nacional de Planeación

Laura Milena Pabón Alvarado
Subdirectora General de Prospectiva y
Desarrollo Nacional (E)

Amparo García Montaña
Subdirectora General del Sistema General de
Regalías

Yesid Parra Vera
Subdirector General de Inversiones,
Seguimiento y Evaluación (E)

Lorena Garnica De La Espriella
Subdirectora General de Descentralización y
Desarrollo Territorial

Resumen ejecutivo

La economía naranja hace referencia a las actividades productivas que se basan en bienes o servicios de naturaleza cultural, o que corresponden a actividades protegidas por el derecho de autor y derechos conexos. Estas actividades se relacionan con derechos culturales consagrados en los artículos 70¹, 71², 72³ de la Constitución Política colombiana.

Las actividades culturales y creativas han ganado protagonismo en la economía mundial por su potencial y rápido crecimiento, esto se evidencia en que entre 2002 y 2015 el comercio mundial de bienes creativos creció 145 % (Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo [UNCTAD], 2018). Para el caso colombiano, las industrias creativas se identificaron como un macro sector estratégico para diversificar la economía del país (Departamento Nacional de Planeación [DNP], 2019a); tal como se evidencia en el *Pacto X Para la protección y promoción de la cultura y el desarrollo de la economía naranja* del Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2018-2022 *Pacto por Colombia, Pacto por la equidad*. No obstante, el desempeño del sector no ha sido representativo debido a la existencia de limitaciones para su consolidación. Entre estas se destacan: (i) bajo reconocimiento de las expresiones culturales; (ii) baja articulación entre actores públicos y privados; (iii) limitadas condiciones de entorno y económicas del sector cultura; y (iv) limitada participación en cadenas de valor.

Partiendo desde un enfoque de derechos culturales, el objetivo general de esta política es mejorar las condiciones y capacidades de los actores culturales y creativos para consolidar el papel transformador de la economía naranja en el desarrollo sostenible de los territorios a través de la promoción de los derechos culturales, y el trabajo en red. Para ello, define estrategias y acciones enmarcadas en los siguientes objetivos específicos: (i) promover la identificación y el reconocimiento del valor cultural y económico de las expresiones artísticas,

¹ El Estado tiene el deber de promover y fomentar el acceso a la cultura de todos los colombianos en igualdad de oportunidades, por medio de la educación permanente y la enseñanza científica, técnica, artística y profesional en todas las etapas del proceso de creación de la identidad nacional. La cultura en sus diversas manifestaciones es fundamento de la nacionalidad. El Estado reconoce la igualdad y dignidad de todas las que conviven en el país. El Estado promoverá la investigación, la ciencia, el desarrollo y la difusión de los valores culturales de la Nación.

² La búsqueda del conocimiento y la expresión artística son libres. Los planes de desarrollo económico y social incluirán el fomento a las ciencias y, en general, a la cultura. El Estado creará incentivos para personas e instituciones que desarrollen y fomenten la ciencia y la tecnología y las demás manifestaciones culturales y ofrecerá estímulos especiales a personas e instituciones que ejerzan estas actividades.

³ El patrimonio cultural de la Nación está bajo la protección del Estado. El patrimonio arqueológico y otros bienes culturales que conforman la identidad nacional, pertenecen a la Nación y son inalienables, inembargables e imprescriptibles. La ley establecerá los mecanismos para readquirirlos cuando se encuentren en manos de particulares y reglamentará los derechos especiales que pudieran tener los grupos étnicos asentados en territorios de riqueza arqueológica.

culturales y creativas para visibilizar su potencial de transformación., (ii) mejorar la articulación entre actores públicos y privados y la información sectorial para la adecuación del marco institucional y los instrumentos de política, (iii) mejorar las condiciones de entornos y económicas para la sostenibilidad de los sectores culturales y creativos, y (iv) aumentar la participación en las cadenas de valor, así como la asociatividad entre los actores, para incrementar la circulación de bienes y servicios culturales y creativos.

Para la implementación de esta política se requiere del trabajo articulado de diferentes entidades del Gobierno nacional como: (i) Ministerio de Cultura; (ii) Ministerio de Comercio Industria y Turismo; (iii) Ministerio de Trabajo; (iv) Ministerio de Tecnologías de la Información y la Comunicación; (v) Ministerio de Educación Nacional; (vi) Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación; y (vii) Departamento Planeación Nacional. Esta política se desarrollará entre 2022 y 2027, con un valor de implementación aproximado de 311.381 millones de pesos.

Clasificación: O29 O35 O38 Z18

Palabras clave: economía naranja, industrias creativas, cultura, industrias creativas y culturales, derechos culturales, innovación, diversificación, modelo de desarrollo, economía cultural y creativa

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	9
2. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN	10
2.1. Antecedentes.....	10
2.2. Justificación.....	16
3. DIAGNÓSTICO.....	17
3.1. Bajo reconocimiento de las expresiones culturales	21
3.2. Baja articulación entre actores públicos y privados.....	22
3.3. Limitaciones en las condiciones económicas y de entorno del sector cultural y creativo	25
3.3.1. Debilidades en la oferta de formación del capital humano	26
3.3.2. Acceso limitado a servicios financieros por parte de los agentes culturales y creativos	27
3.3.3. Bajos índices de I+C en las industrias culturales y creativas	29
3.3.4. Debilidades en las condiciones de la infraestructura cultural	29
3.4. Limitada participación en cadenas de valor	30
3.4.1. Baja participación en cadenas globales de valor	30
3.4.2. Bajos niveles de circulación de bienes y servicios culturales a nivel nacional	31
4. DEFINICIÓN DE LA POLÍTICA	32
4.1. Objetivo general	32
4.2. Objetivos específicos	32
4.3. Plan de acción	33
4.3.1. Desplegar estrategias para visibilizar el potencial transformador del sector cultura	33
4.3.2. Desarrollar mecanismos para mejorar las condiciones del marco institucional	36
4.3.3. Implementar estrategias para el mejoramiento de las condiciones económicas del sector cultura.....	37
4.3.4. Implementación de mecanismos de participación en las cadenas de valor	42
4.4. Seguimiento	47
4.5. Financiamiento	47
5. RECOMENDACIONES.....	50

ANEXOS	53
Anexo A. Plan de Acción y Seguimiento (PAS).....	53
Bibliografía.....	54

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Cronograma de seguimiento.....	47
Tabla 2. Financiamiento por entidad	48
Tabla 3. Financiamiento por objetivo estratégico	48

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.Crecimiento del valor agregado de la economía naranja respecto al valor agregado total de la economía para el período 2015-2021 ^(a)	19
Gráfico 2.Comparación de la participación del valor agregado cultural y empleo cultural respecto al total en países de la región – 2020	20

SIGLAS Y ABREVIACIONES

ADN	Área de Desarrollo Naranja
BID	Banco Interamericano de Desarrollo
Confecámaras	Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio
CONPES	Consejo Nacional de Política Económica y Social
DANE	Departamento Administrativo Nacional de Estadística
DNP	Departamento Nacional de Planeación
I+C	Investigación + Creación
Mipyme	Micro, pequeña y medianas empresas
ODS	Objetivos de Desarrollo Sostenible
ONU	Organización de las Naciones Unidas
PAS	Plan de Acción y Seguimiento
PIB	Producto Interno Bruto
PND	Plan Nacional de Desarrollo
PNUD	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
PULED	Portal Único de Espectáculos Públicos de las Artes Escénicas
SENA	Servicio Nacional de Aprendizaje
SNCI	Sistema Nacional de Competitividad e Innovación
TIC	Tecnologías de la Información y las Comunicaciones
UNCTAD	Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo
Unesco	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

1. INTRODUCCIÓN

La cultura, además de ser un derecho reconocido constitucionalmente, brinda grandes oportunidades para el desarrollo sostenible y el mejoramiento de la calidad de vida de la ciudadanía a través de la economía naranja (Departamento Nacional de Planeación [DNP], 2019). El concepto de economía naranja, o industrias culturales y creativas⁴, hace referencia a las actividades productivas que desarrollan bienes o servicios de naturaleza cultural, que están basadas en conocimiento, o que corresponden a actividades protegidas por el derecho de autor y derechos conexos. El Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2018 – 2022 *Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad* clasificó las industrias culturales y creativas en tres categorías que comprenden diversos sectores: (i) artes y patrimonio⁵; (ii) industrias culturales⁶; y (iii) creaciones funcionales o industrias creativas⁷. Así mismo, dicho plan definió estrategias y acciones para capitalizar el potencial de la economía naranja como motor de desarrollo para el país. Como lo mencionan Duque y Buitrago (2013), la producción de bienes y servicios culturales no se ve limitada por la disponibilidad de recursos naturales como otro tipo de actividades económicas, en este sentido constituye una oportunidad infinita.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) ha resaltado el papel de la cultura en el desarrollo sostenible a través de su inclusión en la Agenda 2030 y en las metas de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). La promoción de la cultura y la creatividad, además de ser un fin, puede ser un medio para avanzar en los ODS de: (i) trabajo decente y crecimiento económico; (ii) industria, innovación e infraestructura; (iii) reducción de las desigualdades; y (iv) ciudades y comunidades sostenibles (Hosagrahar, 2017).

Colombia cuenta con un marco normativo que reconoce la importancia de la cultura y la creatividad como portadoras de identidad, valores y significados, a la vez que como sector de creación de bienes y servicios. No obstante, a pesar de los avances en la materia, el ecosistema de la economía naranja aun presenta dificultades que limitan su desempeño. Entre estos se pueden destacar: (i) bajo reconocimiento de las expresiones culturales; (ii) baja

⁴ En el presente documento se usarán como sinónimos los conceptos de economía naranja, economía cultural y creativa, y el de industrias culturales y creativas. Bajo estos conceptos se reúnen las categorías de artes y patrimonio, industrias culturales e industrias creativas o creaciones funcionales.

⁵ Artes visuales, artes escénicas y espectáculos, turismo y patrimonio culturales material e inmaterial, educación en artes, cultura y economía creativa.

⁶ Editorial, fonográfica, audiovisual, agencias de noticias y otros servicios de información.

⁷ Medios digitales y software de contenidos, diseño, publicidad.

articulación entre actores públicos y privados; (iii) limitadas condiciones de entorno y económicas del sector cultura; y (iv) limitada participación en cadenas de valor.

El presente documento plantea una política para la economía naranja desde un enfoque de desarrollo humano y derechos culturales que reconoce la importancia de la cultura como eje central del desarrollo de una sociedad. El concepto de desarrollo humano indica que, más allá de la generación de ingresos y riqueza, es necesario mejorar las oportunidades para las personas, a través del fortalecimiento de los derechos humanos, libertades y capacidades de la ciudadanía (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD], 2015). En este sentido, la noción de desarrollo humano implica también fomentar el ejercicio de derechos culturales. Los derechos culturales hacen parte integral de los derechos humanos y han tenido un reconocimiento progresivo en los instrumentos internacionales pertinentes (Organización de las Naciones Unidas [ONU], 2001). Estos tienen que ver con el derecho de todas las personas a disfrutar de la vida cultural accediendo a sus bienes y servicios, así como con el derecho de todos a crear y a expresar su diversidad cultural.

El objetivo general de esta política es mejorar las condiciones y capacidades de los actores culturales y creativos para consolidar el papel transformador de la economía naranja en el desarrollo sostenible de los territorios a través de la promoción de los derechos culturales, y el trabajo en red. Para ello, cuenta con cuatro objetivos específicos que atienden las problemáticas previamente señaladas. Así mismo, vincula a diferentes entidades del Gobierno nacional en el marco de una estrategia integral que reconoce la complejidad y diversidad del ecosistema de la economía naranja.

El presente documento se divide en cinco secciones, incluyendo esta introducción. La segunda sección presenta los antecedentes y la justificación de la presente política. La tercera sección presenta un diagnóstico donde se describen las principales problemáticas. La cuarta sección corresponde a la definición de los objetivos generales y específicos de política, el plan de acción detallado, el seguimiento y el financiamiento de la política propuesta. La última sección presenta las recomendaciones al Consejo Nacional de Política Económica y Social (CONPES).

2. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

2.1. Antecedentes

No existe un consenso global sobre el significado y actividades relacionadas con la economía naranja o creativa, sin embargo, en Colombia la economía naranja está

definida por la Ley 1834 de 2017⁸ o Ley Naranja. De acuerdo con esta norma, la economía naranja, o industrias creativas, comprende la producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos de carácter cultural, o que generan protección en el marco de los derechos de autor. Por su parte, el Departamento de Cultura, Medios y Deportes del Reino Unido define las industrias creativas como actividades que aluden a la habilidad, el talento individual, la creatividad, y el potencial para la creación de empleos y riquezas a través de la generación y la explotación de la propiedad intelectual (DNP, 2019). Sumado a esto, las industrias culturales y creativas también pueden ser consideradas como aquellas que combinan la creación, producción y comercialización de contenidos creativos intangibles de naturaleza cultural, incluyendo a toda producción artística, a la arquitectura y a la publicidad (Unesco, 2013). Con la Ley 1834 de 2017 se posiciona el concepto de economía naranja en Colombia, y se deja el soporte legal para el desarrollo de políticas y acciones con el propósito de convertir las industrias culturales y creativas en un motor de desarrollo para el país. Sin embargo, aún se requieren ejercicios continuos de planeación y articulación para su implementación.

Con base en las aproximaciones conceptuales de la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD) y el PNUD (2010), la economía cultural es entendida como el funcionamiento del sistema económico del sector cultural, la producción de bienes y servicios culturales, y el comportamiento de los agentes, consumidores y actores institucionales asociados. Por su parte, la economía creativa es el conjunto de actividades relacionadas con la creatividad y el capital intelectual, generadores de valor agregado, y desarrollo. Bajo este marco, impulsa la generación de empleo y el crecimiento económico, pero también es inclusiva y diversa, incorporando las dimensiones socioeconómicas, culturales y tecnológicas, que tienen como centro a las industrias creativas.

La importancia de la cultura en el ordenamiento institucional colombiano se alinea con consensos internacionales que definen los derechos culturales reconociéndolos como derechos humanos fundamentales; sin embargo, aún es necesario avanzar en la incorporación de otro tipo de acuerdos que reconocen en la cultura y la creatividad una oportunidad para el desarrollo sostenible. La Observación 21 de la ONU (2009) define los derechos culturales como el derecho a participar o a tomar parte en la vida cultural y establece tres componentes principales para su ejercicio efectivo. Estos son: (i) la

⁸ Por medio de la cual se fomenta la economía creativa Ley Naranja. Se establece como economía naranja el agregado de actividades económicas que conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural, y/o aquellas que generen protección en el marco de los derechos de autor, no obstante.

participación en la vida cultural⁹; (ii) el acceso a la vida cultural¹⁰; y (iii) la contribución a la vida cultural¹¹. En línea con estas directrices y el ordenamiento constitucional se han creado numerosas normas orientadas a fortalecer el ejercicio de derechos culturales en Colombia. Por su parte, la convención de Unesco (2005) para la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales, reconoce que las expresiones culturales y creativas tienen también un valor económico y una oportunidad para el desarrollo sostenible. Si bien en Colombia se ha avanzado en un ordenamiento institucional que reconoce las dimensiones económicas de la cultura y la creatividad, aún es necesario avanzar en el desarrollo de acciones que permitan aprovechar el potencial de las actividades culturales y creativas para el desarrollo.

La Ley 397 de 1997¹² establece los lineamientos para la protección y el fomento de la cultura en el país y sienta las bases para la creación de un Ministerio de Cultura, sin embargo, no contempla las dimensiones económicas de la cultura ni define las competencias de otros sectores del Estado en relación con la cultura y la creatividad. En consonancia con la Constitución Política de 1991, esta ley reconoce la diversidad de culturas que conviven en el país. Así mismo, establece el compromiso del Estado colombiano para estimular e impulsar los procesos, proyectos y actividades culturales. Con la creación del Ministerio de Cultura como el ente rector en esta materia, se promueve el arte y la cultura en los territorios reconociendo la diversidad y protegiendo el patrimonio cultural. Adicionalmente se crea e implementa el Sistema General de Cultura contribuyendo a la descentralización de las políticas y buscando la articulación de instancias del orden nacional, departamental y municipal con espacios de participación para la formulación, implementación y seguimiento

⁹ La participación en la vida cultural implica el derecho a actuar libremente; a escoger la propia identidad; a identificarse o no con una o con varias comunidades; a ejercer prácticas culturales propias y a expresarse en una o varias lenguas de libre elección. Igualmente, se relaciona con el derecho a buscar, desarrollar y compartir con otros conocimientos y expresiones culturales, así como a actuar con creatividad y tomar parte en actividades creativas.

¹⁰ El acceso a la vida cultural se relaciona con el derecho a conocer y comprender la cultura propia y la de otros a través de la educación y la información; a recibir educación y capacitación de calidad con respeto a cada identidad cultural. Así mismo, tiene que ver con el derecho a conocer formas de expresión y difusión por cualquier medio tecnológico de información y comunicación; a seguir un estilo de vida asociado al uso de bienes culturales y a beneficiarse del patrimonio cultural y de las creaciones de otros individuos y comunidades con respeto a los derechos de terceros.

¹¹ La contribución a la vida cultural se refiere al derecho de toda persona a contribuir a la creación de las manifestaciones espirituales, materiales, intelectuales y emocionales de la comunidad. También tiene que ver con el derecho a participar en el desarrollo de la comunidad a la que pertenece, así como en la definición, formulación y aplicación de políticas y decisiones que inciden en el ejercicio de sus derechos culturales

¹² Por la cual se desarrollan los artículos 70, 71 y 72 y demás Artículos concordantes de la Constitución Política y se dictan normas sobre patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura, se crea el Ministerio de la Cultura y se trasladan algunas dependencias.

de políticas culturales. Esta ley reconoce la cultura como fundamento de la nacionalidad colombiana; sin embargo, no reconoce su importancia como sector estratégico de producción de bienes y servicios. En este sentido, tampoco contempla la participación de sectores como el de comercio industria y turismo en la protección de la cultura y la creatividad.

Existen diferentes normas y políticas que reconocen las dimensiones económicas de las industrias culturales y creativas y establecen medidas para su fortalecimiento, no obstante, estas se centran en actividades específicas y no cubren todos los sectores de la economía naranja. Por ejemplo, La Ley 98 de 1993¹³ busca convertir a Colombia en un gran centro editorial que pueda competir en el mercado internacional. Por su parte, La Ley 814 de 2003¹⁴ y la Ley 1556 de 2012¹⁵ promueven la actividad cinematográfica y la producción de largometrajes y cortometrajes nacionales. En otro caso, la Ley 1493 de 2011¹⁶ busca formalizar, fomentar y regular la industria de los espectáculos de las artes escénicas. Adicionalmente, la *Política de Turismo Cultural* busca impulsar el turismo cultural como una oportunidad para generar beneficios económicos y sociales, y posicionar a Colombia como un destino de alto valor basado en su patrimonio cultural e histórico. Estas normas y políticas han contribuido al fortalecimiento de sectores específicos. Sin embargo, se centran en actividades económicas puntuales y no extienden sus beneficios a otros ámbitos de la cultura y la creatividad. Así mismo, es necesario dar continuidad a los logros de estas normas mediante la definición de nuevas acciones de política que se adecúen a los nuevos contextos.

Igualmente, el Ministerio de Cultura ha definido lineamientos para el reconocimiento de oficios del sector cultura en general¹⁷; sin embargo, para su correcta implementación se requieren ajustes institucionales y acciones de entidades del gobierno. El objetivo general de esta política es el de abrir espacios y oportunidades de valoración y reconocimiento político, social y económico que favorezcan a los oficios del sector de la cultura a partir de su desarrollo social, productivo, administrativo, de gestión y de sostenibilidad. En línea con esta política, la Ley 2184 de 2022¹⁸ dicta normas encaminadas

¹³ Por medio de la cual se dictan normas sobre democratización y fomento del libro colombiano.

¹⁴ Por la cual se dictan normas para el fomento de la actividad cinematográfica en Colombia.

¹⁵ Por la cual se fomenta el territorio nacional como escenario para el rodaje de obras cinematográficas.

¹⁶ Por la cual se toman medidas para formalizar el sector del espectáculo público de las artes escénicas, se otorgan competencias de inspección, vigilancia y control sobre las sociedades de gestión colectiva y se dictan otras disposiciones.

¹⁷ Mayor información en http://patrimonio.mincultura.gov.co/legislacion/Documents/Pol%C3%81tica%20de%20fortalecimiento%20de%20los%20oficios%20del%20sector%20de%20la%20cultura%20en%20Colombia_2018-.pdf

¹⁸ Por medio de la cual se dictan normas encaminadas a fomentar, promover la sostenibilidad, la valoración y la transmisión de los saberes de los oficios artísticos, de las industrias creativas y culturales, artesanales y del patrimonio cultural en Colombia y se dictan otras disposiciones.

a fomentar y promover la sostenibilidad, la valoración y la transmisión de los saberes de los oficios artísticos de las industrias creativas y culturales, artesanales y del patrimonio cultural en Colombia. Estos avances contribuyen al reconocimiento de los oficios de los sectores culturales y creativos, sin embargo, considerando que se trata de antecedentes recientes, aun es necesaria la definición de planes de acción que contribuyan a la implementación de estas disposiciones.

El Documento CONPES 3659 *Política Nacional para la Promoción de las Industrias Culturales en Colombia*¹⁹ publicado en 2010 sienta bases para el fortalecimiento de las industrias culturales desde una perspectiva transversal que beneficie a los diferentes sectores, no obstante, esta política ya cumplió su periodo de implementación y requiere ser actualizada. Con este documento se inició el camino para aprovechar el potencial competitivo de las industrias culturales en la generación de oportunidades de ingreso y empleo para muchos colombianos. También se hizo un esfuerzo por caracterizar a los agentes involucrados y su creciente participación en la actividad productiva nacional. El documento incluyó cinco estrategias: (i) promoción de la circulación de bienes y servicios de las industrias culturales; (ii) incremento del acceso a los mecanismos de financiamiento; (iii) apoyo a las iniciativas locales para el desarrollo de industrias culturales; (iv) ampliación de la oferta de formación especializada; y (v) fomento del uso de las nuevas tecnologías en el desarrollo de modelos de negocio de las industrias culturales. Si bien estas estrategias contribuyeron a la activación de procesos para la promoción de las industrias culturales, hoy requieren ser actualizadas a la luz de nuevos avances en el ordenamiento institucional y las nuevas fuentes de información disponible.

Por su parte, el Documento CONPES 4062 *Política Nacional de Propiedad Intelectual*²⁰ publicado en 2021 establece lineamientos para consolidar la generación y gestión de la propiedad intelectual y su aprovechamiento como herramienta para incentivar la creación, innovación, transferencia de conocimiento y generar aumentos en la productividad. Este documento de política plantea bases para la protección de la propiedad intelectual que incluye los derechos de autor y conexos, los cuales son un elemento central en la definición de las economías culturales y creativas. Sin embargo, no define lineamientos específicos para mejorar las condiciones económicas de los actores de los ecosistemas culturales y creativos.

El Pacto X. *Pacto por la protección y promoción de nuestra cultura y desarrollo de la economía naranja* de las bases del PND 2018 – 2022 adoptado mediante la Ley 1955

¹⁹ Disponible en <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/3659.pdf>

²⁰ Disponible en <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/4062.pdf>

de 2019²¹ propone los principios para impulsar el emprendimiento de base artística, creativa y tecnológica, y la creación de nuevas industrias, pero su horizonte de implementación es limitado y no cuenta con instrumentos y acciones para garantizar su sostenibilidad en el largo plazo. Este plan tiene el enfoque de proveer los bienes públicos necesarios para que las industrias culturales y creativas puedan desarrollarse en las condiciones adecuadas, de forma que contribuyan a la transformación productiva y la diversificación de la economía, gracias a su capacidad de innovación y generación de valor agregado. Así mismo, la Ley 1955 de 2019, incluye seis artículos que modificaron las condiciones para el desarrollo de algunas actividades identificadas dentro de la economía naranja en relación con temas como: (i) la producción y contenido local en servicios de video bajo demanda (artículo 154); (ii) la prórroga de la Ley 1556 de 2012 (artículo 177); (iii) la contraprestación y estímulo a la producción de obras audiovisuales en Colombia (artículo 178); (iv) la creación de las Áreas de Desarrollo Naranja (artículo 179); (v) la creación de beneficios tributarios sobre el impuesto de renta para las inversiones o donaciones a proyectos de economía creativa (artículo 180); y (vi) los acuerdos sobre derechos patrimoniales (artículo 181). Estas iniciativas motivan transformaciones importantes. Sin embargo, cuentan con un horizonte de implementación limitado.

El Documento CONPES 3866 *Política Nacional de Desarrollo Productivo* ²² publicado en 2016, busca solucionar las fallas de mercado, de gobierno o de articulación²³ que afectan la productividad de las empresas colombianas y dificultan la sofisticación del aparato productivo, pero no contiene lineamientos específicos para las actividades relacionadas con la economía naranja. Esta política propone estrategias de acción sobre los determinantes de la productividad de las empresas y la identificación de sectores estratégicos que tengan demanda potencial nacional o internacional y una ventaja comparativa revelada, constituyéndose como la hoja de ruta para determinar estrategias y programas que mejoren la productividad del país.

La *Misión de Internacionalización de 2021*²⁴ entrega al Gobierno nacional las recomendaciones de política pública con el propósito de posibilitar la integración efectiva

²¹ Por el cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 *Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad*.

²² Disponible en <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/3866.pdf>

²³ Según (Stiglitz, 2000), cuando el mercado no garantiza los mayores niveles de eficiencia o no es óptimo en el sentido de Pareto, da lugar a las fallas de mercado. En este sentido, se presentan situaciones en las que no es posible mejorar el bienestar de ningún individuo sin empeorar el de algún otro. Especialmente, hay seis condiciones en las que los mercados no cumplen con dicha eficiencia: (i) fallo de la competencia; (ii) bienes públicos; (iii) externalidades; (iv) mercados incompletos; (v) fallos de información; y (vi) paro, inflación y desequilibrio.

²⁴ Disponible en <https://www.dnp.gov.co/DNPN/mision-internacionalizacion/Paginas/default.aspx>

de la economía colombiana en las cadenas globales de valor, pero no contempla otros aspectos diferentes a la internacionalización, como el arreglo institucional sectorial, asociatividad de los agentes, fallas de información, entre otros, que afectan el desarrollo de las actividades de economía naranja. La integración en cadenas de valor global se busca alcanzar a través del incremento de las exportaciones de bienes y servicios de mayor valor agregado, la atracción de inversión extranjera directa, aumentar la adaptación y adopción de conocimiento y tecnología, y facilitar la logística del comercio internacional. En este ejercicio los servicios se establecieron como estratégicos, debido a su dinamismo y creciente participación en el comercio internacional. Los servicios relacionados con las industrias culturales y creativas cada vez gozan de mayor participación en las economías debido por su contribución al desarrollo económico y el bienestar general (Banco Interamericano de Desarrollo [BID], 2017). De hecho, dentro de las recomendaciones del informe final de la misión de internacionalización, se identifican las categorías de economía naranja, software y tecnologías de la información, y turismo como líneas potenciales de mejora de exportación (DNP, 2020).

2.2. Justificación

Después de casi tres décadas de avances normativos, aún es necesario consolidar un marco de acción que promueva la sostenibilidad y el equilibrio entre los aspectos económicos, culturales e institucionales de las artes, el patrimonio y las industrias culturales y creativas. Lo anterior es necesario para aprovechar el potencial de estos sectores, sus interrelaciones productivas con otros sectores y, especialmente, el papel fundamental y transformador de la cultura y la creatividad en los territorios y en el desarrollo del país. Según Jyoti Hosagrahar (2017), directora adjunta de la Unesco, la única manera de garantizar que el desarrollo sea inclusivo, equitativo y centrado en el ser humano, es hacer de la cultura un elemento central de las políticas de desarrollo.

Si bien en Colombia ya se ha avanzado en la implementación de estrategias para este propósito, es pertinente el diseño de una política pública que enfrente los grandes retos de los sectores culturales y creativos promoviendo así su potencial como motor de desarrollo. Estos retos se relacionan con: (i) desarrollos tecnológicos; (ii) diversas formas de circulación; (iii) diversidad de actores que intervienen entre la creación y el acceso cultural; y (iv) el impacto de la pandemia por Covid 19, entre otros. Adicionalmente, es preciso diseñar una hoja de ruta que parta de la valoración de la diversidad étnica y poblacional de la nación, como característica esencial del diálogo intercultural en la que se manifiesta la circulación cultural.

Teniendo en cuenta lo anterior, la presente política contribuye a promover el desarrollo sostenible y los derechos culturales con una mirada integral de sostenibilidad social, económica y cultural que responda a los requerimientos de las industrias culturales y creativas frente a los cambios en los contextos globales y locales. Al plantearse como una política en perspectiva de derechos culturales, la ciudadanía pasa a ser consumidora o el punto final de la cadena de valor y se convierte en el punto de partida y de llegada de todo el proceso, articulando de manera transversal todos los eslabones de la cadena. Explicado de otro modo, garantizar derechos como el acceso a los bienes y servicios culturales contribuye al fortalecimiento de la economía mediante el aumento en el consumo de estos. En este contexto, también juegan un importante rol las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) brindando posibilidades para fortalecer el acceso de la ciudadanía a la cultura y la apertura de nuevos mercados para los sectores culturales y creativos.

Este documento busca formular lineamientos de largo plazo para poner a la cultura en el centro del desarrollo del país a través de la consolidación integral de los sectores económicos relacionados con el patrimonio cultural, las artes, las industrias culturales y las creaciones funcionales. Teniendo en cuenta los avances en materia de política, así como los retos y vacíos existentes, los lineamientos contenidos en este documento parten del reconocimiento de las características culturales, pero también económicas de las actividades, los bienes y los servicios de la cultura y la creatividad. Para ello, cuenta con un enfoque transversal que busca beneficiar a todos los sectores de las categorías de artes y patrimonio, industrias culturales e industrias creativas. Así mismo, plantea acciones de largo aliento que vinculan a diferentes entidades del Gobierno nacional en el mejoramiento de las condiciones y capacidades de los actores de la cultura y la creatividad. De este modo, se da continuidad y se complementan los logros alcanzados en este sentido.

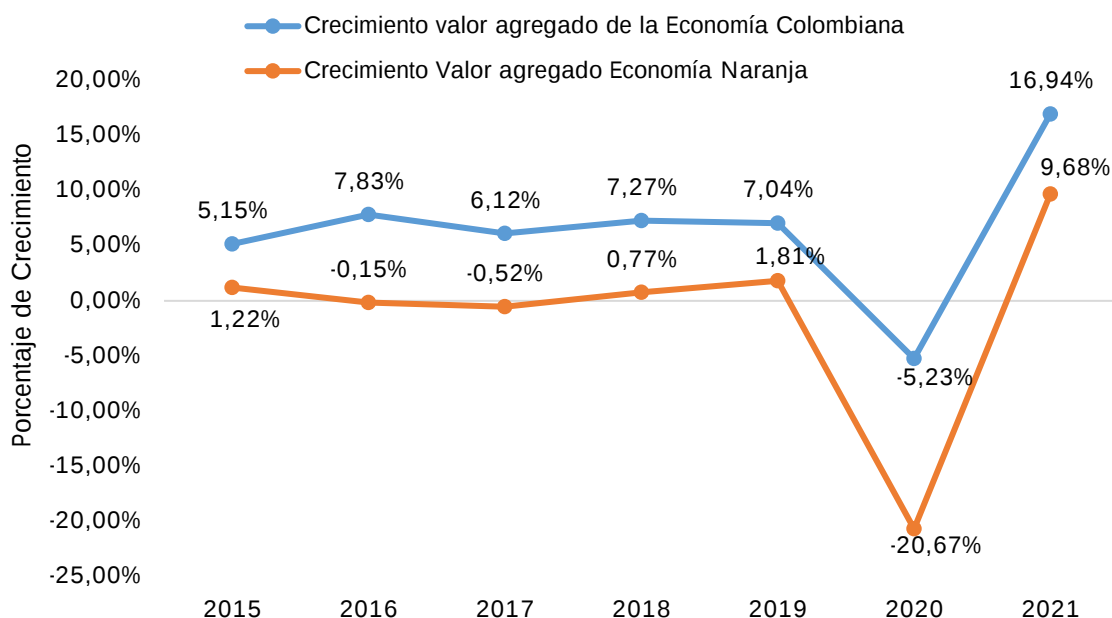
3. DIAGNÓSTICO

En los últimos años la economía creativa ha venido ganando espacio en la economía mundial, evidenciando su importancia y lo estratégica que puede llegar a ser. Entre los años 2002 a 2013 la contribución de este sector al Producto Interno Bruto (PIB) mundial, en promedio, fue de 5,2 %; no obstante, estos datos varían de acuerdo con la definición y clasificación que se le dé al sector de industrias culturales y creativas (BID, 2017). En tanto, en América Latina y el Caribe, la contribución de la economía creativa al PIB regional es de aproximadamente 2,2 % (Ernst & Young, 2015). El comercio mundial de bienes creativos creció 145 % entre 2002 y 2015, pasando de 208 mil millones de dólares a USD 509 mil millones en el periodo (UNCTAD, 2018). Así mismo, entre 2011 y 2015 las exportaciones de servicios creativos representaron alrededor del 18 % de las exportaciones

totales de servicios en el mundo, y su tasa de crecimiento promedio anual fue de 4 % (UNCTAD, 2018). Tomando como referencia el mismo periodo 2002 – 2015, las tasas de crecimiento promedio anual para las exportaciones de bienes creativos de la Unión Europea fueron del 5,5 % y emplearon a casi 12 millones de personas en la región. Sin embargo, las exportaciones de bienes creativos de la región asiática en 2015 duplicaron las de la Unión Europea en el mismo año, alcanzando la cifra de USD 228 mil millones (UNCTAD, 2018). Otro ejemplo de la importancia de la economía creativa el tamaño de las industrias culturales y creativas en Estados Unidos y Brasil, que para el 2014 era proporcional a la industria manufacturera de cada uno de estos países (PNUD & Cámara de Comercio de Bogotá, 2019).

Para el caso colombiano, las industrias culturales y creativas se identificaron como un macro sector estratégico (DNP, 2019), no obstante, estas han tenido crecimientos inferiores a los de la economía en general. Esto se evidencia en el Gráfico 1, donde el crecimiento promedio del valor agregado nacional entre 2015 - 2021 fue de 6,44 %, mientras que el crecimiento promedio del valor agregado de la economía naranja para el mismo periodo fue de -1,12 %, presentando una disminución significativa durante el 2020 debido a la pandemia generada por el Covid-19. Si se excluye el dato de crecimiento entre 2019-2021, afectado por la pandemia de Covid 19, el crecimiento promedio de la economía en el periodo 2015-2019 fue de 2,48 %, mientras el de las actividades de la economía naranja en el mismo periodo fue de 0.62 %.

Gráfico 1. Crecimiento del valor agregado de la economía naranja respecto al valor agregado total de la economía para el período 2015-2021^(a)



Fuente: Departamento Nacional de Planeación a partir de los datos de la Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja y de las Cuentas Nacionales del Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE] (2022).

Notas: (a) Datos de series encadenadas de volumen con año de referencia 2015.

Sumado al bajo crecimiento de la economía naranja, la pandemia por Covid-19 generó un grave impacto en el desempeño de los diferentes sectores que la conforman causando desempleo y desarticulación de cadenas de valor, entre otros. Para dar algunos ejemplos sobre el impacto de la pandemia, se puede mencionar que 5.600 infraestructuras culturales fueron cerradas (entre las que se encuentran 528 bibliotecas públicas, 997 casas de la cultura, 453 museos, 1.567 escuelas de música, 498 escuelas de danza, 108 salas de danza, 178 salas concertadas de teatro y 350 escenarios de espectáculos públicos) (DNP, 2020). De acuerdo con el reporte naranja del DANE (2021) ²⁵, en 2020, las exportaciones de las industrias culturales y creativas cayeron un 44 % frente al año anterior. Así mismo, durante el 2020, el número de personas ocupadas en la economía naranja decreció un 10,9

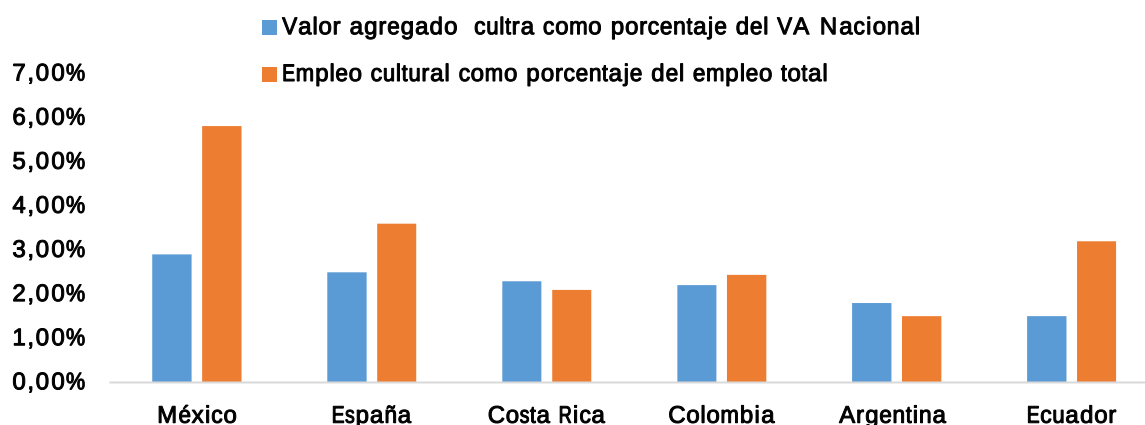
²⁵ Por medio del reporte se busca consolidar información acerca de las actividades culturales y creativas, coordinado con el apoyo de las demás entidades que conforman la Mesa de información del Consejo Nacional de la Economía Naranja. Mayor información: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/sateli_cultura/economia-naranja/4to-reporte-economia-naranja.pdf

% con respecto al año anterior. En abril, que fue el mes de mayor impacto, la pandemia generó una reducción del 34 % en el nivel de empleo para los sectores culturales y creativos.

En términos de mercado laboral, si bien la participación de las categorías de la economía naranja en el número de ocupados ha mantenido un crecimiento constante, aún no es representativo en comparación con otros sectores económicos. Para el año 2021, las tres categorías de la economía naranja emplearon el 2,48 % de la población ocupada, mientras que comercio y reparación de vehículos (19,5 %), agricultura, pesca, ganadería, caza y silvicultura (15,93 %), la industria manufacturera (10,75 %), y administración pública y defensa, educación y atención a la salud humana (10,90 %) fueron los sectores que mayor población ocupada tuvieron en el mismo año (DANE, 2022). Para el 2020 las categorías de la economía naranja emplearon a 528.231 personas, 10,9 % menos respecto a 2019 (DANE, 2021). Esta disminución se podría explicar por los efectos del Covid 19.

La participación del valor agregado cultural y el empleo cultural en Colombia se encuentra por debajo que algunos países de la región, como México, España y Costa Rica (Gráfico 2). Para el año 2020, la participación del valor agregado cultural respecto del nacional, Colombia se ubicaba solo por encima de Argentina y Ecuador, al compararlo con algunos países de la región. De igual manera, la participación del empleo cultural respecto al total, Colombia se ubicaba por encima de Costa Rica y Argentina, tal como se evidencia a continuación.

Gráfico 2. Comparación de la participación del valor agregado cultural y empleo cultural respecto al total en países de la región – 2020



Fuente: Convenio Andrés Bello (2020).

El siguiente diagnóstico se encuentra dividido en cuatro secciones que recogen los principales ejes problemáticos identificados para la elaboración de esta política. Estos tienen que ver con: (i) bajo reconocimiento de las expresiones culturales; (ii) baja articulación entre actores públicos y privados; (iii) limitadas condiciones de entorno y económicas del sector cultural y creativo; y (iv) limitada participación en cadenas de valor.

3.1. Bajo reconocimiento de las expresiones culturales

Las oportunidades para la economía creativa en un país están íntimamente relacionadas con su cultura, sin embargo, en Colombia el bajo reconocimiento de las expresiones culturales impide que se pueda aprovechar su potencial para la economía cultural y creativa. Según la UNCTAD (2004), la oferta de bienes y servicios culturales y patrimoniales se encuentra asociada al capital humano, creativo e intelectual de los países, más que a la mano de obra o las tecnologías tradicionales. Lo anterior, puede suponer la creación de nuevos empleos y contribuir así al desarrollo económico, No obstante, la falta de información y reconocimiento de las expresiones culturales limita dichas posibilidades.

Colombia cuenta con un enorme potencial creativo relacionado con su diversidad cultural y riqueza patrimonial²⁶; no obstante, diferentes fenómenos históricos han debilitado el valor simbólico y significado histórico de esta diversidad cultural generando desarraigo cultural.²⁷ Según la Agencia de las Naciones Unidas para los Refugiados (2021), entre 1985 y 2020 en Colombia se han registrado más de 8,3 millones de personas desplazadas forzosamente. Estas, en su mayoría, han migrado desde las áreas rurales hacia las principales ciudades del país. La separación abrupta de sus territorios, así como el choque cultural por la llegada a contextos urbanos, conlleva a fenómenos de desarraigo que ponen en riesgo la riqueza cultural de las diferentes comunidades. Para el caso de los pueblos indígenas, por ejemplo, el desplazamiento hacia las ciudades ha generado graves pérdidas para su patrimonio cultural e identidad como grupos étnicos (Hurtado, 2015).

Adicionalmente, los fenómenos crecientes de globalización generan intercambios desiguales de expresiones culturales que erosionan las identidades locales debido a la excesiva oferta de contenidos externos. Dicha problemática está identificada en la convención de la Unesco de 2005 que reconoce la necesidad de adoptar medidas para proteger la diversidad de las expresiones culturales y sus contenidos, especialmente en

²⁶ Ejemplos de este potencial se expresa en, por ejemplo, los 87 pueblos indígenas que conservan su cultura (DANE, 2007), las diez manifestaciones inscritas en la Lista de Patrimonio de la Humanidad de la Unesco, así como la existencia de creadores colombianos ampliamente reconocidos a nivel nacional e internacional.

²⁷ Para Fos Medina (2015), el arraigo tiene tres dimensiones: (i) la espacial; (ii) la social; y (iii) la cultural. La dimensión cultural tiene que ver con la existencia de principios, normas y cosmovisiones compartidas por las comunidades.

situaciones en las que las expresiones culturales pueden correr peligro de extinción o de grave menoscabo (Unesco, 2005).

Por otra parte, la cobertura de los ejercicios que se han realizado para la identificación de los agentes culturales y creativos así como sus vocaciones es limitada. En Colombia, aun es insuficiente la información útil sobre las vocaciones territoriales relacionadas con el emprendimiento cultural, las problemáticas que se enfrentan y las posibles soluciones, entre otros aspectos. La *Misión de Sabios* convocada en 2019 por el Gobierno nacional señaló que es necesario mapear las organizaciones y agentes culturales y creativos en el territorio teniendo en cuenta su misión, modelo de acción, estructura, recursos, capacidades, trayectoria y oferta. Lo anterior, reconociendo que existen necesidades diferenciales, y escuchando a las regiones en los procesos de toma de decisiones (Misión de Sabios Colombia, 2020). Teniendo en cuenta esta necesidad, desde el Ministerio de Cultura se han realizado 17 mapeos culturales y creativos en municipios del país. Estos, consisten en ejercicios de levantamiento de información territorial que permiten comprender los sistemas culturales y creativos en regiones específicas para contribuir a una planeación y gestión adecuada. Si bien esta metodología se ha mostrado útil, la cifra de mapeos realizados es aún limitada frente al total de 1.103 municipios existentes en Colombia. En este sentido, es necesario complementar la metodología y dar continuidad este ejercicio en otras regiones para avanzar en la definición de políticas que reconozcan la diversidad de las manifestaciones y expresiones culturales en el territorio.

Por otra parte, existe un limitado reconocimiento de los oficios culturales, lo que se evidencia en una baja valoración social de las prácticas desarrolladas por los agentes de los oficios. Esta situación genera un desequilibrio entre el conocimiento y el trabajo, es decir que, en el país se reconoce y valora socialmente a quienes han tenido acceso a la educación superior formal, mientras que quienes practican un oficio aprendido por herencia cultural no cuentan con suficiente reconocimiento lo cual también limita sus oportunidades (Ministerio de Cultura, 2019). Esta situación se ve agravada por la ausencia de procesos de certificación y reconocimiento de aprendizajes previos para los agentes de los oficios de la cultura y el patrimonio.

3.2. Baja articulación entre actores públicos y privados

Si bien existen avances en la consolidación de un marco institucional robusto aún persisten dificultades relacionadas con la baja articulación entre actores públicos y privados para la toma de decisiones en la promoción de la economía cultural y creativa. Así mismo, las fuentes de información disponibles para el diseño de políticas son dispersas

o insuficientes. Por otra parte, los canales de información para la divulgación de la oferta institucional aun requieren ser fortalecidos.

A nivel nacional, los espacios permanentes de encuentro y discusión entre actores públicos y privados para los temas de economía naranja no están articulados al Sistema Nacional de Competitividad e Innovación (SNCI)²⁸, dificultando la resolución de los cuellos de botella que aquejan a los sectores culturales y creativos. El Decreto 1935 de 2018²⁹ creó el Consejo Nacional de Economía Naranja como organismo asesor y consultivo del Gobierno nacional, encargado de formular lineamientos generales de política y de coordinar las acciones interinstitucionales necesarias para la promoción, defensa, divulgación y desarrollo de la economía creativa. Así mismo, desde el Ministerio de Cultura se han constituido Nodos de Economía Naranja en los territorios. Sin embargo, aún no se ha diseñado una instancia o canal de coordinación entre los sectores público y privado articulado al SNCI, que permita la ejecución de acciones dirigidas al fortalecimiento de la competitividad de las industrias culturales y creativas. Esta falencia dificulta integrar a los sectores de la economía naranja en la Agenda Nacional de Competitividad e Innovación y la solución de cuellos de botella que dificultan el adecuado desarrollo de actividades culturales y creativas.

A nivel internacional, existen pocos escenarios estratégicos impulsados desde América Latina que permitan la convergencia de gobiernos, organizaciones internacionales, ciudadanos y sector privado para el diálogo y generación de consensos alrededor de las políticas culturales. A pesar de la enorme importancia que está cobrando el sector creativo y cultural en América Latina, y en particular en Colombia, no se cuentan con suficientes mecanismos permanentes a nivel regional que logren convocar organismos multilaterales, ciudadanía, empresas y los gobiernos, y que permitan la sincronización de esfuerzos para tener apuestas en común para favorecer el ecosistema creativo y cultural desde una visión nacional, continental y global. En otros continentes se realizan este tipo de espacios en el marco de escenarios como el *World Cities Culture Forum*³⁰ y el *World Summit on Arts and Culture*³¹ realizado en Estocolmo. Sin embargo, estos espacios son creados para

²⁸ El Sistema Nacional de Competitividad e Innovación es el conjunto de leyes, políticas, estrategias, metodologías, técnicas y mecanismos, que se encarga de coordinar y orientar las actividades que realizan las instancias públicas, privadas y académicas relacionadas con la formulación, implementación y seguimiento de las políticas que promuevan la competitividad e innovación del país bajo una visión de mediano y largo plazo, con el fin de promover el desarrollo económico, la productividad y mejorar el bienestar de la población. Consultado en <http://www.colombiacompetitiva.gov.co/snci/el-sistema/quienes-somos>

²⁹ Por el cual se crea y reglamenta el funcionamiento del Consejo Nacional de la Economía Naranja.

³⁰ Disponible en <http://www.worldcitiescultureforum.com/>

³¹ Disponible en <https://www.artsummit.org/>

las perspectivas globales y generales de la cultura y la creatividad, y no se centran en sostener conversaciones de resultados sobre las políticas y estrategias de regiones particulares. En ese sentido, y siguiendo el ODS número 17 revitalizar la alianza mundial para el desarrollo sostenible, en el que son necesarias las acciones inclusivas y una sólida cooperación internacional (ONU, 2020), existe una falta de espacios de articulación a nivel regional latinoamericano.

Adicionalmente, hay una baja articulación con actores de Latinoamérica para la generación y transmisión de conocimiento que permita generar mediciones comparables, realizar seguimiento y generar políticas públicas basadas en datos y evidencias. Diferentes países de Latinoamérica cuentan con observatorios de cultura y economía como un medio para recopilar la información dispersa, levantar nuevos datos, analizar la información que ya existe y transferir ese conocimiento de lo académico a los hacedores de política pública y a los tomadores de decisiones dentro del mismo sector. Colombia también cuenta con un observatorio nacional de economía y cultura mediante la Resolución 0140³² del 31 de mayo de 2021 del Ministerio de Cultura, que consolida su estructura organizacional y los fundamentos jurídicos que lo integran a la Dirección de Estrategia, Desarrollo y Emprendimiento. Por otro lado, existen más de veinte observatorios que pueden ser identificados en Latinoamérica, con más de uno por país (Cifuentes, 2014). Sin embargo, el trabajo que se adelanta en cada territorio para el fortalecimiento de las industrias culturales y creativas es aislado; no se tiene comunicación entre los países para la discusión de experiencias en políticas públicas; y no se cuenta con suficientes espacios de cooperación y discusión para la construcción conjunta de políticas culturales que promuevan el desarrollo cultural (Pérez, 2018).

Igualmente, a nivel nacional no existe información detallada sobre la circulación de los bienes y servicios de las actividades que componen la economía creativa. Si bien se han diseñado diferentes sistemas de información para la captura y registro de información cultural³³, estos no se encuentran articulados entre sí. Esto, genera vacíos de información para una adecuada toma de decisiones de política para el sector cultural. Así mismo, dichos

³² Por la cual se desagrega el Presupuesto de Gastos de Inversión del / Departamento Administrativo de la Presidencia de la República, para la vigencia fiscal 2021.

³³ Tales como: (i) Sistema Nacional de Información Cultural; (ii) Sistema de Información de la danza; (iii) Sistema SoyCultura; (iv) Portal Único de Espectáculos públicos de las Artes Escénicas; (v) Sistema de Información y Registro Cinematográfico; y (vi) Sistema de Información de la Música.

sistemas tampoco se articulan con el Sistema Nacional de Cultura³⁴ (Ministerio de Cultura, 2021b).

Por otro lado, los productores y gremios de los sectores culturales y creativos siguen manifestando desconocimiento acerca de las políticas y acciones desplegadas para apoyar su quehacer diario. A pesar de los esfuerzos del Gobierno nacional por centralizar la oferta pública relacionada con innovación (convocatorias, eventos, programas, etc.) en el portal innovamos.com, en los espacios de participación adelantados por el Ministerio de Cultura para la construcción de un plan decenal de cultura, diferentes agentes expresaron de manera recurrente que no conocen la oferta institucional para los sectores culturales y creativos (Ministerio de Cultura, 2021a).

Así mismo, los trámites, permisos y requisitos para diferentes actividades culturales son dispendiosos y generan barreras para el desarrollo de procesos creativos. En espacios de participación del Ministerio de Cultura con agentes culturales se identificó la dificultad en los trámites requeridos para el desarrollo de diferentes actividades culturales como una limitante para el fortalecimiento de los creadores (Ministerio de Cultura, 2022). Por ejemplo, la dificultad en los trámites para realizar espectáculos públicos de las artes escénicas en espacios públicos es considerado uno de los principales cuellos de botella de este subsector. Lo dispendioso que puede ser conseguir los permisos y la destinación de recursos a estos trámites constituye una limitante para el desarrollo de estas actividades. Estas dificultades también afectan a sectores como el audiovisual en lo relacionado con la producción cinematográfica en espacios públicos.

3.3. Limitaciones en las condiciones económicas y de entorno del sector cultural y creativo

De cada 100 empresas de los sectores de economía naranja, sólo 38 permanecen en el mercado al cabo de cinco años (Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio [Confecámaras], 2019). Las cifras de Confecámaras sobre la supervivencia empresarial para todas las industrias muestran que en promedio aproximadamente el 20 % de las empresas mueren durante el primer año y después de cinco años sólo el 50 % permanecen activas (Confecámaras, 2017). A continuación, se señalan algunos de los problemas relacionados con este fenómeno. Específicamente: (i) debilidades en la oferta de

³⁴ La Ley 397 de 1997 define los componentes del Sistema Nacional de Cultura: (i) instancias culturales, tales como la Biblioteca Nacional de Colombia, el Museo Nacional de Colombia, los Fondos Mixtos de Cultura y las Bibliotecas Públicas, entre otros; (ii) procesos de desarrollo y fortalecimiento institucional, de planeación, y de financiación; y (iii) los espacios de participación como los consejos nacionales de las diferentes áreas artísticas, el Consejo Nacional de Patrimonio y, los Consejos Departamentales, Distritales y Municipales de Cultura, entre otros.

formación del capital humano; (ii) acceso limitado a servicios de financiación; (iii) bajos índices de Investigación + Creación (I+C) en las industrias culturales y creativas; y (iv) debilidades en las condiciones de la infraestructura cultural.

3.3.1. Debilidades en la oferta de formación del capital humano

El sistema educativo y formativo del país presenta desajustes respecto al conocimiento y habilidades que son requeridos en las industrias culturales y creativas. El valor de las industrias culturales y creativas radica en el desarrollo y la adopción de nuevos conocimientos, por lo tanto, son un facilitador sistémico del cambio estructural porque son parte del sistema de innovación que impulsa la generación de conocimiento y contribuye al crecimiento económico a través de múltiples aportes a la cultura y a la sociedad (Cunningham, 2008). Este cambio estructural de pensar la cultura como un agente de construcción en Colombia implica involucrar al sistema educativo. Colombia cuenta con el Sistema Nacional de Cualificaciones que comprende un conjunto de políticas, herramientas y procesos que buscan adecuar la oferta formativa a las necesidades de la sociedad y el aparato productivo (Servicio Nacional de Aprendizaje [SENA], 2021). Desde este sistema el país ha avanzado en la elaboración de catálogos de cualificaciones relacionados con el área de economía naranja (creaciones funcionales, nuevos medios y software de contenidos, industrias culturales, artes y patrimonio- artes escénicas). Sin embargo, aún no se han dado avances en la implementación de los catálogos desarrollados para corregir los desajustes relacionados con brechas de calidad, brechas de pertinencia de los programas, déficit en la cantidad de programas ofrecidos en las regiones, entre otros.

Una muestra de estas falencias se evidencia en el estudio de brechas de capital humano del sector TIC realizado por los Ministerios de Trabajo y de TIC donde se menciona que en Colombia los empresarios del sector manifiestan que es necesario tener trabajadores más especializados y mejor cualificados (Ministerio de Trabajo & Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 2020). Sin embargo, sólo el 37 % de las empresas incluidas en esta investigación manifiestan participar en la construcción de la oferta educativa y formativa relacionada con el Sector TIC, lo cual indica que no han sido suficientes los esfuerzos para generar sinergias entre los sectores productivo, educativo y formativo en el país (Ministerio de Trabajo & Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 2020). Por otro lado, de los 595 programas educativos de nivel posgrado, pregrado y técnico laboral encontrados, el 42 % están en Bogotá, el 19 % en Antioquía y el 11 % en Valle del Cauca, lo que evidencia una concentración de la oferta educativa y formativa en las principales ciudades (Ministerio de Trabajo & Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 2020). Este mismo estudio muestra que los perfiles con mayor brecha de déficit de programas educativos son los relacionados con

desarrollo de software y gerencia de proyectos. Es importante destacar que, en los estudios de brechas de capital humano de las tecnologías de la información y las comunicaciones, solamente los eslabones que incluyen actividades protegidas por el derecho de autor y derechos conexos se relacionan con la economía naranja.

Sumado a las dificultades identificadas en el marco del Sistema Nacional de Cualificaciones, existe una baja capacidad de los emprendedores culturales y creativos para formular proyectos y gestionar recursos. Se evidencia la ausencia de herramientas de gestión en los agentes del sector que les permitan proyectar y presentar propuestas con el propósito de obtener recursos de índole pública, privada o de cooperación internacional. Esto se evidencia en las mesas adelantadas por el Ministerio de Cultura en el año 2021 en el marco de los encuentros de cultura crea, así como en el resultado del diagnóstico realizado en la actualización del *Plan Nacional para las Artes* en el año 2021 (Ministerio de Cultura, 2021a).

3.3.2. Acceso limitado a servicios financieros por parte de los agentes culturales y creativos

Para las Mipymes de Economía Naranja acceder a financiamiento vía crédito resulta un reto en la medida en que son empresas de alto riesgo que no cuentan con colaterales tradicionales para apalancar el crédito. La dificultad de las Mipymes para acceder al financiamiento tanto de deuda como de capital se explica por: (i) las asimetrías de información; (ii) el nivel de riesgo de financiación de las Mipymes; y (iii) la falta de mecanismos e instrumentos de financiación especializados para minimizarlo. En el caso particular, de las empresas de Economía Naranja, las instituciones financieras no cuentan con instrumentos que les permitan valorar bienes intangibles que tienen representado su valor en la propiedad intelectual o en los derechos de autor, por ejemplo, un software en prueba o un montaje de teatro. Lo anterior se explica porque es difícil medir los cambios de valor en las diferentes etapas de desarrollo del proyecto, así como medir anticipadamente su éxito o fracaso (BID, 2017).

Por otro lado, buena parte de las empresas dedicadas a las actividades culturales y creativas son Mipymes que en su mayoría no cuentan con conocimientos relacionados con la estructuración financiera de un negocio (BID, 2020). Es común que los emprendedores en sectores relacionados con actividades culturales, creativas y desarrollos digitales de entretenimiento, no cuenten con un plan financiero que oriente el desarrollo de su negocio, lo que les dificulta identificar las oportunidades para acceder a diferentes fuentes de recursos, a posibles inversionistas en cada etapa del proyecto o el uso de los instrumentos de desarrollo empresarial ofrecidos por el sector público o por incubadoras empresariales

privadas. Entre estos instrumentos, se pueden mencionar los ofrecidos por el Fondo Nacional de Garantías a empresas en etapas tempranas o de pequeño tamaño que aún no tienen un respaldo patrimonial, con el fin que estas puedan tener una garantía que le permita acceder a créditos con entidades de financiación.³⁵ En el estudio realizado por Confecámaras se evidencia que las empresas que no han logrado acceder al mecanismo de garantías mobiliarias presentan una tasa de supervivencia de 53 % al término de 5 años, esta probabilidad puede aumentar hasta el 80 % en la medida que se habilita la posibilidad de que las empresas logren acceder una o más veces a estas líneas de crédito (Confecámaras, 2019).

Entre 2015 y 2018, tan solo el 27 % de las empresas de economía naranja (que figuran en los registros de Confecámaras) accedieron a crédito, cifra inferior al de las Mipymes de cualquier otro sector en Colombia (38 %) (BID, 2020). En 2020 el Banco Interamericano de Desarrollo adelantó un estudio sobre la financiación de las empresas de economía naranja en Colombia donde se evidenció que el acceso al crédito es aún más difícil para las empresas dedicadas a la prestación de servicios, las cuales han recibido menos del 1 % de los desembolsos realizados. Esta corresponde a los sectores de: (i) creación de contenidos (creación musical, teatral, audiovisual); (ii) postproducción de películas y videos; (iii) edición de programas de informática; y (iv) programación y radiodifusión sonora. El sector de publicidad que representa el 8,7 % de las empresas creativas ha recibido un porcentaje cercano al 3 % de los recursos de crédito desembolsados (BID, 2020). En general, las actividades creativas tienen un ciclo de producción más largo, es el caso de los proyectos de desarrollo de un software, un libro o una obra cultural. Estas actividades requieren el diseño de unos productos financieros de más largo plazo y más flexibles que se ajusten a los ciclos de producción y de retorno, que en ocasiones pueden tardar varios años en generar los beneficios esperados (BID, 2020).

La gran heterogeneidad de las actividades de economía naranja agudiza las asimetrías de información entre el sector financiero y el productivo, especialmente con las Mipymes (BID, 2020). Las necesidades de las empresas son diferentes dependiendo del tamaño, la estructura de capital y los activos, si es una empresa manufacturera, comercial o de servicios, el estado de desarrollo y el uso de tecnologías e internet, entre otros. Conocer con mayor detalle las características comunes de las empresas facilita entender las necesidades de financiación, las dificultades que enfrentan para acceder al crédito y así mismo, definir el apoyo técnico y los instrumentos financieros que se adaptan mejor a las demandas de cada grupo de empresas de economía naranja (BID, 2020).

³⁵ Para más información en <https://www.fng.gov.co/empresarios>

Existe un gran desconocimiento de metodologías existentes para efectuar una correcta valuación de activos intangibles que surgen del ejercicio de la economía cultural y creativa, para consolidar un adecuado acceso al sector financiero. La economía cultural y creativa basa su valor y riqueza en el capital intangible representado en bienes como el conocimiento, propiedad intelectual, entre otros. Bienes que revisten una gran dificultad en su cuantificación, precisamente por su carácter inmaterial. A los parámetros básicos de medición económica de actividades productivas en relación con el valor de uso y valor de cambio, se han tenido que sumar valores de orden simbólico relacionados con conocimiento, tradiciones, talentos, relacionamiento, posicionamiento, entre otros. Esto ha generado una gran dificultad en la creación de métodos para la valoración de los activos resultantes de estas actividades económicas, acción primordial para su vinculación al sector financiero, toda vez que las entidades de esta rama vuelcan su operación a aquellas actividades que ofrezcan garantías tradicionales de solvencia (Observatorio Vasco de la Cultura, 2012).

3.3.3. Bajos índices de I+C en las industrias culturales y creativas

En Colombia existe un gran número de empresas creativas y culturales, sin embargo, sólo el 0,6 % están registradas como productos derivados o asociados a I+C (DANE, 2019). El 90 % de los grupos de investigación están vinculados a instituciones de educación superior, en su mayoría universidades y muy pocos a centros de desarrollo tecnológico o centros de investigación (2,1 %), empresas (2,9 %), entidades del gobierno (1,2 %) y otras (3,3 %) lo que evidencia que en el sector productivo se hace poca investigación (DANE, 2019).

3.3.4. Debilidades en las condiciones de la infraestructura cultural

De acuerdo con las cifras presentadas por el anuario de la Ley de espectáculos públicos 2019 (Ministerio de Cultura, 2019), existe una alta concentración territorial de las infraestructuras dedicadas a la circulación de espectáculos, eventos y experiencias de las artes y la cultura. Desde la puesta en marcha del Portal Único de Espectáculos Públicos de las Artes Escénicas (PULEP) en febrero de 2016 a diciembre de 2019, se han registrado, sin que sea obligatorio, un total de 34.283 eventos. Las ciudades con mayor cantidad de eventos registrados fueron: (i) Bogotá (31,8 %); (ii) Medellín (18 %); y (iii) Cali (9,5 %). De los 296 municipios en los que se registran eventos, 10 municipios suman el 74,6 % del total de eventos registrados. Similar comportamiento se refleja en lo que respecta a los escenarios en donde se realizan dichos eventos. De los 48 escenarios registrados en el PULEP en 2019, el 25 % (13 escenarios) están ubicados en Bogotá, el 21 % (10) en Medellín, el 6 % (3) en Cartagena y, el 6 % (3) en Cúcuta, por lo que estas 4 ciudades concentraron el 58 % de los escenarios.

Por otra parte, existe deterioro o inexistencia de infraestructuras culturales adecuadas para el desarrollo de actividades creativas y culturales. Esta situación se ve reflejada en las condiciones de las 95 Áreas de Desarrollo Naranja³⁶ del país, donde se han evidenciado necesidades para la adecuación y renovación de la infraestructura cultural. Así mismo, para estas zonas se ha construido un banco de proyectos de infraestructura cultural, cuyo valor supera los 400.000 millones de pesos, evidenciando las inversiones requeridas en adecuación, renovación, y la asistencia técnica necesaria para consolidar espacios adecuados para el desarrollo de la economía naranja (Ministerio de Cultura, 2022).

La falta de infraestructura cultural adecuada disminuye las posibilidades de desarrollo de las industrias culturales y creativas, y amplía las brechas de inequidad entre regiones (Misión de Sabios Colombia, 2020). Las regiones que tienen menor disponibilidad de infraestructura cultural tienen menores posibilidades de expresión cultural lo cual afecta la valoración social de su patrimonio regional y contribuye a la pérdida de la memoria cultural del país. En términos económicos, la falta de espacios desestimula el desarrollo de nuevas industrias culturales y creativas, y afecta negativamente la producción cultural. Esto finalmente se traduce en la pérdida de beneficios en términos de la transformación urbana, atracción de turistas, audiencias que demandan contenido cultural y atracción de recursos para nuevas producciones. En diferentes regiones no se han identificado infraestructuras públicas que puedan ser reutilizadas como atractivos turísticos que permitan a los municipios avanzar en el posicionamiento como destinos turísticos atractivos y de calidad (Misión de Sabios Colombia, 2020).

3.4. Limitada participación en cadenas de valor

Las industrias culturales y creativas se establecen como una oportunidad para incrementar la participación en cadenas globales de valor y los mercados. Sin embargo, persisten dificultades que impiden la internacionalización de las actividades culturales y la circulación de estas en el mercado nacional. Específicamente: (i) baja participación en cadenas globales de valor; y (ii) bajos niveles de circulación de bienes y servicios culturales a nivel nacional.

3.4.1. Baja participación en cadenas globales de valor

³⁶ Definidas en el artículo 179 de la Ley 1955 de 2019, son espacios geográficos delimitados y reconocidos para fortalecer e incentivar actividades culturales y creativas, a su vez, estos espacios serán reconocidos mediante instrumentos de ordenamiento territorial o decisiones administrativas de la entidad territorial. Además, tienen como objetivo la integración de artistas, creadores, emprendedores, infraestructuras y equipamientos culturales, con el propósito de consolidar los procesos de creación, producción, circulación, distribución y acceso a las manifestaciones, bienes y servicios culturales y creativos.

El desconocimiento de los canales de acceso y mercados internacionales se evidenció como uno de los principales obstáculos que se enfrentan los agentes de la economía naranja (Ministerio de Cultura, 2021c). Así mismo, la Misión de Sabios confirma que no existe una centralidad en la información dirigida a la internacionalización, lo cual dificulta que los agentes tengan un panorama claro respecto a las dinámicas actualizadas de los mercados fuera del país (Misión de Sabios Colombia, 2020).

Así mismo, una de las dificultades para la internacionalización es la ausencia de intermediarios en algunos sectores como artes escénicas y música que logren el posicionamiento de los bienes y servicios culturales en los mercados internacionales (UNCTAD, 2018). Los intermediarios se establecen como agentes relevantes para la conexión de bienes y servicios de la economía naranja en estos mercados. En el caso de las artes escénicas consolidar los mercados y los festivales, permite la conexión de los agentes nacionales con los internacionales (promotores, productores, representantes de las compañías, programadores, entre otros) para concretar negocios. El potencial que abren estos intermediarios está asociado a la posibilidad de que el agente identifique programadores de eventos internacionales, entre otros aspectos. En la música se presenta la misma necesidad, planteada desde la mirada de los agentes (Lado B, 2020).

Hay poca visibilidad de los espacios comerciales para el intercambio de bienes y servicios de las actividades de la economía naranja. Si bien, se han desarrollado plataformas como Compra Lo Nuestro³⁷ que busca ser un espacio común entre productores, proveedores y consumidores, la circulación e intercambio comercial de productos y servicios culturales y creativos sigue siendo uno de los principales desafíos de la economía naranja, al igual que la visibilidad de los espacios comerciales.

3.4.2. Bajos niveles de circulación de bienes y servicios culturales a nivel nacional

Existe una baja articulación entre agentes, escenarios de circulación y/o exhibición de bienes y servicios culturales y escenarios propios para el intercambio comercial (mercados, las ruedas de negocio, las ferias, entre otros). La circulación de productos y servicios culturales es fundamental para la sostenibilidad de un ecosistema cultural y creativo. Además, los espacios de circulación favorecen la convergencia de los agentes creativos y culturales, convirtiéndose en un factor determinante para el desarrollo y crecimiento de los sectores culturales y creativos del país. Ahora bien, estos escenarios de circulación no han

³⁷ Compra Lo Nuestro es la plataforma digital para conectar empresas con clientes y proveedores. Mayor información: <https://compralonuestro.co/>

logrado formar relaciones intersectoriales que les permitan generar intercambios creativos y comerciales (Lado B, 2017) .

Existe una baja apropiación de herramientas digitales para la circulación de bienes y servicios culturales. En Colombia, del total de las ventas registradas en 2019 por las empresas manufactureras relacionadas con actividades de la economía naranja de inclusión total, el 6,5 % se hicieron por comercio electrónico. Este mismo dato para las empresas manufactureras de Economía Naranja de inclusión parcial fue de 5,4 % y en el agregado total de la industria manufacturera, las ventas por comercio electrónico representaron el 6,3 %. Este mismo dato fue de 6,8 % para las empresas de comercio de economía naranja (DANE, 2021).

Así mismo, existen deficiencias en las redes de asociatividad en de los sectores, así como en los circuitos de circulación colaborativos, lo que genera dificultades en la circulación de bienes y servicios culturales y creativos. De acuerdo con Germán Rey (2021), a pesar de diferentes esfuerzos, los medios comunitarios y ciudadanos no han logrado aún relaciones que permitan una mayor circulación de contenidos en dimensiones de la vida social y personal de la ciudadanía; situación que afecta a muchos grupos artísticos locales. Por lo anterior, cobran relevancia la existencia y el dinamismo de los gremios, redes, colectivos e intercambios. Por ejemplo, en el teatro se identifica la necesidad de estimular la asociatividad de las organizaciones que velen por los intereses y generen criterios de calidad y pertinencia de este servicio (Ministerio de Cultura, 2011). Otro sector donde se evidencia esta problemática es el musical, donde la mayoría de las empresas e individuos tienen mayor éxito económico si participan de giras o eventos nacionales. Sin embargo, los ecosistemas de circulación son débiles (plataformas, infraestructura, mercados, canales) y los que existen se concentran en las grandes ciudades (Lado B, 2020).

4. DEFINICIÓN DE LA POLÍTICA

4.1. Objetivo general

Mejorar las condiciones y capacidades de los actores culturales y creativos para consolidar el papel transformador de la economía naranja en el desarrollo sostenible de los territorios a través de la promoción de los derechos culturales, y el trabajo en red.

4.2. Objetivos específicos

OE1. Promover la identificación y el reconocimiento del valor cultural y económico de las expresiones artísticas, culturales y creativas para visibilizar su potencial de transformación.

OE2. Mejorar la articulación entre actores públicos y privados y la información sectorial para la adecuación del marco institucional y los instrumentos de política.

OE3. Mejorar las condiciones de entornos y económicas para la sostenibilidad de los sectores culturales y creativos.

OE4. Aumentar la participación en las cadenas de valor, así como la asociatividad entre los actores, para incrementar la circulación de bienes y servicios culturales y creativos.

4.3. Plan de acción

Para el cumplimiento del objetivo general de la presente política se proponen cuatro ejes estratégicos que comprenden ocho líneas de acción e implican la implementación de 54 acciones a ejecutar por diferentes entidades del Gobierno nacional.

Las acciones de esta sección son coherentes con los objetivos de la política. Así mismo, el detalle de las entidades responsables de cada acción, los periodos de ejecución, los recursos necesarios y disponibles para su implementación, y los indicadores de gestión y de producto asociados, con sus respectivas metas, así el indicador de resultado, definido para valorar los impactos del desarrollo integral de la política, se encuentran en el Anexo A de este documento, a saber, el Plan de Acción y Seguimiento (PAS).

4.3.1. Desplegar estrategias para visibilizar el potencial transformador del sector cultura

Línea de acción 1. Aumentar y mejorar la información específica entorno a expresiones culturales

El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones estructurará e implementará durante los años 2023 a 2026 una estrategia para la generación y producción de contenidos orientados al fortalecimiento de la televisión pública con la finalidad de preservar la cultura e identidad nacional y regional. Con esta acción, se busca contribuir a mitigar el desarraigo y el debilitamiento de las expresiones culturales debido a fenómenos históricos recientes. Para ello, cada año se estructurarán e implementarán las estrategias a impulsar.

El Ministerio de Cultura diseñará e implementará convocatorias de estímulos para promover la conformación de comunidades de la sociedad civil interesadas en fomentar los procesos de acercamiento y apropiación de las poblaciones a las prácticas artísticas y culturales. Con esta acción, se busca contribuir a mitigar el desarraigo y el debilitamiento de las expresiones culturales debido a fenómenos históricos recientes. Para llevar a cabo esta acción, se hará una caracterización de organizaciones existentes. Con base en esta, se realizará el diseño y oferta de las convocatorias. Así mismo, se brindará acompañamiento

técnico a las organizaciones beneficiarias y se realizará la evaluación y seguimiento en la implementación de las convocatorias. Esta acción se realizará entre 2023 y 2025.

El Ministerio de Cultura, con el apoyo del Ministerio de Educación Nacional, diseñará e implementará una estrategia intercultural para promover al acceso y apropiación de las manifestaciones culturales y creativas nacionales, especializada en niñas, niños y jóvenes, que articule procesos y metodologías de educación propia en el país. Con esta acción se busca contribuir a mitigar el desarraigo y el debilitamiento de las expresiones culturales fomentando la apropiación de expresiones culturales entre niñas, niños y adolescentes. Para el diseño de la estrategia se realizarán mesas de trabajo y se creará un plan de acción para cada año de implementación. Esta acción se realizará entre 2022 y 2025.

El Ministerio de Cultura diseñará e implementará una estrategia para fomentar la transformación de los factores culturales que afectan el acercamiento y la apropiación de las personas a las prácticas artísticas y culturales. Con lo anterior, se busca contribuir al reconocimiento y apropiación de las expresiones culturales contrarrestando intercambios desiguales que erosionan las identidades locales debido a la excesiva oferta de contenidos externos. Para el desarrollo de esta acción se realizará el diagnóstico e identificación de los factores culturales que afectan el acercamiento y la apropiación de las personas a las prácticas artísticas y culturales a partir de una encuesta de consumo cultural. Así mismo, se definirá el índice de apropiación de las poblaciones respecto a las prácticas artísticas y culturales, con su respectiva línea base y metas. Con base en lo anterior, se diseñará, implementará y evaluará una estrategia de transformación cultural. Esta acción se realizará entre 2023 y 2027.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo realizará acciones de promoción turística nacional para los destinos reconocidos como destinos turísticos culturales, en articulación con la promoción de la *Política de Turismo Cultural* y la *Campaña Nacional de Promoción*. Con lo anterior, se busca contribuir al reconocimiento y apropiación de las expresiones culturales del país. Para ello, se llevarán a cabo activaciones *below the line*³⁸ en municipios reconocidos como destinos turísticos culturales. Esta acción se realizará entre 2023 y 2024.

El Ministerio de Cultura ampliará la metodología y la cobertura de los mapeos regionales de caracterización de las organizaciones, agentes, empresas, productos, actividades y redes de la economía cultural y creativa en los territorios. Lo anterior, para

³⁸ Las activaciones *below the line* son estrategias de mercadeo no masivas que pueden suscitarse en lugares inesperados y que buscan generar una experiencia única que genere recordación en el público objetivo.

identificar vocaciones creativas y productivas, oferta formativa, brechas de capital humano y de competitividad y, en general, todas aquellas barreras que impidan desarrollar los sectores de la economía cultural y creativa. Para la ampliación de la metodología, se tendrá en cuenta la experiencia obtenida en ejercicios de mapeos anteriores con el fin de identificar posibles mejoras en el levantamiento de información. Con esta acción se busca contribuir a mejorar la disponibilidad de información útil con respecto a las vocaciones territoriales relacionadas con el emprendimiento cultural, las problemáticas que se enfrentan y las posibles soluciones, entre otros aspectos. Esta acción se realizará entre 2023 y 2027.

El Ministerio de Cultura creará una red de observatorios para fortalecer los centros de investigación y entidades académicas que producen información del sector cultural y creativo a nivel territorial, a través de la articulación con los gremios, el SENA y las universidades. La red estará conformada por cinco observatorios de los cuales ya se han creado tres en las ciudades de Medellín Cali e Ibagué y se crearán dos nuevos. Con esta acción se busca contribuir a mejorar la disponibilidad de información útil con respecto a las vocaciones territoriales relacionadas con el emprendimiento cultural, las problemáticas que se enfrentan y las posibles soluciones, entre otros aspectos. Esta acción se realizará entre 2022 y 2024.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través de Artesanías de Colombia, realizará la actualización del *Mapa Turístico Colombia Artesanal* incluyendo 16 nuevas rutas para promover el reconocimiento de las actividades manufactureras asociadas a las tradiciones culturales en los territorios. Con esta acción se busca contribuir a mejorar la disponibilidad de información útil con respecto a las vocaciones territoriales, así como a promover la apropiación y reconocimiento de las expresiones culturales artesanales. Para ello, se crearán herramientas que permitan a los usuarios acercarse a las prácticas artesanales del país. Esta acción se plantea como una forma de vincular al sector turístico con el patrimonio cultural para resaltar la maestría de los oficios más tradicionales del país y contribuir a la reactivación de la economía de los artesanos y las regiones de donde provienen. Esta acción se realizará entre 2022 y 2025.

El Ministerio del Trabajo, con el apoyo del Ministerio de Cultura, desarrollará acciones asociadas al reconocimiento de aprendizajes previos relacionados con los oficios de las artes y la cultura, en el marco del Sistema Nacional de Cualificaciones, y en consonancia con las disposiciones de la ley de oficios culturales y normativa vigente. Con esta acción, se busca reconocer las competencias adquiridas a lo largo de la vida por parte de los agentes culturales, así como promover la movilidad laboral. Para ello, se creará e implementará un plan de acción para el reconocimiento de aprendizajes previos dirigido a los agentes del campo cultural. Esta acción se realizará entre 2023 y 2026.

4.3.2. Desarrollar mecanismos para mejorar las condiciones del marco institucional

Línea de acción 1. Mejorar el flujo de información entre actores públicos y privados

El Ministerio de Cultura diseñará e implementará una estrategia de coordinación entre los sectores público y privado articulada al SNCI, que permita la ejecución de acciones dirigidas al fortalecimiento de la competitividad de los sectores naranja. Para ello, se identificarán actores clave, se elaborará una metodología para el desarrollo de espacios de coordinación, se realizarán mesas de trabajo y se construirá un documento técnico que resuma las principales conclusiones y prioridades de la articulación público privada para ser enviado a las instancias pertinentes del Sistema Nacional de Competitividad. Con lo anterior, se busca mejorar la baja articulación entre actores públicos y privados, así como entre los espacios permanentes de encuentro y discusión sobre economía naranja y el SNCI. Esta acción se realizará entre 2023 y 2024.

El Ministerio de Cultura desarrollará en el marco del gran foro de artes, cultura, creatividad y tecnología un espacio de encuentro anual en el que se socialicen evaluaciones de resultados o impacto de políticas públicas de las industrias culturales y creativas. Para este espacio se convocarán actores públicos y privados de otros países de Latinoamérica con el fin de compartir lecciones aprendidas en la implementación de políticas para la cultura y la creatividad. Con esta acción se busca contrarrestar la escasez de escenarios estratégicos impulsados desde América Latina que permitan la convergencia de gobiernos, organizaciones internacionales, ciudadanos y sector privado para el diálogo y generación de consensos alrededor de las políticas culturales. Esta acción se llevará a cabo entre 2023 y 2027.

El Ministerio de Cultura, con apoyo del Ministerio de Ciencia Tecnología e Innovación, creará una red de observatorios, centros de investigación y entidades afines a nivel internacional para la producción e intercambio de información y estrategias del sector cultural y creativo, que permitan la articulación entre las entidades de los países miembros para el desarrollo de políticas públicas y generación de conocimiento. Así, se busca brindar solución a la baja articulación con actores de América Latina para la generación y transmisión de conocimiento que permita generar mediciones comparables, realizar seguimiento y generar políticas públicas basadas en datos y evidencias. Para la creación de la red se identificarán los observatorios o redes de investigación existentes, se realizarán mesas de trabajo con los actores identificados y se suscribirán acuerdos de voluntades entre las entidades que van a componer la red. Así mismo, se realizará la instalación de la red en un evento internacional. Esta acción se llevará a cabo entre 2022 y 2024.

El Ministerio de Cultura construirá una herramienta de información que integre los sistemas de información: Sistema Nacional de Información Cultural, Sistema de Información de la Danza, Registro SoyCultura, PULEP, Sistema de Información y Registro Cinematográfico, Sistema de Información de Patrimonio, Sistema de Información de la Música, Registro Único de Actores y Actrices, Sistema de Concentración y Estímulos, Sistema de Información de Fomento Regional y Sistema del Impuesto Nacional al Consumo Telefonía Móvil. Lo anterior, con el fin de contar con información más detallada y centralizada sobre el consumo y circulación de obras, productos, bienes y servicios naranja a todo nivel. Para la construcción de la herramienta se construirá un plan de acción, se actualizará el diagnóstico existente sobre integración de sistemas de información y se desarrollará la herramienta. Dicha acción iniciará en 2023 y terminará en el año 2027.

El Departamento Nacional de Planeación y el Ministerio de Cultura, realizarán campañas de socialización permanentes a los empresarios de las actividades de la economía naranja sobre la plataforma innovamos.com y la oferta pública relacionada con la innovación a través de las Áreas de Desarrollo Naranja, nodos naranjas, entre otros. El objetivo es promover la participación de estos empresarios en las convocatorias y facilitar su acceso a la información mitigando el desconocimiento de la oferta institucional. Para ello se realizarán como mínimo cinco eventos de socialización de manera articulada con las instancias y procesos de economía naranja liderados por el Ministerio de Cultura. Dicha acción, se desarrollará entre 2022 y el año 2024.

El Ministerio de Cultura elaborará una propuesta de ajuste normativo sobre trámites, permisos y requisitos para la producción de eventos y espectáculos públicos en artes escénicas, mediante mesas de trabajo con entidades del Gobierno nacional y representantes del sector privado. Para el desarrollo de esta acción se realizará un documento con el estado del arte de la normativa vigente, la identificación y convocatoria de agentes, el desarrollo de mesas de trabajo y finalmente un documento con la propuesta de ajuste normativo. Lo anterior, en el marco de la mesa de instituciones integrada por entidades que forman parte del Consejo Nacional de Economía Naranja. Con esta acción se busca proponer cambios normativos y así facilitar la realización de estos eventos en espacios públicos. Dicha acción empezará en 2022 y terminará en el 2024.

4.3.3. Implementar estrategias para el mejoramiento de las condiciones económicas del sector cultura

Línea de acción 1. Mejorar oferta de formación del capital humano

El Ministerio de Cultura, con el apoyo del Ministerio de Educación Nacional, diseñará e implementará una estrategia para fomentar el uso de los catálogos de

cualificaciones relacionados con el arte, el patrimonio y la creatividad, para el diseño de oferta educativa y formativa en las instituciones de educación superior e instituciones de educación para el trabajo y desarrollo humano a nivel nacional. Para ello, se realizará una estrategia general de promoción de los catálogos de cualificación, la cual será evaluada anualmente por medio de informes sobre resultados de acompañamiento a instituciones de educación superior e instituciones para el trabajo y desarrollo humano. Con esta acción se busca contribuir a resolver los desajustes del sistema educativo y formativo del país respecto al conocimiento y habilidades que son requeridos en las industrias culturales y creativas. Esta acción se realizará entre 2023 y 2026.

El Ministerio del Trabajo, en coordinación con el Ministerio de Cultura, implementará una estrategia para fomentar el uso de los catálogos de cualificaciones de economía naranja existentes, para el diseño de oferta en formación para el trabajo. Lo anterior con el propósito de contribuir a la pertinencia y calidad de esta oferta formativa superando desajustes del sistema formativo. Esta acción se llevará a cabo entre 2023 y 2024.

El Ministerio de Cultura, con el apoyo del Ministerio de Educación Nacional y el Ministerio del Trabajo, diseñará los mecanismos y estrategias para actualizar los catálogos sectoriales de cualificaciones y diseñar cualificaciones para el sector cultural relacionado con el arte, el patrimonio y la creatividad en articulación con la institucionalidad del Marco Nacional de Cualificaciones. Lo anterior, para fortalecer la oferta formativa en los sectores culturales y creativos. Para esta acción, se creará e implementará una hoja de ruta en concertación con las entidades participantes en el Marco Nacional de Cualificaciones. Esta acción se realizará entre el 2023 y el 2026.

El Ministerio del Trabajo, a través del Servicio Nacional de Aprendizaje, diseñará programas de formación con enfoque para el trabajo y desarrollo humano, que atiendan las necesidades sectoriales relacionadas con las industrias creativas, culturales e innovadoras para el cierre de brechas de capital humano. Lo anterior, con el fin de mejorar las competencias y habilidades de los agentes de economía naranja. Para su logro se hará un análisis de las necesidades de formación sectoriales y se elaborarán las guías de aprendizaje. Todo ello de manera articulada con los agentes de las industrias creativas y culturales. Esta acción se realizará entre 2022 y 2026.

El Ministerio de Cultura, en coordinación con el Ministerio del Trabajo, diseñará e implementará una estrategia para el cierre de las brechas de capital humano en los sectores de economía naranja. Lo anterior brindará herramientas para solucionar los desequilibrios de entre oferta y demanda laboral. Para el diseño e implementación de la

estrategia se identificarán las necesidades de competencias y habilidades de manera articulada con los agentes del sector. Esta acción se desarrollará entre 2022 y el 2026.

El Ministerio del Trabajo, a través del Servicio Nacional de Aprendizaje, diseñará e implementará una estrategia que permita establecer alianzas estratégicas con entidades públicas y privadas con el fin de contribuir a la cualificación del talento humano que demanda el sector productivo asociado a las industrias creativas y culturales, priorizando el manejo de las nuevas tecnologías como base de actualización de la oferta formativa. Esta acción se desarrollará entre el 2022 y el 2026.

El Ministerio del Trabajo, a través del Servicio Nacional de Aprendizaje, realizará convocatorias denominadas “Certificación Economía Naranja” dirigidas a los sectores de industrias creativas y culturales con el fin de facilitar el acceso a la oferta de evaluación y certificación de competencia laborales. Con esta iniciativa se busca contribuir a mejorar la disponibilidad de trabajadores cualificados para las actividades culturales y creativas. Esta acción se desarrollará entre el 2022 y el 2026.

El Ministerio de Educación Nacional socializará y promoverá la apropiación e implementación en el territorio nacional de los referentes de calidad educativa y estrategias educativas correlacionadas y el Enfoque Educativo STEM+ en el marco de la autonomía escolar (Ley 115³⁹ de 1994, Artículo 77) para fortalecer en la trayectoria educativa (educación inicial, básica y media) la creatividad, el arte, la cultura, la investigación, la innovación, la ciencia y la tecnología. Esta acción se realizará entre 2022 y 2027.

El Ministerio de Educación Nacional, con el apoyo del Ministerio de Cultura, promoverá estrategias educativas para el desarrollo de la creatividad, el arte y la cultura en las Secretarías de Educación, en el marco del Sistema Nacional de Educación Formación Artística y Cultural, que contribuyan a fortalecer los Proyectos Educativos Institucionales y Comunitarios de los establecimientos educativos y a cerrar brechas entre el sistema educativo y el desarrollo de habilidades creativas y bajo el propósito de brindar atención integral desde la educación inicial hasta la educación media. Esta acción se realizará entre 2022 y 2027.

El Ministerio de Cultura diseñará e implementará una estrategia de asistencia técnica para la generación de conocimiento dirigido al fortalecimiento del capital humano de las ocupaciones artísticas, culturales y creativas para la toma de decisiones basadas en análisis técnicos y culturales en la Alianza del Pacífico. Para esta acción se

³⁹ Por la cual se expide la ley general de educación.

desarrollará el diseño de la estrategia y posteriormente se entregarán informes anuales. Esta acción se realizará entre 2023 y 2027.

El Ministerio de Cultura diseñará e implementará capacitaciones a los agentes culturales y creativos en habilidades administrativas, gestión de recursos, formulación de proyectos sostenibles y la monetización de nuevos modelos de negocio. Este programa tiene el objetivo de desarrollar habilidades complementarias que apoyen la administración a cargo de los emprendedores culturales. Para el desarrollo de esta acción se podría contemplar la posibilidad de hacer estudios de caso e invitar a empresarios o emprendedores culturales que hayan logrado consolidar en sus empresas aspectos relacionados con la administración de empresas, finanzas, contabilidad, recursos humanos, negociación internacional y comercio exterior. Este programa se adelantará entre el 2023 y el 2026.

El Ministerio de Cultura brindará asistencia técnica a las áreas de desarrollo naranja en formulación de proyectos, encadenamientos productivos, modelos de gobernanza, modelos de sostenibilidad e infraestructura. Con lo anterior, se fortalecerán los ecosistemas y agentes que se encuentran en estas zonas geográficas, para mejorar sus competencias y promover sinergias como encadenamientos y generación de contenidos colaborativos. Para lograr esta acción, se identificarán las necesidades de capacitación y se brindará apoyo especializado, de acuerdo con las vocaciones de las áreas de desarrollo naranja. Esta acción se realizará entre 2023 y 2027.

Línea de acción 2. Facilitar el acceso a servicios financieros por parte de los agentes culturales y creativos

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través del Banco de Comercio Exterior S.A., y con el apoyo del Ministerio de Cultura, realizará un análisis sobre empresas de la economía naranja para identificar las necesidades de estas empresas y las brechas en materia de acceso al financiamiento, con el fin de diseñar nuevas herramientas financieras que se adapten al entorno de las industrias creativas y culturales. Así mismo, proponer mejoras en el diseño de los productos para continuar atendiendo a este sector a través de su portafolio de productos y servicios ajustado a las condiciones de mercado de las empresas culturales. El cual servirá para el diseño e identificación de herramientas financieras para adaptar al entorno de las industrias creativas y culturales. Para este fin, se realizará una identificación de agentes de economía naranja, y posteriormente se diseñarán e identificarán herramientas financieras que se adapten al entorno de las industrias creativas y cultural. Esta acción se desarrollará entre los años 2023 y 2025.

El Ministerio de Cultura implementará una estrategia de difusión de la guía de valuación de intangibles para incrementar la apropiación de la importancia de este tema

en el sector cultural y creativo, así como la generación de alianzas interinstitucionales para el aumento de profesionales con conocimientos técnicos relacionados. Dicha acción se realizará en alianza con entidades del sector cultural y académico, con el fin de facilitar la valoración de intangibles y el acceso a financiación de empresas y agentes del sector cultural y creativo. Para su logro se realizará la identificación de actores interesados, alianzas interinstitucionales para la capacitación técnica, y se realizarán campañas de socialización y difusión. Esta acción se realizará entre 2023 y 2025.

Línea de acción 3. Aumentar los índices de investigación + creación en las industrias creativas y culturales

El Ministerio de Comercio Industria y Turismo a través de Artesanías de Colombia impulsará el programa de Laboratorios de Innovación y diseño para la Artesanía para beneficiar artesanos a través de la oferta de servicios. Lo anterior, con el propósito de contribuir a fortalecer los índices de innovación en las actividades manufactureras de la economía naranja. Para su desarrollo, se brindarán asistencias técnicas integrales, asesorías, capacitaciones para la innovación y creación a los agentes de la economía naranja. Su realización Esta acción se realizará entre los años 2022 y 2025.

El Ministerio de Ciencia Tecnología e Innovación, con el apoyo del Ministerio de Cultura, promoverá la conformación de grupos de investigación y actores reconocidos de I+C en artes y patrimonio, industrias culturales y creaciones funcionales, para generar nuevos conocimientos, innovación y apropiación de nuevas tecnologías. Para su logro, se realizará la identificación e inventario de agentes de las industrias creativas y culturales que realizan investigación en el país. Con esta acción se busca contribuir a mejorar los índices de investigación e innovación en los sectores culturales y creativos. Dicha acción, realizará entre 2023 y 2026.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través de iNNpulsa, y con el apoyo del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación diseñará e implementará una estrategia de divulgación de convocatorias e instrumentos existentes en procesos de transferencia de conocimiento y tecnología, con el sector empresarial, para fortalecer la participación de empresas de economía naranja. El objetivo de esta acción es fortalecer los índices de investigación e innovación en las empresas de economía naranja. Para tal fin, se identificarán las convocatorias y posteriormente se elaborará la estrategia. Esta acción se desarrollará a partir de 2023 hasta el 2025.

El Ministerio del Trabajo a través del SENA diseñará e implementará una estrategia de atención integral desde los Centros de Desarrollo Empresarial SENA – *Programa de Centros de Desarrollo Empresarial*, para la creación y fortalecimiento de empresas en las

industrias creativas y culturales. Para esta acción se asesorarán agentes de la economía naranja en creación de empresa, financiamiento y participación en ruedas de negocios, entre otros. Esta acción se realizará entre el 2022 y 2026.

Línea de acción 4. Mejorar las condiciones de la Infraestructura cultural

El Ministerio de Cultura elaborará una propuesta de instrumento normativo para fomentar una redistribución de los recursos de la Ley de Espectáculos Públicos con un enfoque territorial, poblacional y sectorial, para replantear los criterios de distribución de los recursos y así evitar su concentración. Para este fin, se realizará un diagnóstico de las normas y leyes, se elaborará la propuesta de instrumento normativo en mesas de trabajo interinstitucionales, y se adelantará el trámite que permita su expedición. Esta acción iniciará en 2022 y finalizará en 2024.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, con el apoyo del Ministerio de Cultura, brindará asistencia técnica en procesos de recuperación y restauración de infraestructura en los municipios reconocidos como destinos turísticos culturales o en bienes de interés cultural y revisará la pertinencia de adelantar estos procesos. La asistencia técnica se brindará sobre la presentación de proyectos al Fondo Nacional de Turismo de acuerdo al Manual de lineamientos, definición del alcance de la vocación turística, tipología del proyecto, entre otros. Las intervenciones antes descritas, en Bienes de Interés Cultural del ámbito nacional, serán coordinadas con el Ministerio de Cultura. Esta acción comprende capacitaciones y transferencia de conocimiento, e iniciará en 2023 y finalizará en 2026.

4.3.4. Implementación de mecanismos de participación en las cadenas de valor

Línea de acción 1. Aumentar la participación en cadenas globales de valor

El Ministerio de Cultura diseñará e implementará una estrategia de comunicación accesible que resalte el valor compartido que se genera al acompañar los sectores culturales y creativos con énfasis en temas de infraestructura, contenidos y circulación, con el objetivo de promover el apoyo del sector privado y la cooperación internacional. De esta manera, se socializarán los instrumentos y programas públicos para favorecer la circulación de bienes y servicios culturales, y cooperación entre agentes de la economía naranja. Esta acción se realizará entre 2023 y 2024.

El Ministerio de Cultura desarrollará e implementará una estrategia de comunicación para posicionar la plataforma virtual de la Secretaría General Iberoamericana, que contempla la información de mercados internacionales y nacionales

para cada uno de los subsectores de la economía naranja, con el fin de facilitar el acceso a la información y la interacción con agentes culturales para la concreción de negocios y participar en cadenas globales de valor. Para tal fin, se realizará la identificación de plataformas de los mercados de las industrias culturales y creativas, posteriormente se diseñará la estrategia de manera participativa con los agentes del sector. Dicha acción empezará en el año 2023 y terminará en el año 2024.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través de Procolombia y con el apoyo del Ministerio de Cultura, socializará a los empresarios de la economía naranja sus servicios y la información relacionada con condiciones de acceso a mercados internacionales de los siguientes sectores: (i) software; (ii) animación y videojuegos; (iii) audiovisual; y (iv) industria editorial para impulsar la exportación de servicios colombianos. Las socializaciones serán virtuales con el fin de ofrecerlo a los empresarios de los diferentes departamentos. La convocatoria se coordinará también con las áreas de desarrollo naranja y los nodos de economía naranja, con el fin de promover el conocimiento en territorio. Esta acción se realizará en el segundo semestre de 2022 en el 2023.

El Ministerio de Educación Nacional, a través del Instituto Colombiano de Crédito Educativo y Estudios Técnicos en el Exterior Mariano Ospina Pérez, priorizará en las convocatorias de los programas de internacionalización la financiación del acceso a programas académicos orientados a potencial las actividades de la economía naranja e industrias creativas. Con el fin de impulsar la participación de agentes del sector en mercados internacionales. Para empezar, se formulará un plan de acción, posteriormente se diseñará una agenda de gestión y por último se hará implementación de esta agenda. Su ejecución se realizará desde 2023 y hasta el 2025.

El Ministerio de Cultura diseñará e implementará convocatorias especializadas para financiar iniciativas de intermediarios, agentes de distribución y exhibición de los sectores culturales y creativos en el marco del *Programa Nacional De Estímulos*, con el fin de favorecer la conexión entre la oferta y demanda de bienes y servicios naranjas tanto en mercados locales como internacionales. Para empezar, se caracterizará a los intermediarios, posteriormente se formulará la estrategia de manera participativa con agentes de la economía naranja para priorizar los mercados con mayor potencial. Dicha acción empezará en 2023 hasta el año 2027.

El Ministerio de Cultura estructurará e implementará un mecanismo que financie la participación de agentes de los sectores culturales y creativos en mercados y espacios de circulación internacionales, con el fin de incrementar la participación de agentes de la economía naranja en mercados internacionales. Para esta acción se realizará un análisis jurídico que defina la mejor forma de su realización e implementación, así mismo la

estructuración de este mecanismo será socializada con los potenciales beneficiarios. Dicha acción se realizará durante el año 2023.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, con el apoyo de Colombia Productiva, diseñará e implementará un protocolo de publicación y actualización de la oferta institucional en la Red Empresarial Negocios Naranja en Compra lo Nuestro, que involucre a las entidades miembros del Consejo Nacional de Economía Naranja y que permita la visibilización de iniciativas para mejorar la circulación de productos y servicios de la economía naranja. Con lo anterior, se dará a conocer a los agentes de la economía naranja de manera más directa los instrumentos y programas de apoyo para mejorar la circulación de servicios y bienes culturales y creativos. Para su logro, se validará la propuesta en los espacios de socialización de los temas de economía naranja como lo es el Consejo Nacional de Economía Naranja. Esta acción se realizará entre 2022 y 2025.

El Ministerio de Cultura implementará las estrategias incluidas en el manual de circulación nacional e internacionalización con el propósito de promover la participación en los mercados de las industrias culturales y creativas. Dicha acción, partirá de las estrategias y acciones definidas en el manual de circulación y su ejecución se complementará con la socialización de estas. Esta acción se desarrollará entre el 2022 y el 2027.

Línea de acción 2. Aumentar los niveles de circulación de bienes y servicios culturales a nivel nacional

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo a través de Artesanías de Colombia y del Ministerio de Cultura, promocionará la participación de unidades productivas de economía naranja en espacios para la generación de encadenamientos o de oportunidades comerciales. Lo anterior, con el fin de generar sinergias e incrementar la producción de bienes y servicios culturales y creativos complementarios. Además, se favorecerán ejercicios colaborativos para elaborar bienes y servicios de mayor valor agregado. Para este ejercicio se deberán identificar los agentes de economía naranja y los posibles espacios de encadenamientos y oportunidades comerciales. Posteriormente, según la caracterización y necesidades de las unidades productivas se realizarán intervenciones directas a estas, como puede ser asistencia técnica, capacitaciones, entre otras. Esta acción se realizará entre 2022 y 2025.

El Ministerio de Cultura ampliará la cobertura de artistas vinculados en canales de circulación y divulgación existentes (Celebra la Música, Celebra la Danza, Ferias regionales del libro, Salones Nacionales y Regionales de Artistas, ruta de la cumbia, Gran Concierto Nacional). Lo anterior, con el fin de incrementar la participación de agentes

de los sectores culturales y creativos, y con ello fortalecer los canales de circulación de bienes y servicios culturales. Esta acción se realizará entre los años 2023 y 2027.

El Ministerio de Cultura desarrollará una línea de convocatorias en el marco del *Programa Nacional de Estímulos* para promover la adopción de herramientas digitales y una mayor incursión en el comercio electrónico por parte de las empresas de la Economía Naranja. Con el fin de incentivar la adopción de tecnología y uso de herramientas digitales, al igual que la implementación de canales de comercio digital. Para realizar esta acción se realizarán convocatorias. Esta acción se desarrollará entre 2023 y 2026.

El Ministerio de Cultura, en articulación con el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación, diseñará e implementará una hoja de ruta abierta para promover la diversidad de las expresiones culturales en el entorno digital (convención 2005 de la Unesco). Esto, con el fin de promocionar y fortalecer las industrias creativas y culturales en todos los componentes digitales. Para su logro, se realizará una metodología para conocer los componentes digitales en los agentes del ecosistema cultural y creativo. Posteriormente, se definirán acciones con los agentes de la economía naranja. Esto se realizará entre 2022 y 2025.

El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones diseñará e implementará una estrategia de fortalecimiento técnico y promoción para las industrias creativas digitales y tecnologías de la información, que promuevan el desarrollo y comercialización de software, servicios de tecnologías de la información y contenidos digitales en el ecosistema digital. Esto, con el fin de promover la producción de contenidos digitales, además de promover el uso y apropiación de herramientas tecnológicas por parte de los agentes creativos y culturales. Para lograr esto, se realizarán un diagnóstico y diseño de la estrategia, y se implementará un mecanismo de monitoreo y seguimiento. Esto se realizará entre 2023 y 2027.

El Ministerio de Cultura diseñará e implementará una estrategia de circulación que integre mercados culturales y creativos, ferias, eventos, entre otros espacios y plataformas de circulación, que contemplen la integración de la cuádruple hélice⁴⁰ en los territorios de Colombia para el fortalecimiento del sector de las industrias culturales y creativas. Con esta acción se busca mejorar la circulación de bienes y servicios creativos y culturales de una manera participativa con actores como la academia, gobierno, empresa y personas. Para su logro, en un primer momento se identificarán actores y participantes. Después, en

⁴⁰ Son modelos de participación entre la academia, la administración pública, empresa y personas.

mesas de trabajo participativas se diseñará la estrategia y allí se identificarán potenciales mercados locales y regionales. Esta acción se realizará entre 2023 y 2024.

El Ministerio de Cultura generará espacios de intercambio de contenidos y conocimientos, así como circulación de obras, donde se favorezca la asociatividad, y los circuitos colaborativos. Esto, con el fin de incrementar la circulación de bienes y servicios creativos y culturales en el territorio nacional. Para su realización, se identificarán los agentes que potencialmente puedan participar en estos espacios, al igual que de manera participativa se realizarán la socialización de estos. Esta acción se realizará entre 2022 y 2025.

El Ministerio de Cultura diseñará e implementará convocatorias para promover la articulación de las prácticas artísticas y culturales a dimensiones de la vida social y personal de la ciudadanía mediante la oferta de estímulos que contribuyan a generar nuevas relaciones para la circulación de bienes y servicios culturales y creativos. Para ello, se ofrecerán estímulos a iniciativas culturales que convoquen y vinculen a la sociedad civil en la mejora de la convivencia, el cuidado de sí mismo, de los otros, el entorno y el respeto por la diferencia, entre otros. Con lo anterior, se busca contribuir a superar las deficiencias en los circuitos de circulación colaborativos. Esta acción se realizará entre 2023 y 2025.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en articulación con el Ministerio de Cultura ofrecerá programas de capacitación, asistencias técnicas y acompañamiento para impulsar las iniciativas empresariales o estrategias regionales enfocadas en turismo cultural como producto turístico, para diversificar la oferta turística del país y mejorar la especialización de esta tipología de turismo de alto valor. Con esto se espera mejorar las competencias de los prestadores de servicios turísticos y así poder ofrecer un servicio de mayor valor agregado. Para lograr esta acción, se priorizará las áreas de conocimiento requeridas, se diseñarán los contenidos y se realizarán intervenciones personalizadas. Esto se llevará a cabo entre los años 2023 y 2026.

El Ministerio de Cultura desarrollará, procesos de formación y asistencia técnica para la producción de contenidos y productos artísticos, culturales y creativos, de manera presencial o virtual, priorizando los territorios étnicos, rurales y grupos poblacionales de interés. Lo anterior contribuirá a mejorar las capacidades de los agentes creativos y culturales para generar contenidos y productos de mayor calidad y así poder favorecer su circulación. Para lograr esto, se realizará una priorización de los beneficiarios potenciales y se diseñará los contenidos de asistencia técnica. Esta acción se realizará entre el 2023 y 2027.

El Ministerio de Cultura elaborará una propuesta de ajuste del marco institucional para el reconocimiento y fomento a la circulación de bienes y servicios culturales

vinculada a circuitos alternos, territoriales y locales. Lo anterior contribuirá a establecer escenarios para incrementar la circulación de colectivos y agremiaciones. Dicha acción se realizará mediante mesas de trabajo con entidades del gobierno nacional y representantes del sector privado. La acción se desarrollará durante los años 2023 a 2025

4.4. Seguimiento

El seguimiento a la ejecución física y presupuestal de las acciones propuestas para el cumplimiento de los objetivos del presente documento CONPES se realizará a través del PAS que se encuentra en el Anexo A. En este se señalan las entidades responsables de cada acción; los periodos de ejecución de estas; los recursos necesarios y disponibles para llevarlas a cabo; y la importancia de cada acción para el cumplimiento del objetivo general de la política. El reporte periódico al PAS se realizará semestralmente por todas las entidades concernidas en este documento y será consolidado según los lineamientos del DNP.

Esta política tiene un período de implementación que cubre desde el año 2022 hasta el 2027. Su seguimiento se hará de manera semestral iniciando su reporte en diciembre de 2022 y finalizando con el informe de cierre con corte al 31 de diciembre de 2027. Lo anterior, se traduce en un total de once reportes semestrales para un período de seis años, tal y como se señala en la Tabla 1.

Tabla 1. Cronograma de seguimiento

Corte	Fecha
Primer corte	Diciembre de 2022
Segundo corte	Junio de 2023
Tercer corte	Diciembre de 2023
Cuarto corte	Junio de 2024
Quinto corte	Diciembre de 2024
Sexto corte	Junio de 2025
Séptimo corte	Diciembre de 2025
Octavo corte	Junio de 2026
Noveno corte	Diciembre de 2026
Décimo corte	Junio de 2027
Informe de cierre	Diciembre de 2027

Fuente: Departamento Nacional de Planeación (2022)

4.5. Financiamiento

Para efectos del cumplimiento de esta política, las entidades involucradas en su ejecución priorizarán en las cifras del Marco de Gasto de Mediano Plazo del respectivo sector los recursos suficientes para la financiación de las actividades a su cargo conforme lo establecido en el PAS. El costo indicativo total de la política es de 311.381 millones de pesos. En la Tabla 2 se presenta el financiamiento discriminado por entidad.

Tabla 2. Financiamiento por entidad

(Millones de pesos)

Entidad	Costo total
Artesanías de Colombia	67.582
Banco de Comercio Exterior S.A.	159
Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	703
Ministerio de Cultura	121.244
Ministerio de Educación Nacional	2.000
Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones	110.000
Ministerio del Trabajo	1.505
Servicio Nacional de Aprendizaje	8.188
Total	311.381

Fuente: Departamento Nacional de Planeación (2022).

En la Tabla 3, se presenta el financiamiento discriminado por objetivo estratégico.

Tabla 3. Financiamiento por objetivo estratégico

(Millones de pesos)

Objetivo estratégico	Costo
Objetivo 1: Promover la identificación y el reconocimiento del valor cultural y económico de las expresiones artísticas, culturales y creativas para visibilizar su potencial de transformación.	98.666
Objetivo 2: Mejorar la articulación entre actores públicos y privados y la información sectorial para la adecuación del marco institucional y los instrumentos de política.	13.319
Objetivo 3: Mejorar las condiciones de entornos y económicas para la sostenibilidad de los sectores culturales y creativos.	106.869
Objetivo 4: Aumentar la participación en las cadenas de valor, así como la asociatividad entre los actores, para incrementar la circulación de bienes y servicios culturales y creativos.	92.527
Total	311.381

Fuente: Departamento Nacional de Planeación (2022).

No obstante, conviene señalar que existen otras intervenciones que, aunque no están incluidas en el PAS, contribuyen a consolidación de la economía de la cultura y la creatividad. Se resaltan: el cupo fiscal de 488.000 millones de pesos de incentivos tributarios para el sector cultura para 2022 que aprobó el Consejo Nacional de Economía Naranja. En adición, el financiamiento de la Política Nacional de Propiedad Intelectual (Documento CONPES 4062)⁴¹ de 21.712 millones de pesos que tiene el objetivo de consolidar la generación y gestión de la propiedad intelectual como herramienta para incentivar la creación, innovación, transferencia de conocimiento e incrementar la productividad del país y se implementará entre 2022 y 2031.

Por su parte, la Política de Internacionalización para el Desarrollo Productivo Regional (Documento CONPES 4085)⁴² que se implementará entre 2022 y 2027, con un financiamiento proyectado en 45.231 millones de pesos, y con el objetivo de avanzar hacia el cierre de la brecha tecnológica de Colombia, estableciendo un trabajo articulado entre los departamentos y la nación, que busque profundizar la conexión del país con el mundo y, en particular, la internacionalización de las actividades productivas de las regiones. Además, los recursos del Programa Nacional de Estímulos especialmente dirigidos a las industrias culturales y creativas que en 2022 ofrecen estímulos por un valor 4.912 millones de pesos. Por otra parte, el concepto favorable a la nación⁴³ para contratar un empréstito externo con la banca multilateral hasta por USD 10 millones⁴⁴ destinado a financiar el proyecto infraestructura y fortalecimiento institucional y de gobernanza en las Áreas de Desarrollo Naranja (Documento CONPES 4087)⁴⁵ a ejecutarse entre 2023 y 2027. De esta manera, el financiamiento total de las políticas que contribuyen a consolidar la economía de la cultura y la creatividad ascendería a alrededor de 600.000 millones de pesos entre 2022 y 2031.

⁴¹ Disponible en <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/4062.pdf>

⁴² Disponible en <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/4085.pdf>

⁴³ Sujeto a aprobación por la Comisión Interparlamentaria de Crédito Público.

⁴⁴ El espacio fiscal por el valor del crédito es de 39.949 millones de pesos.

⁴⁵ Disponible en <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/4087.pdf>

5. RECOMENDACIONES

El Ministerio de Cultura; el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; el Ministerio de Educación Nacional; el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones; el Ministerio de Educación Nacional; el Ministerio de Trabajo; el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación; y el Departamento Nacional de Planeación, recomiendan al Consejo Nacional de Política Económica y Social (CONPES):

1. Aprobar la Política Nacional de Economía Naranja planteada en el presente documento CONPES, incluyendo el Plan de Acción y Seguimiento (PAS) contenido en el Anexo A.
2. Solicitar a las entidades del Gobierno nacional involucradas en este documento CONPES priorizar en las cifras del Marco de Gasto de Mediano Plazo del respectivo sector, los recursos suficientes para la implementación de las acciones y estrategias contenidas en este documento CONPES.
3. Solicitar al Departamento Nacional de Planeación:
 - a. Consolidar y divulgar la información del avance de las acciones según lo planteado en el Plan de Acción y Seguimiento (Anexo A). La información deberá ser proporcionada por las entidades involucradas en este documento de manera oportuna según lo establecido en la Tabla 1.
 - b. Realizar campañas de socialización permanentes a los empresarios de las actividades de la economía naranja sobre la plataforma innovamos.com y la oferta pública relacionada con la innovación a través de las Áreas de Desarrollo Naranja, nodos naranjas, entre otros.
4. Solicitar al Ministerio de Cultura:
 - a. Diseñar e implementar una estrategia para fomentar la transformación de los factores culturales que afectan el acercamiento y la apropiación de las personas a las prácticas artísticas y culturales.
 - b. Crear una red de observatorios, centros de investigación y entidades afines a nivel internacional para la producción e intercambio de información y estrategias del sector cultural y creativo, que permitan la articulación entre las entidades de los países miembros para el desarrollo de políticas públicas y generación de conocimiento.
 - c. Construir una herramienta de información que integre los sistemas de información: Sistema Nacional de Información Cultural, Sistema de Información de la Danza, Sistema SoyCultura, Portal Único de Espectáculos Públicos de las Artes Escénicas,

Sistema de Información y Registro Cinematográfico, Sistema de Información de Patrimonio, Sistema de Información de la Música, Registro Único de Actores y Actrices, Sistema de Concentración y Estímulos, Sistema de Información de Fomento regional y Sistema del Impuesto Nacional al Consumo Telefonía Móvil.

- d. Diseñar e implementar capacitaciones a los agentes culturales y creativos en habilidades administrativas, gestión de recursos, formulación de proyectos sostenibles y la monetización de nuevos modelos de negocio.
 - e. Generar espacios de intercambio de contenidos y conocimientos, así como circulación de obras, donde se favorezca la asociatividad y los circuitos colaborativos.
5. Solicitar al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo:
- a. Diseñar e implementar una estrategia de divulgación de convocatorias e instrumentos existentes en procesos de transferencia de conocimiento y tecnología con el sector empresarial, para fortalecer la participación de empresas de economía naranja.
 - b. Promover la participación de unidades productivas de economía naranja en espacios para la generación de encadenamientos o de oportunidades comerciales.
6. Solicitar al Ministerio de Trabajo desarrollar acciones asociadas al reconocimiento de aprendizajes previos relacionados con los oficios de las artes y la cultura en el marco del Sistema Nacional de Cualificaciones y en consonancia con las disposiciones de la ley de oficios culturales y normativa vigente.
7. Solicitar al Ministerio de Educación Nacional socializar y promover la apropiación e implementación en el territorio nacional de los referentes de calidad educativa y estrategias educativas correlacionadas y el Enfoque Educativo STEM+ en el marco de la autonomía escolar (Ley 115, Artículo 77) que fortalecerán en la trayectoria educativa (educación inicial, básica y media) la creatividad, el arte, la cultura, la investigación, la innovación, la ciencia y la tecnología.
8. Solicitar al Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación promover la conformación de grupos de investigación y actores reconocidos de investigación + creación (I+C) en artes y patrimonio, industrias culturales y creaciones funcionales, para generar nuevos conocimientos, innovación y apropiación de nuevas tecnologías.
9. Solicitar al Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones estructurar e implementar una estrategia para la generación y producción de contenidos orientados al fortalecimiento de la televisión pública con la finalidad de preservar la cultura e identidad nacional y regional.

10. Solicitar al Ministerio de Trabajo a través del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) diseñar e implementar una estrategia de atención integral desde los Centros de Desarrollo Empresarial SENA – *Programa de Centros de Desarrollo Empresarial* para la creación y fortalecimiento de empresas en las industrias creativas y culturales.
11. Solicitar al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo a través del Banco de desarrollo Empresarial y Comercio Exterior de Colombia realizar un análisis sobre empresas de la economía naranja para identificar las necesidades de estas empresas y las brechas en materia de acceso al financiamiento, con el fin de diseñar nuevas herramientas financieras que se adapten al entorno de las industrias creativas y culturales. Así mismo, proponer mejoras en el diseño de los productos para continuar atendiendo a este sector a través de su portafolio de productos y servicios ajustado a las condiciones de mercado de las empresas culturales.
12. Solicitar al Ministerio de Educación Nacional a través del Instituto Colombiano de Crédito Educativo y Estudios Técnicos en el Exterior priorizar en las convocatorias de los programas de internacionalización la financiación del acceso a programas académicos orientados a potenciar las actividades de la economía naranja e industrias creativas.
13. Solicitar al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo a través de Artesanías de Colombia impulsar el programa de *Laboratorios de Innovación y Diseño para la Artesanía* para beneficiar artesanos a través de la oferta de servicios.
14. Solicitar al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo a través de Procolombia socializar a los empresarios de la economía naranja los servicios de ProColombia e información relacionada con condiciones de acceso a mercados internacionales de los siguientes sectores: (i) software; (ii) animación y videojuegos; (iii) audiovisual; y (iv) industria editorial para impulsar la exportación de servicios colombianos.

ANEXOS

Anexo A. Plan de Acción y Seguimiento (PAS)

Bibliografía

- Agencia de las Naciones Unidas para los Refugiados. (2021). *Tendencias Globales: Desplazamiento forzado en 2020*.
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2017). *Políticas públicas para la creatividad y la innovación: Impulsando la economía naranja en américa latina y el caribe*. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Pol%C3%ADticas-p%C3%BAblicas-para-la-creatividad-y-la-innovaci%C3%B3n-Impulsando-la-econom%C3%ADa-naranja-en-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe.pdf>.
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2020). *La financiación de la economía creativa en Colombia*. Disponible en <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/La-financiacion-de-la-economia-creativa-en-Colombia.pdf>.
- Banco Mundial. (2017). *Creative Community Spaces*. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/28329>.
- Cifuentes, D. (27 de octubre de 2014). *Observatorios de cultura, industrias creativas y políticas culturales la experiencia del observatorio de economía y cultura*. Obtenido de emprendecultura.net: <https://emprendecultura.net/2014/10/observatorios-de-cultura-industrias-creativas-y-politicas-culturales-la-experiencia-del-observatorio-de-cultura-y-economia/>
- Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio. (2017). *Determinantes de la supervivencia empresarial en Colombia*. Disponible en https://www.confecamaras.org.co/phocadownload/Cuadernos_de_analisis_economico/Cuaderno_de_An%C3%B0lisis_Economico_N_14.pdf.
- Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio. (2019). *Crecimiento, supervivencia y desafíos de las empresas de economía naranja en Colombia*. Bogotá: Disponible en https://www.confecamaras.org.co/phocadownload/2019/Cuadernos_Analisis_Economicos/CUADERNO%2019%20SEPT%203.pdf.
- Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo & Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2010). *Creative Economic Report: 2010*. Obtenido de Creative economy: A feasible development option: https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103_en.pdf
- Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo. (2018). *Creative Economy Outlook and Country Profile Report*. <https://unctad.org/webflyer/creative-economy-outlook-trends-international-trade-creative-industries>.

- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. (2004). *Creative Industries and Development. Undécima sesión, São Paulo. TD(XI)/BP/13.*
- Convenio Andrés Bello. (2020). *Una década de cuentas satélites de cultura en Iberoamérica 2009-2019.* Panamá: Convenio Andrés Bello.
- Cunningham, S. &. (2008). *Four Models of the creative industries.* in International Journal of Cultural Policy · August 2008.
- Departamento Administrativo de Estadística Nacional. (2007). *Colombia Nación Multicultural: Su diversidad étnica.* Bogotá.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2019). *Segundo Reporte de economía naranja.* Bogotá: Disponible en <https://economianaranja.gov.co/reporte-naranja-dane-mincultura/>.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2022). *Reporte de economía naranja.* Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cultura/economia-naranja/reportes-y-cuentas>
- Departamento Nacional de Planeación. (2019). *El reto es diversificar la economía colombiana.* Obtenido de Economía Colombiana: <https://www.economiacolombiana.co/finanzas-publicas/el-reto-es-diversificar-la-economia-colombiana-151>
- Departamento Nacional de Planeación. (2020). *CONPES 3999 Estrategia de respuesta inicial ante los efectos de la pandemia.* Bogotá: Disponible en <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/3999.pdf>.
- Departamento Nacional de Planeación. (2019a). *Bases PND 2018 - 2022 "Pacto por Colombia Pacto por la Equidad".* Bogotá.
- Duque, I., & Buitrago, F. (2013). *La Economía Naranja, Una oportunidad infinita.* Washington: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Ernst & Young. (2015). *Cultural Times 2015 Primer Mapa Global de la Industria Cultural y Creativa.* http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/ERI/pdf/EY-Cultural-Times2015_Low-res.pdf.
- Fos Medina, J.B. (2015). *Hacia una teoría jurídica del arraigo de base constitucional.* Forum. Anuario del Centro de Derecho Constitucional – Universidad Católica de Argentina N° 3.
- Hosagrahar, J. (2017). *La Cultura Elemento Central de los ODS.* Obtenido de [es.unesco.org: https://es.unesco.org/courier/april-june-2017/cultura-elemento-central-ods](https://es.unesco.org/courier/april-june-2017/cultura-elemento-central-ods)

- Hurtado. (2015). *El derecho al arraigo frente al desplazamiento forzado en comunidades indígenas en Colombia*. . Inciso n°17.
- Lado B. (2017). *Estrategia para la construcción de relaciones económicas entre sectores culturales: el caso de los mercados y las ruedas de negocios*.
- Lado B. (2020). *Fortalezas y oportunidades de mejora para la internacionalización y posicionamiento en el mercado global de los sectores: música, artes escénicas, audiovisual y editorial*.
- Ministerio de Cultura. (2011). *Plan Nacional de Teatro escenarios para la vida 2011-2015*.
 . Obtenido de
<https://www.mincultura.gov.co/SiteAssets/Artes/Plan%20Nacional%20de%20Teatro%20-%20Agosto%2023%20Sintesis.pdf>, p.41
- Ministerio de Cultura. (2019). *Política Integral de economía naranja*.
<https://www.economianaranja.gov.co/media/44plbwkr/bases-conceptuales-econom%C3%ADa-naranja.pdf>.
- Ministerio de Cultura. (2021a). *Insumos para la construcción de una política pública desde el diseño sistémico*. Bogotá: Informe Final Cultura Crea.
- Ministerio de Cultura. (2021b). *Resultados encuentros diagnósticos Plan Nacional para las Artes. Componente circulación. Insumo Dirección de Artes*.
- Ministerio de Cultura. (2021c). *Taller de Construcción Participativa de la Política de Economía Creativa*.
- Ministerio de Cultura. (13 de Abril de 2022). *Primer Encuentro Nacional de ADN y Ecosistemas Culturales*. Obtenido de Economía Naranja:
<https://economianaranja.gov.co/areas-de-desarrollo-naranja-adn/>
- Ministerio de Trabajo & Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (2020). *Brechas de capital humano para el sector TIC*. Bogotá: Disponible en
https://www.mintic.gov.co/portal/715/articles-159493_recurso_1.pdf.
- Misión de Sabios Colombia. (2020). *Arte, cultura y conocimiento: propuestas del Foco de Industrias Creativas y Culturales*. Bogotá: Gobierno de Colombia.
- Observatorio Vasco de la Cultura. (2012). *Informe de Valoración de Intangibles en Operaciones Financieras*. Barcelona: Consultado en
<https://www.euskadi.eus/gobierno-vasco/-/informacion/valoracion-de-intangibles-en-operaciones-financieras-con-agentes-culturales-2012/>.

Organización de las Naciones Unidas. (2001). Declaración Universal sobre Diversidad Cultural.

Organización de las Naciones Unidas. (2009). *Observación general No. 21 del Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales*. Nueva York: ONU.

Organización de las Naciones Unidas. (2020). *Objetivo 17: Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible*. Obtenido de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/globalpartnerships/>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura. (2013). *Informe sobre la economía creativa 2013 edición especial: Ampliar los cauces de desarrollo local*. París: UNESCO.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2005). *Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales*. Paris: https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/cdis/resumen_analitico_iucd_-_colombia_0_1.pdf.

Pérez, Y. (2018). Una mirada a los observatorios de industrias culturales y creativas en el contexto latinoamericano. *Yachana: revista Científica*, 13-21.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo; Cámara de Comercio de Bogotá. (2019). *Identificación y cierre de brechas de capital humano para el cluster de industrias creativas y contenidos de Bogotá Región*. Bogotá: Disponible en <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/25565/cluster%20de%20industrias%20creativas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Rey, G. (2021). *La Cultura: La actualización del futuro*. Bogotá: Ministerio de Cultura.

Stiglitz, J. (2000). *Economics of the public sector (3rd ed)*. Nueva York: Norton (W.W.).